



MIKROIQTISODIYOT

MAKROIQTISODIYOT



UO‘K: 330.101.54(075.8)

KBK: 65.012.1

Taqrizchilar *i.f.d.,prof. M.Saidov;*

i.f.d.,prof. F.Karimov

M 49 Mikroiqtisodiyot. Makroiqtisodiyot: Darslik / E.I.Ergashev,
I.Bakiva, Sh.Fayziyev, B.Shermuxamedov; – T.: “Iqtisod-Moliya” 2019,
680 b.

Mazkur darslik bakalavriat yo‘nalishlarida ta‘lim oluvchi talabalarda ishlab chiqaruvchi subyektlar faoliyatini o‘rganish, mamlakat makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarini tahlil etish va uni dinamikasini qiyosiy taqqoslash hamda davlatning mikroiqtisodiy holati va makroiqtisodiy siyosati va strategiyasini to‘g‘ri asoslay olish ko‘nikmasini shakllantirishdan iborat.

Darslikda asosiy e‘tibor makroiqtisodiyotning asosiy masalalariga va ularning amaliyotda qo‘llanilishiga qaratilgan. Unda mamlakat makroiqtisodiy siyosatining hozirgi sharoitdagi xususiyatlariga alohida ahamiyat berilgan.

O‘quv qo‘llanma Oliy va o‘rta maxsus o‘quv yurtlarining iqtisodiy ta‘lim yo‘nalishlari bakalavrlari va o‘qituvchilari, shuningdek, mikroiqtisodiyot hamda makroiqtisodiyot bilan barcha qiziquvchilar uchun mo‘ljallangan.

UO‘K: 330.101.54(075.8)

KBK: 65.012.1

ISBN 978-9943-879-7

© E.I.Ergashev, I.Bakiva,

Sh.Fayziyev, B.Shermuxamedov, 2019

© “IQTISOD-MOLIYA”, 2019

KIRISH

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

2017–2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirishning Harakatlar strategiyasidagi beshta ustuvor yo'nalishlarda ko'zda tutilgan ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, ishlab chiqarish, transport-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilma loyihalarini amalga oshirishga qaratilgan faol investitsiya siyosatini olib borish, yuqori texnologiyali qayta ishlash tarmoqlarini, eng avvalo, mahalliy xomashyo resurslarini chuqur qayta ishlash asosida yuqori qo'shimcha qiymatli tayyor mahsulot ishlab chiqarishni jadal rivojlantirishga qaratilgan sifat jihatidan yangi bosqichga o'tkazish orqali sanoatni yanada modernizatsiya va diversifikatsiya qilish, iqtisodiyot tarmoqlari uchun samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish hamda mahsulot va hizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish, prinsipial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o'zlashtirish, shu asosda ichki va tashqi bozorlarda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta'minlash, ishlab chiqarishni mahalliyashtirishni rag'batlantirish siyosatini davom ettirish hamda, eng avvalo, iste'mol tovarlar va butlovchi buyumlar importining o'rnini bosish, tarmoqlararo sanoat kooperatsiyasini kengaytirish, iqtisodiyotda energiya va resurslar sarfini kamaytirish, ishlab chiqarishga energiya tejaydigan texnologiyalarni keng joriy etish, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanishni kengaytirish, iqtisodiyot tarmoqlarida mehnat unumdorligini oshirish¹ kabi vazifalar belgilangan bo'lib, bu

¹ 2017–2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha HARAKATLAR STRATEIYASI

vazifalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish ko'p jihatdan mamlakatimiz milliy iqtisodiyotining birlamchi bo'g'ini hisoblangan firmalar faoliyati, iste'molchilar xatti-harakati hamda turli resurslar va tovarlar bozorlari holatini alohida olingan tarzda tahlil qilish, ularni rivojlantirish omillaridan samarali foydalanish yo'llarini o'rganish kabi jarayonlarni tadqiq qilishga bog'liqdir.

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

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

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

Bu o'quv qo'llanmani tayyorlashda jahonning yetakchi universitetlarida keng miqyosda foydalanib kelinayotgan adabiyotlar G.Menkyuning "Mikroiqtisodiyot tamoyillari" (N.Gregory Mankiw "Principles of Microeconomics") hamda R.Pindayk va Rubinfeldning "Mikroiqtisodiyot" kitobidan foydalanilgan va ulardagi asosiy mavzular ushbu o'quv qo'llanmaning asosini tashkil etgan. Mazkur o'quv qo'llanmadan barcha qiziquvchilar: talabalar, dars olib boruvchi professor-o'qituvchilar foydalanishlari mumkin.

I BOB. MIKROIQTISODIYOT FANINING PREDMETI, MAQSADI VA VAZIFALARI

1.1. Resurslarning cheklanganligi va ularni taqsimlash

Bizga ma'lumki, iqtisodiyotning tarkibiy qismi hisoblangan mikroiqtisodiyot jamiyatdagi cheklangan resurslardan alohida xo'jalik yurituvchi subyektlar va alohida iste'molchilar qay darajada foydalanishini o'rganadi. Ko'pchilik jamiyatlarda, resurslar millionlab iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning birgalikdagi harakatlari yordamida taqsimlanadi. Shuning uchun ham mikroiqtisodiyotning vazifasi alohida olingan subyektlar tomonidan qaror qabul qilish jarayoni va o'zaro xatti-harakatlarini o'rganishdir: ular qancha ishlaydilar, ular nima sotib oladilar, ular qancha tejab qoladilar va ular qancha sarmoyalarini investitsiya qiladilar. Shu sababdan ham jamiyatning resurslarini boshqarish muhimdir, chunki bu resurslar cheklangan. Cheklanganlikning ma'nosi jamiyatdagi resurslar taqchil bo'lganligi uchun, jamiyat odamlar xohlaganday hamma tovar va xizmatlar bilan ta'minlay olmaydi. Uy xo'jaligi o'zining har bir a'zosiga ular xohlagan har bir narsani bera olmagan kabi, jamiyat ham o'zining har bir a'zosini ular intilayotgan darajadagi hayot tarzining yuqori darajasi bilan ta'minlay olmaydi².

Resurslarni cheklanganligi inson, oila, jamiyat oldiga tanlov muammosini qo'yadi:

- nima va qanday miqdorda ishlab chiqarish?
- qanday texnika va texnologiyani qo'llash?
- ishlab chiqarilgan mahsulot kim tomonidan iste'mol qilinadi?

Aynan shuning uchun mikroiqtisodiyot fanining e'tibor markazida – ishlab chiqarish uchun zarur resurslarning cheklanganlik muammolarini va ulardan oqilona foydalanishni ta'minlash yo'llarini o'rganish turadi.

Kishilarning cheksiz ehtiyojlarida resurslarning cheklanganlik

² N. Gregory Mankiw "Principles of Microeconomics", P.8

muammosini har qanday hal etilishi tanlash holatini, ya'ni insonlarning turli ehtiyojlarini qondiruvchi tovar va hizmatlarni ishlab chiqarish uchun bir resursni ishlatish mumkin emasligini ko'zda tutadi. Bunda inson har doim ham "barchasi yoki hech narsa" xilidagi qarorni qabul qilmaydi. Ko'pincha inson bir iqtisodiy ne'matning ma'lum miqdorini olish uchun boshqasining ma'lum miqdoridan voz kechadi. Bunday tanlov murosali deb ataladi. Murosali tanlov asosida muqobil qiymat tamoyili yotadi.

Muqobil qiymat – bu voz kechilgan boshqa iqtisodiy ne'mat qimmatini bilan o'lchanadigan iqtisodiy ne'mat qimmatidir.

Shuni esda saqlash lozimki, inson ehtiyojlarining birini qondiruvchi iqtisodiy ne'matlarni tanlash, boshqa ehtiyojni qondiruvchi iqtisodiy ne'matlardan voz kechishga olib keladi. Masalan, sizda mavjud bo'lgan 3 metr mato bo'lagidan yo ko'ylak, yoki kamzul tikish mumkin. Mato miqdorining cheklanganligi uchun ham sizda ham ko'ylak, ham kamzul tikish imkoni yo'q. Bu vaziyatda tanlash kerak bo'ladi. Bu tanlov yo ko'ylakdan, yoki kamzuldan voz kechishni ko'zda tutadi. Ko'ylakni tanlash qarori kamzulga ega bo'lishdan voz kechishni bildiradi, ya'ni yangi ko'ylakning qimmatini kamzulga ega bo'lib, olish mumkin bo'lgan foyda va quvonchlarga teng. Unda ko'ylakning muqobil qiymati borligi aytiladi – bu kamzul. Agar kamzul tanlansa – uning muqobil qiymati ko'ylak bo'ladi.

Mikroiqtisodiyot fani iqtisodiy ne'matlarni ishlab chiqarish va taqsimlash jarayonlarini o'rganib, ularni oqilona ishlatish tamoyiliga asoslanadi.

Oqilona ishlatish tamoyili bu inson oqilona faoliyatga intilishi, ya'ni eng kam resurslarni sarflab, o'zining eng ko'p ehtiyojlarini qondirishi haqidagi fikrdir. Bu ko'plab yo'llar ichidan inson cheklangan resurslardan yaxshiroq foydalanishga intilib, eng yaxshisini tanlashini bildiradi.

Agar resurslar mutioq cheklangan bo'lganida edi, tanlov qilish imkoni bo'lmas edi. Agar cheklanganlik bo'lmaganida, unda tanlov ham kerak bo'lmasdi. Tanlash muammosi cheksiz, chunki biz bitta qaror bilan cheklanmasdan, ularning ko'piga egamiz. Tanlov resurslardan

foydalanishning eng yaxshi yo'llari o'rtasida boradi va resurslardan foydalanishning eng yaxshi yo'li kam xarajat qilib eng yuqori natijaga erishish yo'li bo'ladi.

Har qanday fan singari mikroiqtisodiyot fani ham kuzatilayotgan voqealarni tushuntirish bilan shug'ullanadi. Masalan, ishlab chiqarishda iste'mol etiladigan xomashyo narxi o'zgarganda firmalar nima sababdan ishchilarni ishdan bo'shatish yoki ishga qabul qilishga intiladilar? Agar xomashyo 10 % ga qimmatlashsa, firma ularning qanchasini bo'shatish yoki qabul qilishi talab qilinadi? Shu haqidagi fikrlar mikroiqtisodiyotda tushuntiriladi.

Mikroiqtisodiyot bu taxminni ma'lum miqdorda tovar ishlab chiqarish maqsadida firma, ish kuchi, kapital qo'yilmalar hajmi va xomashyoning rejalashtirishini tushuntirib berish uchun qo'llaydi. Mikroiqtisodiyot ishlab chiqarishning asosiy omillari bo'lgan ish kuchi, kapital va xomashyo narxlarining o'zgarishiga, va shuningdek, bo'lg'usi o'z mahsulotining narxiga ko'ra firma ishlab chiqarishni qanday rejalashtirishini izohlab beradi.

1.2. Normativ va pozitiv mikroiqtisodiyot

Mikroiqtisodiyot fani firma va uy xo'jaliklarining qarorlarini va ularning maxsus bozorlardagi o'zaro aloqalarini, firma va uy xo'jaliklarining iqtisodiy qaror qabul qilishi va ularning bozordagi o'zaro aloqalarini, raqobat va ishchilar daromadi qanchalik ularning xatti-harakatlariga ta'sir qilishini ham o'rganadi.

Mikroiqtisodiyot fani makroiqtisodiyot bilan juda ham bog'liqdir, chunki, butun dunyoda sodir bo'layotgan iqtisodiy o'zgarishlar o'sha alohida individual subyektlarning iqtisodiy munosabatlarining mahsulidir. Makroiqtisodiy o'sishni mikrodarajadagi munosabatlarning uyg'unlashuviziz tasavvur qilish qiyin. Misol qilib olsak, makroiqtisodiyotchilar davlat miqyosida tovar va hizmatlardan olinadigan daromad solig'ining ta'sirini o'rganishlari uchun, ular har bir xo'jalik yurituvchilarning tovar va hizmatlarni ayirboshlashga bo'lgan salohiyatini bilishlari zarurdir. Mikroiqtisodiyot va makroiqtisodiyot bir-

biriga aloqador bo'lib o'xshab ketsa-da, ammo ikkisi alohida fandır. Chunki, ikkisi turli savollarga javob bo'ladi, har bir fanning o'zini alohida usullari mavjud bo'lib, ikkovi ham alohida fan sifatida bir-biridan ajralgan holda o'rganiladi.

Mikroiqtisodiyot ayrim subyektlar faoliyati bilan bog'liq. Bular jumlasiga: iste'molchilar, ishchilar, kapital, yer egalari, firmalar, ya'ni aslida iqtisodiyot amal qilishida muhim o'rin tutuvchi individ yoki xo'jalik subyektlari kiradi. Mikroiqtisodiyot iqtisodiyotning quyi bosqichida qanday qilib va nima sababdan xatti-harakatning amalga oshirilishini tushuntirib beradi. Masalan, iste'molchi nima uchun tovar sotib olishga jazm qildi; narx va daromad o'zgarishi tovar tanlashga qanday ta'sir etdi; firma ishchilari sonini qanday rejalashtiradi, ular qayerda, qancha ishlashi lozimligini aniqlaydi, shu kabi voqealarni mikroiqtisodiyot fani tushuntirib beradi. Mikroiqtisodiyotning yana boshqa bir muhim jihati tarmoqlarda, masalan sanoat tarmoqlarida bozorlardan tashkil topgan eng yirik tuzilmalar hosil bo'lishida iqtisodiyot subyektlarining o'zaro munosabatlarini o'rganishdir. Mikroiqtisodiyot shu narsani, masalan, Amerika avtomobil sanoatining tarixiy rivojlanish mantig'ini, avtomobil bozorida ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar qanday o'zaro munosabatga kirishishlarini anglab olishga yordam beradi. Bu fan avtomobillarga narx qanday belgilanishini, avtomobil kompaniyalarini yangi zavodlar qurilishiga mablag'larni qanday investitsiya qilishlarini, yiliga qancha avtomobil ishlab chiqarilishini tushuntirib beradi. Mikroiqtisodiyot ayrim firmalar va iste'molchilar faoliyatini o'rgangan holda sanoat tarmoqlari va bozorlar qanday faoliyat ko'rsatishini, bularning faoliyatiga boshqa mamlakatlardagi iqtisodiy sharoit va hukumat siyosati qay yo'sinda ta'sir etishini ochib beradi.

Mikroiqtisodiy nazariyaning ikki ko'rinishi o'zaro farqlanadi:

- a) pozitiv mikroiqtisodiyot;
- b) normativ mikroiqtisodiyot.

Pozitiv mikroiqtisodiyot real iqtisodiy hodisalarni va ularning aloqadorliklarini o'rganadi. Pozitiv tahlil iqtisodiyotdagi hodisalarni tushuntirishni bildirsa, normativ tahlil bular qanday bo'lishi kerak,

degan savolga javob beradi. AQSH hukumati avtomobillar importiga kvota belgilaydi, deylik. Bunda mamlakatda chiqariladigan avtomobillarning narxi, ularning miqdori va sotilishida nima o'zgaradi? Bu avtomobillardan foydalanuvchilarga va avtomobil sanoatida ishlovchilarga qanday ta'sir etadi, degan savollar paydo bo'ladi. Bu savollar pozitiv tahlil doirasiga kiradi. Mikroiqtisodiyotda pozitiv tahlil markaziy o'rin egallaydi. Benzina yangi hukumat darajasida soliq belgilash ko'rib chiqilyapti, deb faraz qilaylik. Yangi soliq kiritilishi bilan benzin narxi o'zgaradi, bu benzinni kam sarflaydigan avtomashinalarga bo'lgan talabni, shuningdek, bu mashinalardan kundalik hayotda foydalanilishi va boshqa narsalarni o'zgartirib yuboradi. O'z faoliyatini oqilona rejalashtirish uchun neft va avtomobilsozlik kompaniyalari davlat soliq siyosatining turli oqibatlarini qanday bo'lishini aniqlashlari kerak bo'ladi. Bu ishini avtomobil uchun ehtiyoq qismlar ishlab chiqaruvchilar, sayohat bilan shug'ullanuvchi firmalar ham bajarishi kerak. Avtomobil kompaniyalari soliq qabul qilingandan keyingi maksimal foydani, katta va kichik litrajli avtomobillar ishlab chiqarish hajmini aniqlashni, tejamli avtomobillarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan kapital qo'yilmalar miqdorini belgilashni xohlaydilar.

Normativ mikroiqtisodiyot esa qaysi sharoitlar yoki jihatlar maqbul yoki nomaqbul ekanligini belgilaydi, harakatning aniq yo'nalishlarini taklif etadi.

Normativ tahlil faqat iqtisodiy siyosatning sifatli tanloviga daxldor emas. U siyosatning aniq talqinlarini ishlab chiqishni ham qamrab oladi. Benzin solig'i maqbul degan qarorga kelingach, uning miqdori haqidagi masala yuzaga keladi. Biz xarajatlar va daromadlar muvozanatini hisobga olib benzina solinadigan soliq optimal miqdori qanday bo'ladi, degan savolni beramiz. Normativ tahlil ko'pincha baho berish xususidagi mulohazalar bilan to'ldiriladi. Masalan, benzina soliqni import qilinadigan neft uchun qo'yilgan boj bilan taqqoslab shunday xulosaga kelish mumkin, garchi neft solig'ini boshqarish yengil bo'lsa-da, bu kam daromadli iste'molchilarga ancha ko'proq ta'sir o'tkazishi mumkin. Bunday vaqtda jamiyat ijtimoiy adolatni iqtisodiy samaradorlik

bilan qiyoslab ko'rishini zarur bo'ladi. Baho berish xususidagi mulohazalar qo'llanilgan paytda mikroiqtisodiy siyosatning eng yaxshi varianti nimadan iborat, degan savolga javob berishga qodir bo'lmaydi. Ammo mikroiqtisodiyot omillarning o'zaro ta'sirini ko'rsatadi va bu bilan bahsli munozaraning oydinlashishiga yordam beradi.

1.3. Mikroiqtisodiyotning ahamiyati

Mikroiqtisodiyotning ahamiyati alohida tadbirkorlar, korxonalar, uy xo'jaliklari, oddiy fuqarolar faoliyatida zarur.

Amalda bizning asosiy maqsadlarimizdan biri xo'jalikka oid qarorlarga kelinganda qanday qilib mikroiqtisodiyot tamoyillari qo'llanishini ko'rsatishdan iborat. Mikroiqtisodiyotning amalda qo'llanishini ko'rsatuvchi jahon amaliyotida yuz bergan misolni keltiramiz.

Korporatsiya darajasida bir qarorga kelish. 1985-yilning oxirida «Ford» kompaniyasi oldingi g'ildiraklari tortadigan va samarali aerodinamik shaklga ega bo'lgan «Taurus» nomli yangi avtomobil modelini bozorga taqdim etdi. Mashina katta muvaffaqiyatga ega bo'ldi va 1987-yilga kelib «Ford» kompaniyasi foydasini deyarli 2 marta ko'paytirdi. Bu mashinaning dizayni va samarali ishlab chiqarilishi muhandislik tafakkurining eng yangi yutuqlarini qo'llash bilan bog'liq edi, u ancha-muncha iqtisodiy masalalarga ham daxldor bo'ldi. Firma menejerlari yangi dizayn xaridorlar tomonidan qanday ma'qullanishini tushunib yetishlari kerak edi. Iste'molchilarni mashinaning texnik tavsiflari va tashqi ko'rinishi qoniqtiradimi? Dastlabki talab qancha bo'ladi, u vaqt o'tishi bilan qanday o'zgaradi va bunga avtomobilning narxiga qanday ta'sir ko'rsatadi? Iste'molchilarning talab-ehtiyojini o'rganish, yangi mashinaga bo'lgan talabni prognozlash, mashina narxi o'zgaranda unga talabning o'zgarishi «Taurus» dasturining muhim qismini tashkil etdi. So'ng «Ford» model qiymatini belgilashi kerak edi: ishlab chiqarish xarajatlari va ularning yiliga qancha mashina chiqarilishiga qarab o'zgarishini aniqlash zarur edi. Shuningdek, kasaba uyushmasi bilan ish haqining miqdori to'g'risidagi muzokaralar natijasi,

po'lat va boshqa xomashyolar narxi ham hisobga olinishi kerak edi. Ishlab chiqarishda tajriba ko'paygan sari ishlab chiqarish xarajatlarining pasayish miqdori va tezligini ham tahlil etishga to'g'ri keldi. Bu ma'lumotlar maksimal foydani qanday olish mumkin, buning ucun yillga qanday miqdorda mashina chiqarishni rejalashtirish kerak, degan savollarga javob topish talab qilinar edi. «Ford» narx shakllantirish strategiyasini ishlab chiqishi kerak edi, bundan tashqari raqobatchilarning bu strategiyaga qanday javob berishini ham chamalab ko'rishiga to'g'ri kelar edi. Masalan, mashinaning dastlabki «yengillashtirilgan» modeliga past narx, lekin uning gidravlik boshqarish tizimi bor, havo konditsioneri mavjud individual modelga esa yuqori narx qo'yish kerakmi? Yoki mashinalarni «standart» qilib ishlab chiqarish va ularning jamiga ancha yuqori narx belgilash yanada qulay bo'ladimi? Bunga JM («Jeneral motors) va «Kraysler» kabi raqobatchilar «Ford» qo'ygan narxdan qat'iy nazar, qanday javob qaytaradilar? JM va «Kraysler» o'z mashinalari narxini tushirish orqali «Ford» ham narxni tushirishga majbur etadimi? «Ford»ning ham narxni pasaytirishga harakat qilishi xavfi JM va «Kraysler»ning narxlarni pasaytirishdan tiyib tura oladimi? «Taurus» dasturi yangi ishlab chiqarish uskunalariga katta kapital qo'yishni talab qilgan, kompaniya esa bu bilan bog'liq riskka va uning kutilayotgan oqibatlariga baho berishi zarur edi. Riskning bir qismi benzinning bo'lg'usi narxi aniq bo'lmasligi bilan (benzinning yuqori narxi kam litrajli mashinalarga talabni oshirib yuboradi), riskning boshqa qismi esa firma ishchilariga beriladigan ish haqi miqdorining aniq bo'lmasligi bilan bog'liq edi. Agar neftning jahon bozoridagi narxi 2-3 marta oshsa yoki hukumat benzina yangi soliq joriy etsa nima bo'ladi? Kasaba uyushmalari ish haqi to'g'risidagi muzokaralarda naqadar kuchlilik qiladi va bu ish haqi miqdoriga qanday ta'sir etadi?

Kapital qo'yish haqida qarorga kelinganda bu savollarga javoblarning noaniqligini qanday hisobga olish kerak? «Ford» birlashgan firma bo'lib ma'lum tashkiliy muammolarni ham hal etishi kerak edi, chunki uning bir bo'linmasi mashina ayrim qismlarini ishlab chiqaradi, boshqalari esa yig'ish bilan shug'ullanadi. Turli bo'linmalar

menejerlariga mukofot puli ajratilishi ham kerak. Avtomobilni yig'uvchi bo'limlar boshqa bo'limlardan oladigan dvigatellarga qanday narx qo'yishi lozim. Hamma detal va qismlarni o'z zavodlaridan olish kerakmi yoki ulardan ba'zilarini tashqaridan olish ma'qulmi? Nihoyat, «Ford» o'z faoliyatida hukumat va qonun chiqaruvchi idoralarning talablarini hisobga olishi kerak. Masalan, avtomobilning yangi modeli tashqi muhitga chiqaradigan gazlar federal me'yor, eng ko'p deganda, yo'l qo'yilgan darajadagi konsentratsiya talabiga javob berishi zarur bo'ladi, mashinalarni uzluksiz yig'ib borish esa xavfsizlik texnikasi va mehnatni muhofaza qilish qonunlariga mos kellihi kerak edi. Mazkur qoida va me'yorlar vaqt o'tishi bilan o'zgarishining eng ko'p ehtimoli qanday? Bular kompaniyaning xarajatlari va daromadlariga qanday ta'sir eta oladi?³

1.4. Bozor va uning vazifasi

Bozor iqtisodiyoti asosiy iqtisodiy vazifalarni hal etishda unga teng keladigan muqobil variantning yo'qligini isbotladi.

Birinchiidan, bozor ishlab chiqarish va iste'molning o'zaro bog'liqligini ta'minlaydi. Bu funksiyani u taklifni to'lov qobiliyatli talab hajmiga muvofiqligini o'rnatish orqali amalga oshiradi.

Ikkinchiidan, xolis ishlab chiqaruvchilar mehnatining natijalarini ijtimoiy baholashni kafolatlaydi. Bunday baholash mexanizmi oddiy, samarali va obyektivdir. U bir narsadan: oldi-sotdi bo'ladimi yoki yo'qligidan iborat.

Uchinchiidan, bozor ishlab chiqarishning yuqori samaradorligi uchun sharoit yaratadi. Bunga qoloqlarni ilg'orlardan «ajratuvchi» raqobat yordam beradi.

«Sof» bozor hech qachon mavjud bo'lmagan, bu hayoliy tizim - «mukammal raqobat» deb ataluvchi «hayoliy» modeldir. Erkin bozor yoki «mukammal raqobat» ishi qator majburiy shartlar, institutlar mavjudligi bilan aniqlanadi:

- xususiy mulkchilik;

³ Microeconomics, Second Edition by Robert S. Pindyck, 12 bet

- tadbirkorlik va tanlash erkinligi;
- shaxsiy manfaat faoliyatning asosiy sababi sifatida;
- raqobat;
- bozor narxlari tizimiga tayanish;
- davlat rolining cheklanganligi.

Bu barcha institutlar xo‘jalik faoliyatini rivojlantirish asosi sifatida iqtisodiy rag‘batlantirish tizimini vujudga keltiradi.

Xususiy mulkchilik – bu fuqaro yoki firmani iqtisodiy ne‘matga egalik qilish, foydalanish, taqsimlash huquqidir.

Agar mulkchilik huquqlari yaqqol aniqlangan va ishonchli himoyalangan bo‘lsa, bunday tizim resurslardan yaxshiroq foydalanishni ta‘minlaydi.

Tadbirkorlik erkinligi har qanday inson tadbirkorlik faoliyati bilan shug‘ullanishi mumkinligini: resurslarni sotib olish va o‘z tanloviga ko‘ra har qanday tovar va hizmatlarni ishlab chiqarishni tashkil etish, ularni bozorda sotish, pullarni bankka qo‘yish va boshqalarni ko‘zda tutadi.

Tanlash erkinligi resurs egalarini ularni o‘z xohishiga qarab foydalanish: xodimlar uchun har qanday faoliyat turi bilan shug‘ullanish, iste‘molchilar uchun o‘z pul daromadlariga tovar va hizmatlarni sotib olish imkoniyatini ko‘zda tutadi. Tanlovning to‘g‘riligi va tadbirkorlik erkinligi iqtisodiyot holati haqidagi axborot to‘la hajmining mavjudligi bilan aniqlanadi.

Shaxsiy manfaat faoliyatning asosiy sababi rag‘bat, xo‘jalik faoliyati sababidir. Bozorda faoliyat ko‘rsatayotgan barcha subyektlar o‘zining shaxsiy manfaatini ko‘zlaydi, ularni Adam Smit ta‘biricha “ko‘rinmas qo‘l” boshqaradi. U bozorning barcha qatnashchilarini barcha uchun farovonlikni oshishini ta‘minlovchi yo‘nalishda harakat qilishga undaydi. Har bir odamni boylikka intilishi umuman butun jamiyatning boyligiga olib keladi.

Raqobat – cheklangan resurslarning ko‘proq miqdoriga, ulardan eng ko‘p qaytim olish maqsadida ularni o‘z ixtiyoriga olish uchun xo‘jalik subyektlari o‘rtasidagi musobaqadir.

Odatda, raqobat odamlarni cheklangan resurslarni olish va ishlatishning eng oqilona yo'llarini izlashda ijobiy rol o'ynaydi.

Bozor narxlari tizimiga tayanish. Narx bozorda iqtisodiy vaziyat ko'rsatkichi bo'lib hizmat qiladi va uchta funksiyani bajaradi:

- 1) xaridor va sotuvchilar harakatini yo'naltiruvchi axborotni beradi;
- 2) ishlab chiqarishning samaralroq yo'llarini rag'batlantiradi;
- 3) bozor subyektlari o'rtasida daromadlarni taqsimlaydi.

Narxlar bu uchta funksiyani bajarishi uchun, ularning erkin harakatlanishini ta'minlash zarur bo'ladi.

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

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

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

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

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

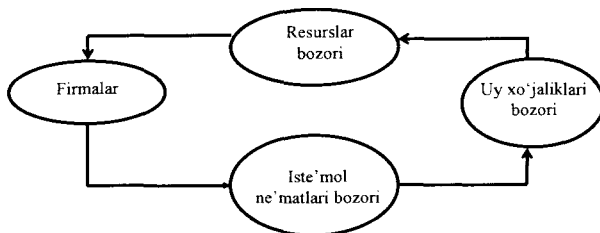
Jamiyatda vujudga keladigan yana bir muammo – bu iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar faoliyatini muvofiqlashtirishdir:

1) ishlab chiqaruvchilar faoliyatini (kim qaysi mahsulotdan qancha ishlab chiqaradi) muvofiqlashtirish;

2) iste'molchilar faoliyatini (kim, qaysi mahsulotdan, qancha iste'mol qiladi) muvofiqlashtirish;

3) ishlab chiqarish va iste'mol qilish bo'yicha qabul qilingan qarorlarni muvofiqlashtirish.

Bu muammo tovarlar aylanmasi modeli orqali tahlil qilinadi (1-rasm).



1.1-rasm. Muvofiqlashtirishning bozor mexanizmi

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

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

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

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

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

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

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

Nazorat savollari

1. Qanday vaziyatda iqtisodiy tizim barqaror va muvozanatli deb tushuniladi?
2. Mikroiqtisodiyotning asosiy belgisi va afzalligi nimadan iborat?
3. Mikroiqtisodiyot fani nimani o'rganadi?
4. Mikroiqtisodiy nazariyaning qanday ko'rinishlari mavjud?
5. Muqobil qiymat va murosali tanlov tushunchalari nimani anglatadi?
6. Oqilona ishlatish tamoyili qanday fikrni o'zida ifoda etadi?
7. Bozor tizimida noyob ne'matlar muammosi qanday tamoyillar asosida yechiladi?
8. Bozor tizimida muvofiqlashtirish masalalari qanday hal etiladi?

II BOB. MIKROIQTISODIYOTNING ASOSIY KATEGORIYALARI: TALAB VA TAKLIF⁴

2.1. Bozorlar va raqobat

Bozor – bu muayyan tovar yoki hizmatlarni xarid qiluvchilar va sotuvchilar guruhidir. Bir guruh xaridorlar tovarga talab miqdorini belgilaydi va bir guruh sotuvchilar tovar taklifini belgilab beradi.

Bozor ko'p shaklga egadir. Ayrim hollarda ular, masalan, ko'plab qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorlarida yuqori darajada tashkil etilgan bo'ladi. Bunday bozorlarda sotuvchi va xaridor muayyan vaqt va muayyan joyda uchrashadilar va kim-oshdi savdosida narxlar belgilanadi.

Ammo ko'pincha bozorlar kerakli darajada tashkil etilgan bo'lmaydi. Masalan, muayyan bir shaharda muzqaymoq savdosini ko'rib chiqaylik. Xaridorlar muayyan bir joyda uchrashmaydilar. Sotuvchilar har-xil joyda bo'ladilar va har-xil tovarni taklif qiladilar. Bu yerda kim-oshdi savdosi bo'lmaydi. Har bir sotuvchi o'zi narxni belgilaydi va xaridor qanaqa va qayerda muzqaymoq olishni o'zi hal qiladi. Shunga qaramay, bu holda ham sotuvchi va xaridor o'zaro hog'langan. Muzqaymoq xaridorlari ko'p sotuvchilar ichidan o'zining ehtiyojini qoniqtiradiganini tanlaydilar, sotuvchilar esa o'z o'rnida yaxshi savdo uchun xaridorlarni qiziqtirishga harakat qiladilar. Shunday qilib, qandaydir tashkilotchilik mavjud bo'lmashligiga qaramay, bozorni sotuvchi va xaridor shakllantiradi.

Raqobat nima?

Muzqaymoq savdosi, iqtisodiyotdagi ko'pchilik bozorlarga o'xshab, yuqori raqobat qobiliyatiga ega. Har bir xaridor bir necha sotuvchilar ichidan tanlash mumkinligini biladi va har bir sotuvchi uning mahsuloti boshqa sotuvchilarning mahsulotlari bilan bir xilligini anglaydi.

⁴ Ushbu bob G. Menkyuning "Mikroiqtisodiyot tamoyillari" (N. Gregory Mankiw "Principles of Microeconomics" 7 e.) kitobining IV bobi asosida tayyorlangan. 65-88 bet

Natijada, har bir muzqaymoq narxi va soni birgina xaridor yoki sotuvchi bilan aniqlanmaydi. Aksincha, har bir muzqaymoq narxi va soni barcha sotuvchilar va xaridorlarning o'zaro ta'siri bilan aniqlanadi.

Iqtisodchilar **raqobatdosh bozor** iborasini o'zida ko'plab sotuvchi va xaridorlarni jamlagan bozorni tavsif etish uchun ishlatadilar. Har bir sotuvchining narx bilan nazorat qilishi cheklangan, chunki boshqa sotuvchilar ham shunga o'xshash bo'lgan mahsulot bilan savdo qilishadi. Sotuvchida narxni pasaytirishga asosli sabab yo'q, ammo u kishi narxni birdan ko'tarsa, xaridorlar mahsulotni boshqa joyda xarid qiladilar. Taqqoslab aytganda, biron-bir xaridor narxga o'z ta'sirini ko'rsata olmaydi, chunki ulardan har biri arzimasa sonida mahsulotni xarid qiladi.

Bu bobda biz shartli ravishda barcha bozorlarni raqobatdosh deb hisoblaymiz. Bu yuqori shaklga erishish uchun bozor ikkita xususiyatga ega bo'lishi kerak: 1) savdoga taklif qilingan mahsulotlar bir xil bo'lishi shart; 2) sotuvchi va xaridorlarni soni shunchalik ko'p bo'lishi kerakki, ular narxga hech qanday ta'sir ko'rsatishlari kerak emas. Har bir sotuvchi va xaridor mutlaqo raqobatdosh bozor o'rnatgan narxni qabul qilishga majbur bo'lgani uchun, ular narxga o'z ta'sirini ko'rsatmaydigan, iqtisodiyot subyektlari deb ko'riladi. Bozor narxiga xaridorlar xohlagan narsasini sotib oladilar, sotuvchilar esa xohlagan narsasini sotadilar.

Ba'zi bir bozorlarni mutlaqo raqobatdosh deb hisoblash maqsadga muvofiqdir. Masalan, bozorda minglab bug'doy sotuvchilari va uning minglab xaridorlari mavjud. Ular jiddiy ravishda narxga o'z ta'sirini ko'rsatmasligini hisobga olgan holda, bozorning har bir ishtirokchisi narxni qanday bo'lsa shundayligicha qabul qilishga majbur.

Ammo, barcha tovar va hizmatlar ham raqobatdosh bozor sharoitida sotilmaydi. Ba'zi bozorlarda faqat bitta sotuvchi mavjud va u narxni aniqlaydi. Bunday sotuvchi monopolist deb nomlanadi. Misol uchun, sizning mahalliy kabel telekompaniyasi monopolist bo'lishi mumkin. Sizning shahringizda istiqomat qiluvchilar shu hizmatni taqdim qiladigan faqat bitta kabel telekompaniyasi mavjud bo'lgani uchun uni

tanlashlari mumkin. Lekin boshqa bozorlar mutlaqo raqobatdosh bozor va monopoliya orasida joylashgan.

Dunyo bozorlari ko'p ko'rinishga ega bo'lganiga qaramay, barcha bozorlarni mutlaqo raqobatdosh bozor deb hisoblash qulay soddalashtirishdir. Mutlaqo raqobatdosh bozorni tabliil qilish osondir, chunki uning har bir ishtirokchisi bozor sharoitida narxni qanday shakllantirsa, shunday qabul qiladi. Shuni aytib o'tish lozimki, har bir bozorni qaysidir ma'noda raqobatdosh deb hisoblasa bo'ladi, shu yo'lda biz mutlaqo raqobat sharoitida talab va taklifni o'rganishdan kelib chiqqan xulosalarni murakkabroq bozorlarga ham qo'llashimiz mumkin.

2.2. Talab

Biz bozorlarni o'rganishni xaridorlarning o'zini tutishini o'rganib chiqishdan boslaymiz. Diqqatimizni muzqaymoq savdosiga qaratamiz.

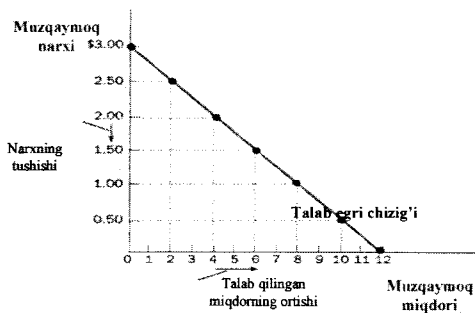
Talab egri chizig'i: narx va talab miqdorining o'zaro bog'liqligi

1 Rasm

Talab grafigi va talab egri chizig'i

Muzqaymoq narxi	Muzqaymoq miqdori
\$0.00	12
0.50	10
1.00	8
1.50	6
2.00	4
2.50	2
3.00	0

Talab grafigi – bu har bir narxda bo'lgan talabning hajmini ko'rsatuvchi jadval. Talab egri chizig'i narxning o'zgarishidagi talabning hajmi o'zgarishini ko'rsatadi. Past narx talabning hajmini ko'payishiga olib keladi, demak talab egri chizig'i pastga qarab ketadi.



Har bir tovarni **talab miqdori** – bu xaridorlar xohlagan va sotib olishi mumkin bo'lgan tovarlar sonidir. Biz ko'rishimiz mumkinki, talab miqdori ko'p omillar bilan aniqlanadi, ammo bozor ishlashini tahlil qilganda shuni bilishimiz mumkinki faqat bitta omil – tovarning narxi

hal qiluvchi o'rin tutadi. Agar bitta pufakning narxi 20\$ gacha ko'tarilsa, siz kamroq pufakchalarni xarid qilasiz. Agar pufakning narxi 0.20\$gacha tushib ketsa, siz ko'proq pufakchalarni xarid qilasiz.

Iqtisodiyotda ko'p tovarlar uchun narx va talab miqdorining o'zaro munosabati haqiqiydir va u shunchalik katta hajmga egaki, iqtisodchilar buni **talab qonuni** deb ataydilar: boshqa bir xil sharoitlarda tovarning narxi ko'tarilsa unga bo'lgan talab miqdori kamayadi, va aksincha, tovarning narxi tushganda unga bo'lgan talab miqdori ko'payadi.

Birinchi rasmda Katerina har oyda nechta muzqaymoq va qanday narxda sotib olishi ko'rsatilgan. Agar muzqaymoq tekin bo'lsa, Katerina oyiga 12 ta muzqaymoq yeydi. Muzqaymoqning narxi 0.50\$ bo'lsa, Katerina oyiga 10ta muzqaymoq iste'mol qiladi. Narxni ko'tarilishiga qaragan holda u borgan sari kam muzqaymoq sotib oladi. Narx 3.00\$ yetgan zahoti Katerina muzqaymoqni xarid qilishni to'xtatadi. Bu rasm **talab grafigini**, ya'ni boshqa omillar ta'sirida bo'lmagan tovarning narxi va talab miqdori o'zaro munosabatini ko'rsatadi.

Birinchi rasmda talab qonunini namoyon qilish uchun jadvaldan olingan sonlar ishlatiladi. Sharti ravishda, muzqaymoq narxi vertikal o'qida ko'rsatiladi, talab miqdori esa gorizontaal o'qida ko'rsatiladi. Pastga qarab ketayotgan chiziq narxni va talab miqdorini o'zaro bog'laydi va u **talab egri chizig'i** deb nomlanadi.

Bozor talabi individual talabga qarshi

Birinchi rasmda talab egri chizig'i mahsulotga bo'lgan individual talabni aks ettiradi. Tahlil uchun biz bozor talabiga, ya'ni aniq bir tovar yoki hizmatga bo'lgan individual talablarning yig'indisiga ta'rif berishimiz kerak.

Ikkinchi rasmdagi jadvalda shu bozorning ikkita subyekti; Katerina va Nikolasning muzqaymoqqa bo'lgan talabi ko'rsatilgan. Katerinaning talab grafigi u aniq bir narxdagi muzqaymoqni qaysi miqdorda xarid qilishini ko'rsatadi. Nikolasning talab grafigi esa u qancha muzqaymoqni sotib olishini ko'rsatadi. Har bir narxdagi bozor talabi ikkita subyektning talabini yig'indisini ifodalaydi.

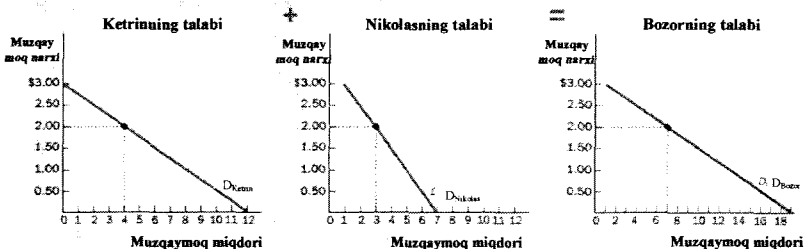
Ikkinchi rasmdagi grafikda shu ikkita talab grafikiga tegishli egri chiziq ko'rsatilgan. Shunga e'tibor beringki, bozor talabi egri chizig'ini olish uchun biz gorizontol holatda individual talabni ja'mini olamiz. Ya'ni, har bir narxda bo'lgan umumiy talab miqdorini olish uchun biz har bir individual talab egri chizig'ining gorizontol o'qida joylashgan yakka ko'rsatkichlarni jamlaymiz.

Bozorda talabning hajmi har bir xaridorning har bir narxdagi talab hajmining yig'indisini tashkil etadi. Bozor talabining egri chizig'i gorizontol joylashgan yakka talabning yig'indisi deb olinadi. Agar narx 2.00\$ teng bo'lsa, Ketrinning talabi hajmi 2 ta muzqaymoq, Nikolasniki esa - 3 tani tashkil etadi. Bozorda bu narxda talab hajmi 7 ta muzqaymoqqa teng bo'ladi.

Rasm 2

Bozor talabi individual talablar yig'indisiga teng

Muzqaymoq narxi	Katerina	Nikolas	Bozor
\$0.00	12	7	19
0.50	10	6	16
1.00	6	5	13
1.50	6	4	10
2.00	4	3	7
2.50	2	2	4
3.00	0	1	1



Bizni bozorning ishlashini tahlil qilish qiziqirgani uchun, biz ko'pincha bozor talabining egri chizig'i bilan ishlaymiz. Bozor talabining egri chizig'i tovarga bo'lgan umumiy talab miqdori narxlar o'zgarishi va boshqa doimiy sharoitlardagi o'zgarishini ko'rsatadi.

Talab egri chizig'ini siljishi

Talab egri chizig'i boshqa teng sharoitlarda haqqoniy bo'lsa, u vaqt o'tgan sari turg'un bo'lmaydi. Agar nimadir talab miqdorini o'zgartirsa, bu holda talab egri chizig'ining siljishi kuzatiladi. Masalan, deylik, Amerikalik Tibbiyot assotsiatsiyasi odamlar ko'p miqdorda muzqaymoq iste'mol qilishsa, ular uzoq umr ko'rishini aniqlashdi. Bunday kashfiyot

talab egri chizig'ini ko'taradi. Har bir paytdagi narxda xaridorlar ko'proq muzqaymoqni sotib olishni xohlaydilar, va shu yol bilan talab egri chizig'i siljiydi.

3-rasmda talab egri chizig'i siljishi aks ettirilgan. Har bir narxdagi talabni ko'paytiradigan har qanaqa o'zgarish, masalan Amerikalik Tibbiyot assotsiatsiyasining kashfiyoti, talab egri chizig'ini o'ng tomonga siljitadi va bunday siljish *talabni ko'payishi* deb nomlanadi. Har bir narxdagi talabni kamaytiradigan har qanaqa o'zgarish talab egri chizig'ini chap tomonga siljitadi va bunday siljish *talabni pasayishi* deb nomlanadi.

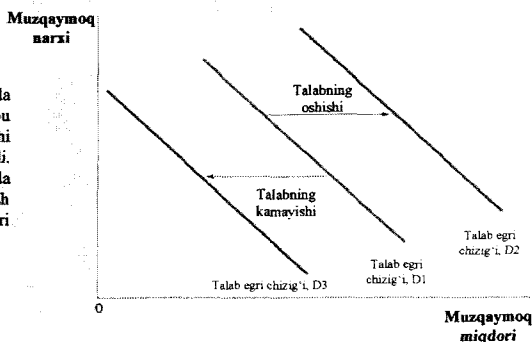
Talab egri chizig'iga ko'plab o'zgaruvchan omillar o'z ta'sirini ko'rsatadi. Ulardan eng muhimi shulardir.

Daromad. Agar siz yozda ishingizni yo'qotsangiz, sizning muzqaymoqqa bo'lgan talabingiz qanday o'zgaradi? Umuman olganda u tushadi. Kam foyda olganda sizning jami sarf-xarajatlaringiz kamayadi. Shu nuqtayi nazardan sizning yaxshi tovarlarga bo'lgan xarajatingiz ham kamayadi. Agar daromad tushganda biron-bir mahsulotga bo'lgan talab tushsa ushbu tovar **odatiy tovar** deyiladi.

3 Rasm

Talab egri chizig'idagi o'zgarish

Mahsulot narxi ma'lum bir darajada bo'lganda iste'molchilarni ushbu tovarni sotib olish hajmining oshishi talab egri chizig'ini o'ngga siljitadi. Berilgan narx darajasida iste'molchilarning tovarlarni sotib olish hajmining pasayishi talab egri chizig'ini chapga siljitadi.



Barcha tovarlar ham odatiy tovarlar emas. Agar daromad tushganda biror tovarga bo'lgan talab oshsa, ushbu tovar **past darajali tovar** deyiladi. Past darajali tovarga misol qilib avtobus chiptasini

keltirishimiz mumkin. Daromadingiz tushganda mashina haydash yoki taksi minishdan ko'ra avtobusga chiqishni ma'qul ko'rasiz.

O'rin bosuvchi tovarlar narxi. Faraz qiling muzlatilgan yogurtning narxi tushdi. Talab qonuniga ko'ra siz muzlatilgan yogurt sotib olasiz. Ayni shu paytda siz muzqaymoq kamroq xarid qilasiz. Chunki muzqaymoq va muzlatilgan yogurt birdek sovuq, shirin, kremli, ular sizning ehtiyojigizni birdek qondiradi. Bir mahsulot narxining tushishi boshqa bir mahsulotga bo'lgan talabni kamaytiradi va bu tovarlar **o'rin bosuvchi tovarlar** deyiladi. O'rin bosuvchi tovarlar asosan bir joydan xarid qilinadigan tovarlar hisoblanadi, masalan, hot-dog va gamburger, sviter va ko'ylak, kino chiptasi va video ijarasi.

Faraz qiling suyuq shokoladning narxi tushdi. Talab qonuniga ko'ra siz undan ko'proq sotib olasiz. Shu sababli siz ko'proq muzqaymoq ham sotib olasiz, chunki muzqaymoq va suyuq shokolad birga iste'mol qilinadi. Bir mahsulot narxining tushishi boshqa bir mahsulotga bo'lgan talabni oshiradi, bu mahsulotlar **to'ldiruvchi tovarlar** deyiladi. To'ldiruvchi tovarlar birgalikga ishlatiladi, masalan, benzin va avtomobil, kompyuter va dastur.

Did. Sizning talabingizni aniqlab beradigan asosiy narsa bu sizning ehtiyojigiz. Agar siz muzqaymoqni yoqtirsangiz uni ko'proq xarid qilasiz. Iqtisodchilar odatda insonlarning ehtiyojini o'rganishga harakat qilishmaydi, chunki ehtiyoj tarixan insonlarning o'ziga xos bo'lib kelgan psixologik kuch hisoblanadi. Ammo iqtisodchilar ehtiyoj o'zgarganda nima bo'lishini tahlil qilishadi.

2.1-jadval

O'zgarish	O'zgarishning ta'siri	Xaridorlarga ta'sir qiladigan o'zgaruvchilar
Tovarlar bahosi	Talab egri chizig'i bo'ylab harakatni ifodalaydi	Ushbu jadvalda biror tovarni xarid qiluvchilarning o'zgarishiga ta'sir
Daromad O'rin	Talab egri chizig'ini o'zgartiradi	

bosuvchi tovarlar	Talab egri chizig'ini o'zgartiradi	etadigan omillar keltirilgan. Bunga eng asosiysi baho hisoblanadi.
bahosi	Talab egri chizig'ini o'zgartiradi	
Did	Talab egri chizig'ini o'zgartiradi	
Kutish	Talab egri chizig'ini o'zgartiradi	
Xaridorlar soni	Talab egri chizig'ini o'zgartiradi	

Kutish. Sizning kelajakka bo'lgan ishonchingiz bugungi kunda tovar yoki xizmatlarga bo'lgan talabingizga ta'sir qilishi mumkin. Masalan, siz keyingi oyda yuqoriroq daromad olishga ishonsangiz, hozirda kamroq pul jamg'arasiz va joriy daromadingizning ko'p qismini muzqaymoqqa sarflaysiz. Yana bir misol, ertaga muzqaymoq narxini tushishiga ishonsangiz, bugungi narxda kamroq muzqaymoq sotib olishga harakat qilasisz.

Xaridorlar soni. Avvalgi omillarga qo'shimcha tarzda xaridorlar xatti-harakatiga ta'sir qiluvchi omillar bir nechta bo'lib, bozor talabi xaridorlar soniga bevosita bog'liq. Agar Piter muzqaymoq iste'molchilari Katerina va Nikolasga qo'shilganda edi bozordagi talab miqdori oshgan va bozor talabi o'sgan bo'lardi.

Xulosa. Talab egri chizig'i boshqa o'zgaruvchilar o'zgarmas bo'lganda ushbu tovarning bahosini o'zgarishi talab miqdorining o'zgarishiga qanchalik ta'sir etishini ifodalaydi. Boshqa o'zgaruvchilardan birortasi o'zgarganda talab egri chizig'i ham o'zgaradi. 1-jadvalda o'zgaruvchilar mahsulot sotib oluvchilar soniga qanchalik ta'sir etishi keltirib o'tilgan. Agar siz talab egri chizig'ining siljish yoki siljimasligi bo'yicha muammoga duch kelsangiz, 2-bo'limning ilovasi sizga yordam beradi. Ikkala o'qdagi tegishli o'zgaruvchida o'zgarish bo'lganda o'q joyidan siljiydi. Chunki narx vertikal o'qda joylashadi, narxdagi o'zgarish talab egri chizig'i boylab bo'ladigan o'zgarishni ko'rsatadi. Daromad esa faqat bitta tegishli o'qdagi o'zgaruvchi o'zgarganda siljiydi.

Chekishga bo'lgan talab miqdorini kamaytirishning ikki yo'li

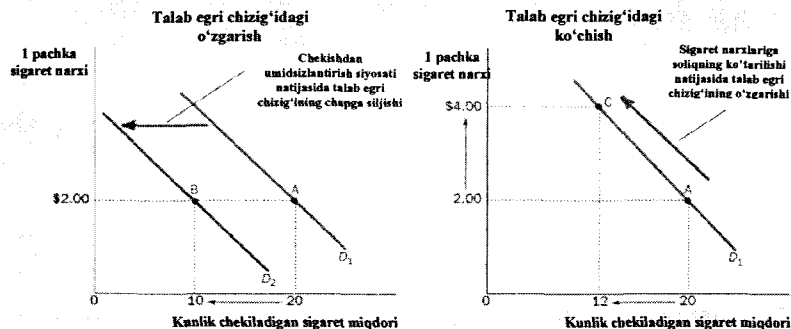
Jamiyatdagi siyosatchilar insonlar chekishning hajmini kamaytirishga ko'p harakat qilishadi. Ushbu maqsadga erishishning ikkita yo'li bor.

Birinchisi, sigareta va tamaki mahsulotlariga bo'lgan talab egri chizig'ini o'zgartirish kerak. Ya'ni istalgan turdagi sigaretalar haqida ommaviy axborot vositalaridan, televideniya dan chekishni taqiqlaydigan ko'rsatuvlarni qo'yish, sigareta qutilariga yozish kerak. Agar bu muvaffaqiyatli bo'lsa, sigaretalarga bo'lgan talab egri chizig'i 4 rasm (a) qismdagidek chapga siljiydi.

4 Rasm

Talab egri chizig'i va talab egri chizig'ining ko'chishi o'rtasidagi o'zgarish

Agar sigaret qutisidagi ogohlantirish chekuvchilarni kamroq chekishga ishonтира, talab egri chizig'i chapga siljiydi. (a) qismda talab egri chizig'i D1 dan D2ga siljiydi. Bir paketi 25 bo'lsa, talab miqdori kuniga 20ta sigaretdan 10ta sigaretaga tushadi. Natijada o'zgarish A nuqtadan B nuqtaga tushadi. Agar sigaret narxiga soliq oshsa, talab egri chizig'i o'zgarmaydi. Bunda talab egri chizig'ida turli nuqtalarda o'zgarishlarni ko'rishimiz mumkin. (b) qismda narx 2\$dan 4\$ga oshganda talab miqdori kuniga 20ta sigaretdan 12taga pasayadi. Natijada o'zgarish A nuqtadan C nuqtaga ko'chadi.



Muqobil yo'llardan biri siyosatchilar sigaretalar narxini oshirishi kerak. Agar hukumat sigaret ishlab chiqarishga katta soliq joriy qilsa, masalan, soliqlar hisobiga sigaretalar narxini oshirish kerak. Yuqori darajadagi narx chekuvchilarni ular chekadigan sigaretalar miqdorini kamaytirishga undaydi. Shu sababdan, bu talabni oshirmaydi. Buning o'miga 4-jadvaldagi (b) qismdagi kabi miqdorni kamaytiradi.

Narxni qanchaga o'zgartirsak, chekish hajmi kamayadi va qanchaga? Iqtisodchilar sigareta narxida qancha o'zgarish bo'lishi kerakligi yuzasidan izlanish olib bordilar. Ular aniqlashdiki, narxning

10 %ga oshishi talab hajmini 4 %ga qisqartiradi. O'smirlar sigareta narxiga ta'sirchan bo'lishadi. Narxning 10 %ga ortishi o'smirlar orasidagi chekishni 12 %ga kamaytiradi.

Xuddi shunday savol – sigaretalarning narxini oshishi marixuana kabi taqiqlangan dorilarga bo'lgan talabga qanday ta'sir qiladi. Sigareta va marixuana bir-birini to'ldiruvchi tovarlar hisoblanib, sigaretaning narxini oshishi marixuananing iste'molini oshiradi. Ko'pchilik ekspertlar sigaret narxini pasayishi tamaki va marixuanani paydo bo'lishiga olib kelishadi deb hisoblaydilar.

2.3. Taklif

Biz endi bozorning ikkinchi tomonidan tahlilni davom ettiramiz. Yana bir marta fikringizni jamlang, keling muzqaymoq bozori haqida o'ylab ko'ramiz.

Taklif egri chizig'i: narx va taklif miqdori o'rtasidagi bog'liqlik

Biron-bir mahsulot yoki xizmatga bo'lgan **taklif miqdori** ushbu tovarlarni bozordagi xaridorlari soni bilan ifodalanadi. Taklif miqdorining bir qancha qismlari mavjud, ammo yana bir marta narx bizning tahlilda asosiy o'rinni egallaydi. Muzqaymoq narxi yuqori bo'lganda muzqaymoq sotish daromadli bo'ladi va natijada muzqaymoq sotish hajmi oshadi. Muzqaymoq sotuvchilar ko'proq ishlashadi, ko'proq muzqaymoq texnikasi xariq qilinadi va ko'p ishchi yollanadi. Ammo muzqaymoq narxi past bo'lganda bu biznes kam daromadli bo'ladi va sotuvchilar kam muzqaymoq ishlab chiqaradi. Ba'zi narxda bir qancha sotuvchilar butunlay ishlab chiqarishni to'xtatadilar va ularning ishlab chiqarish hajmi nolga teng bo'ladi. Ushbu taklif miqdori va narx o'rtasidagi bog'liqlik **taklif qonuni** deyiladi. Narx oshganda taklif miqdori ham oshadi, narx tushganda taklif miqdori ham tushadi.

5-rasmda har oyda Ben tomonidan ishlab chiqariladigan muzqaymoq miqdori keltirilgan. Narx 1\$ga tushganda Ben muzqaymoq ishlab chiqarishni butunlay to'xtatadi. Narx oshgan sari ishlab chiqarish hajmi ham oshadi. Ushbu jadval ishlab chiqarish hajmiga ta'sir etuvchi

boshqa omillar o'zgarimas bo'lganda narxning taklifga ta'sirini ko'rsatadi.

5-rasmda taklif qonuni ifodalangan. Narx va taklif miqdorini bog'liqligini ifodalovchi egri chiziq **taklif egri chizig'i** deyiladi. Taklif egri chizig'i oshmoqda, chunki narxning oshishi ishlab chiqarish hajmini oshiradi.

Bozor taklifi individual taklifga qarshi

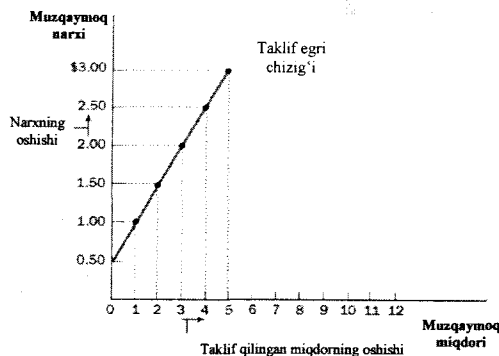
Bozor talabi bu – xaridorlar talablarining umumiy yig'indisidir, bozor taklifi esa sotuvchilar takliflarining umumiy yig'indisidir. 6-rasm bozordagi ikkita muzqaymoq sotuvchilari – Ben va Jerryning ishlab chiqargan muzqaymoqlari miqdorini ifodalaydi.

5 Rasm

Benning taklif ro'yxati va taklif egri chizig'i

Muzqaymoq narxi	Muzqaymoq miqdori
\$0.00	0
0.50	0
1.00	1
1.50	2
2.00	3
2.50	4
3.00	5

Ushbu jadval har bir narxda ishlab chiqarish hajmini ko'rsatadi. Ushbu taklif egri chizig'i narx o'zgariganda ishlab chiqarish hajmi qanchalik o'zgarishini ifodalaydi. Chunki narxning o'sishi taklif miqdorini oshiradi va taklif egri chizig'i yuqoriga siljiydi.



Benning taklifi chizig'i Ben ishlab chiqargan muzqaymoqlar miqdorini bildiradi, Jerryning taklif chizig'i esa Jerry ishlab chiqargan muzqaymoqlar miqdorini bildiradi. Bozor taklifi shu ikkala individual takliflar yig'indisiga teng.

6-rasmdagi grafik taklif jadvaliga mos keluvchi taklif egri chiziqlarini ifodalaydi. Talab egri chizig'iga o'xshab, biz individual taklif chiziqlarini gorizontali yig'indisi orqali bozor taklifi egri chizig'iga ega bo'lamiz. Bu degani, biz istalgan narxdagi taklif miqdorini topish

uchun gorizontali o'qdagi individual taklif chiziqlari orqali topilgan yakka miqdorlarni qo'shamiz. Bozor taklifi egri chizig'i tovarning narxi o'zgarishi bilan umumiy taklif miqdori qanday o'zgarishini ko'rsatadi, bunda ishlab chiqaruvchining qancha sotishi to'g'risidagi qaroriga ta'sir qiluvchi narxdan boshqa omillar o'zgarimas deb qabul qilinadi.

Taklif egri chizig'idagi o'zgarish

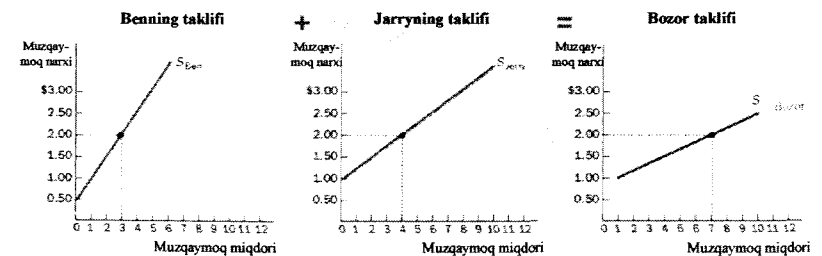
Taklifga ta'sir etuvchi omillardan birining o'zgarishi ham taklif egri chizig'ining o'zgarishiga sabab bo'ladi. Faraz qiling shakarning narxi tushdi. Shakar muzqaymoq tarkibiga kiradi, shuning uchun ham muzqaymoq ishlab chiqarish daroinadli hisoblanadi. Bu muzqaymoq taklifining oshishiga sabab bo'ladi. Muzqaymoq taklifining egri chizig'i o'ngga siljiydi.

Rasm 6

Muzqaymoq narxi	Ben	Jerry	Bozor
\$0.00	0	0	0
0.50	0	0	0
1.00	1	0	1
1.50	2	2	4
2.00	3	4	7
2.50	4	6	10
3.00	5	8	13

Bozor taklifi - individual takliflar yig'indisi.

Bozordagi taklif individual takliflarning yig'indisi hisoblanadi. Bozor taklifi individual takliflardan kelib chiqib aniqlanadi. Narx 2\$ bo'lganda Ben 3ta muzqaymoq ishlab chiqarsa, Jerry 4ta ishlab chiqaradi. Ushbu narxda bozor taklifi 7 tani tashkil qiladi.

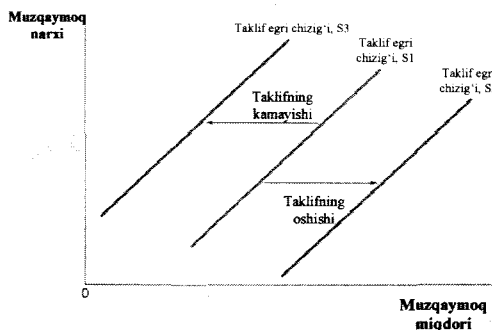


7-rasmda taklif o'zgarishi ifodalangan. Shakar narxining tushishi muzqaymoq ishlab chiqarish hajmini oshishiga sabab bo'lgan. Shuningdek, taklifning kamayishi taklif egri chizig'ini chapga siljitgan va bu taklifning kamayishi deyiladi.

Taklif egri chizig'ini o'zgartiradigan bir qancha omillar mavjud bo'lib, quyida ular bilan tanishamiz:

Xarajatlar. Muzqaymoq ishlab chiqarishda sotuvchilar turli xil xarajatlar qiladi: qaymoq, shakar, ta'm beruvchi preparatlar, muzqaymoq mashinasi, ishlab chiqarish binosi hamda mahsulotni ishlab chiqaradigan va mashinalarni boshqaradigan ishchi kuchi xarajatlari.

Yuqorida ta'kidlangan xarajatlardan biri yoki bir nechta miqdorining oshishi, mahsulot foydaliligini kamaytiradi va taklif qisqarishiga olib keladi. Agar xarajat keskin oshsa, firma yopilishi mumkin va hech qanday muzqaymoq taklifi ham bo'lmaydi. Shu sababli mahsulot taklifi mahsulotga qilinadigan xarajat miqdori bilan teskari bog'lanishga ega.



Rasm 7

Taklif egri chizig'idagi o'zgarishlar.

Berilgan narxda ishlab chiqarish taklifining oshishi taklif egri chizig'ini o'ngga siljitadi, ishlab chiqarish taklifining kamayishi esa taklif egri chizig'ini chapga siljitadi.

Texnologiya. Taklifning boshqa bir muhim omili bu xarajatlarni muzqaymoqqa aylantiruvchi texnologiyadir. Misol uchun, mexanizatsiyalashgan muzqaymoq mashinasining kashf qilinishi, muzqaymoq ishlab chiqarish uchun zarur bolgan mehnat miqdorini kamaytirdi. Texnologiyadagi rivojlanish mahsulot taklifini firma xarajatlarini qisqartirish orqali o'stirdi.

Kutish. Firma taklif qiladigan bugungi muzqaymoq miqdori uning kelajakka bo'lgan ishonchiga bog'liq bo'lishi mumkin. Masalan, agar firma kelajakda muzqaymoq narxi oshishiga ishonsa, u joriy

mahsulotning bir qismini omborga joylashtiradi va bugungi taklifini qisqartiradi.

Sotuvchilar soni. Yuqorida ta'kidlangan sotuvchilar xulqiga ta'sir etuvchi omillarga qo'shimcha, bozor taklifi sotuvchilar soniga bog'liq. Agar Ben yoki Jerry muzqaymoq biznesidan chetlanganda, bozordagi taklif tushar edi.

Xulosa. Taklif egri chizig'i sotuvchilarga ta'sir etuvchi boshqa omillarni o'zgarimas ushlab turgan holda, tovar narxi o'zgarishining, uning taklif miqdoriga ta'sirini ifodalaydi. Qachonki, o'zgaruvchilarning boshqa biri o'zgarsa, taklif egri chizig'i o'zgaradi. 2-jadval ishlab chiqaruvchilar taklifiga ta'sir etuvchi omillarni ro'yxatga oladi.

2.2-jadval

Sotuvchilarga ta'sir etuvchi o'zgaruvchilar.	Omillar	Omillar o'zgarishi
Jadval ishlab chiqaruvchilar taklif miqdoriga ta'sir qiluvchi omillarni ro'yxatga oladi. Mahsulot narxi yaxshi o'yinlarning maxsus rolini aks ettiradi: mashulot narxidagi taklif egri chizig'i bo'ylab harakatni ifodalaydi, modomiki, omillardan boshqa birining o'zgarishi taklif egri chizig'ini o'zgartiradi.	Tovar narxining o'zi	Taklif egri chizig'i bo'ylab harakatni ifodalaydi
	Tannarx	Taklif egri chizig'ini
	Texnologiya	o'zgartiradi
	Kutish	Taklif egri chizig'ini
	Sotuvchilar soni	o'zgartiradi Taklif egri chizig'ini o'zgartiradi Taklif egri chizig'ini o'zgartiradi

Yana bir bor, taklif egri chizig'ini o'zgartirish yoki ko'chirishni xohlasangiz, yodda tuting, ikkala o'qda ham nomi keltirilmagan aloqador omillar o'zgarandagina egri chiziq o'zgaradi. Narx vertikal o'qda bolganligi tufayli, narxdagi o'zgarishlar taklif egri chizig'i bo'ylab harakatni ifodalaydi. Qiyoslaganda, tannarx, texnologiya

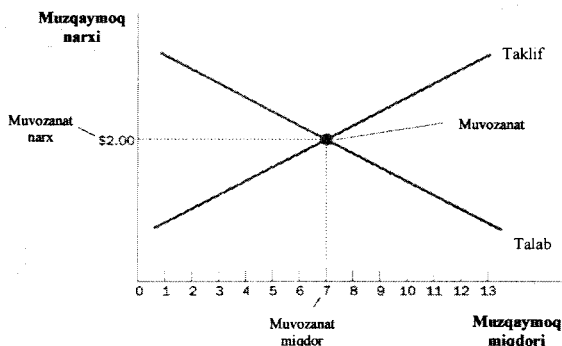
kelajakka ishonch, hamda sotuvchilar soni ikkala o'q bilan ham o'lchanmaganligi sababli, bulardan biridagi o'zgarish taklif chizig'ining o'zgarishiga olib keladi.

2.4. Talab va taklif birgalikda

Talab va taklif alohida tahlil qilingach, biz endi ularni bozorda sotiladigan tovar narxi va miqdoriga ta'sirini aniqlash maqsadida birgalikda ko'ramiz.

Muvozanat

8-rasmda bozor taklifi egri chizigi va bozor talabi egri chiziqlari birgalikda tasvirlangan. Talab va taklif egri chiziqlari bir nuqtada kesishganiga e'tibor berish lozim. Bu nuqta **bozor muvozanati** deb ataladi. Bu kesishish nuqtasidagi narx **muvozanatli narx**, miqdor esa **muvozanatli miqdor** deyiladi. Bu yerda muvozanatli narx \$2 va muvozanatli miqdor 7 ta muzqaymoq.



Rasm 8

Talab va taklif muvozanati

Muvozanat nuqta talab va taklif egri chiziqlari kesishadigan nuqta hisoblanadi. Muvozanat narxda talab miqdori va taklif miqdori tenglashadi. Bu yerda muvozanat narx \$2; bu narxda 7 dona muzqaymoq taklif qilinadi va 7 dona muzqaymoqqa talab mavjud.

Lug'at muvozanat so'zini turli xil kuchlarning tenglik holati sifatida ta'riflaydi va bu bozor muvozanatini ham ifodalaydi. Muvozanat narxda, xaridorlar sotib olishga tayyor va qodir bo'lgan tovarlar miqdori, sotuvchilar yetkazib berishga tayyor va qodir bo'lgan tovarlar miqdoriga teng boladi. Muvozanatli narx ba'zan bozorni tozalovchi narx deyiladi,

chunki, bu narxda, bozorda hamma qoniqadi: xaridorlar istagan miqdorlaridagi barcha mahsulotlarini xarid qiladilar, sotuvchilar esa istagan miqdorlaridagi barcha mahsulotlarini sotadilar.

Xaridor va sotuvchilar harakati bozorni tabiiy ravishda talab va taklif muvozanati tomon harakatlantiradi. Sababini aniqlash uchun bozor narxi muvozanatli narxga teng bo'lmagan holatda nima bo'lishini ko'rib chiqishi lozim.

Dastlab tasavvur qiling, bozor narxi muvozanatli narxdan yuqori 9-shakl (a). Narx \$2.50 bo'lganda taklif qilinadigan mahsulot miqdori (10 dona muzqaymoq) mahsulotga bo'lgan talab miqdoridan (4 dona muzqaymoq) oshadi. Bu yerda mahsulot ortiqchaligi paydo boladi: sotuvchilar mazkur narxda barcha mahsulotlarini sota olmaydilar. Qoldiq ba'zan taklif ortiqchaligi holati sifatida qaraladi. Qachonki muzqaymoq bozorida mahsulot ortiqchaligi kuzatilsa, muzqaymoq sotuvchilari muzlatkichlari ular sotishni xohlaydigan ammo sota olmaydigan muzqaymoqlar bilan to'ladi. Ular mahsulot ortiqchaligiga mahsulot narxini pasaytirish orqali javob qaytaradi. Narxlarning tushishi mahsulotga bo'lgan talab miqdorini oshiradi va taklif miqdorini kamaytiradi. Narxlar tushishi bozor muvozanatga erishguncha davom etadi.

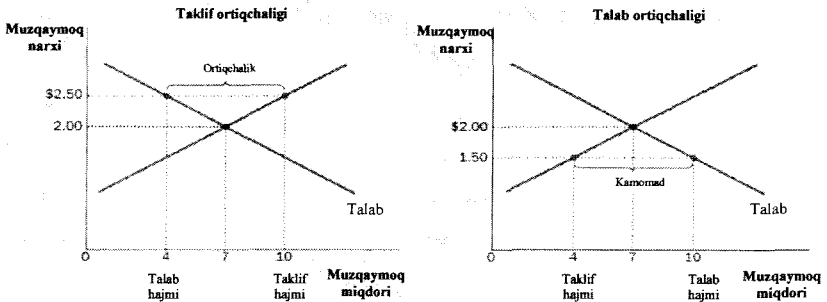
Endi faraz qiling bozor narxi muvozanat narxidan quyi holatda 9 rasm (b). Bu holatda bir dona muzqaymoq uchun narx \$1.50 va mahsulotga bo'lgan talab miqdori taklif miqdoridan oshadi. Bu holatda tovar taqchilligi kelib chiqadi: Talabgorlar mazkur narxda istagan mahsulotlarini barchasini xarid qila olmaydilar.

Muzqaymoq bozorida taqchillik sodir bo'lganda, xaridorlar oz miqdordagi muzqaymoqlardan birini xarid qilish uchun uzoq navbatda turishlariga to'g'ri keladi. Ko'p xaridorlar oz mahsulot ortidan quvishi, taqchillikka sotuvchilar savdo hajmini yo'qotmagan holda narxni ko'tarish orqali javob qaytaradi. Narx o'sishi tufayli talab miqdori tushadi, taklif miqdori oshadi va bozor yana qayta muvozanat nuqtaga qarab harakatlanadi.

9 Rasm

Muvozanatda bo'lmagan bozorlar

(a) qismda ortiqchalilik tasvirlangan. Bozor bahosi (\$2.50) muvozanat narxdan yuqori bo'lganligi sababli mahsulot taklifi miqdori (10 ta muzqaymoq) mahsulotga bo'lgan talab miqdorigidan (4 ta muzqaymoq) oshadi. Mol yetkazib beruvchilar muzqaymoq narxini qisqartirish orqali sotish hajmini oshirishga harakat qiladi va bu narxni muvozanat nuqta tomon harakatlantiradi. (b) qismda yetishmovchilik tasvirlangan. Bozor narxi muvozanat narxdan quyida bo'lganligi sababli mahsulotga bo'lgan talab miqdori (10 ta muzqaymoq) mahsulot taklifi (4 ta muzqaymoq) miqdorigidan oshadi. Ko'p xaridor oz miqdordagi mahsulotga talab bildirishidan sotuvchilar narxni oshirish orqali manfaat ko'radi. Shunday qilib, ikkala holatda ham narx o'zgarishi bozorni talab va taklif muvozanati tomon harakatlantiradi.



Shunday qilib sotuvchilar va xaridorlar harakati bozor narxini avtomatik tarzda muvozanatli narx tomon suradi. Bozor muvozanatli narxga erishishi bilanoq, barcha sotuvchi va xaridorlar qoniqadi va narxda yuqoriga va pastga bosim mavjud bo'lmaydi. Qanchalik tez muvozanatga erishish va qanchalik tez narx o'zgarishiga qarab, bozordan bozor farq qiladi. Ko'plab erkin bozorlarda mahsulot ortiqchaligi vaqtinchalik holat hisoblanib, narxlar muvozanatli darajasiga qarab harakatlanadi. Chindan, bu hodisa keng tarqalgan bo'lib, **talab va taklif qonuni** deb ataladi. Istalgan bir mahsulot narxi shu mahsulotga bo'lgan talab va taklif miqdorini muvozanatga keltirish maqsadida o'zgaradi.

Misol: Talab va taklifning o'zgarishi. Faraz qllaylik, issiq havo va bo'ron bir yozning o'zida sodir bo'ldi. Bu kombinatsiyami tahlil qilish uchun biz yana uch qadamga ergashamiz.

1. Biz ikkala chiziqning ham siljishini aniqlashimiz zarur. Issiq havo talab egri chizig'iga ta'sir etadi, chunki bu iste'molchilarning istalgan narxda sotib olishni xohlagan muzqaymoq hajmini o'zgartiradi. Bir vaqtning o'zida bo'ron shakar narxini oshirsa, bu muzqaymoq uchun

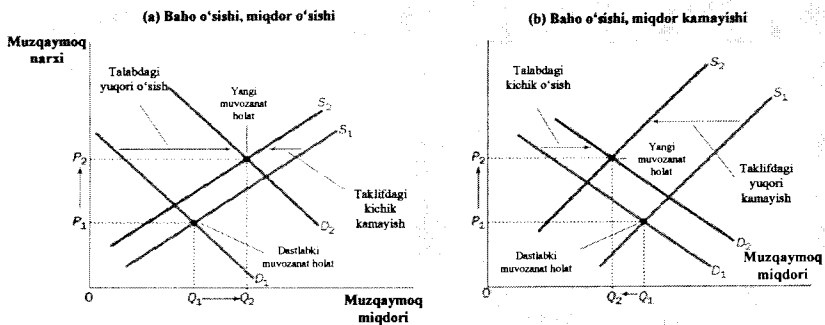
taklif egri chizig'ini o'zgartiradi, chunki bu firmaning har qanday narxda muzqaymoq sotish hajmini o'zgartiradi.

2. Egri chiziqlar biz avval tahlil qilganimizdek bir xil yo'nalishda o'zgaradi: talab egri chizig'i o'ngga siljiydi va taklif egri chizig'i chapga siljiydi. 12-rasmda bu o'zgarishlar tasvirlangan.

12 Rasm

Talab va taklifdagi o'zgarish

Biz yerdan bir vaqtning o'zida talabning ortishi va taklifning tushishini ko'rdik. Ikkala natija ham bo'lishi mumkin. (a) rasmda muvozanat narx P_1 dan P_2 ga o'smoqda va muvozanat miqdor Q_1 dan Q_2 ga ko'tarilmoqda. (b) rasmda esa muvozanat narx yana P_1 dan P_2 ga o'smoqda, lekin muvozanat miqdor Q_1 dan Q_2 ga tushmoqda.



3. 12-rasmdan ko'rinib turibdiki, ikkita mumkin bo'lgan natija talab va taklifning nisbiy o'zgarishiga bog'liq. Ikkala holatda ham muvozanatli narx oshadi. (a) rasmda taklif biroz tushganda talab ko'proq oshmoqda, muvozanatli miqdor ham oshmoqda. (b) rasm bilan qiyoslaganda, talab biroz oshganda taklif biroz tushmoqda, muvozanatli miqdor ham pasaymoqda. Shu sababli, bu hodisalar muzqaymoq narxini shubhasiz oshirmoqda, lekin sotilgan muzqaymoq miqdoriga ta'siri ikki xil (bu ikki xil yo'l bilan ham ketishi mumkin).

Biz muvozanat o'zgarishini tahlil qilish maqsadida talab va taklif egri chiziqlaridan qanday qilib foydalanishni uchta misolda ko'rib chiqdik. Biror hodisa taklif egri chizig'ini, talab egri chizig'ini yoki ikkala egri chiziqni o'zgartirsa, siz bu usullardan muvozanatli miqdor va sotilgan mahsulot narxiga qanday ta'sir qilishini prognoz qilishingiz mumkin. 4-jadvalda ikkala egri chiziqning har qanday kombinatsiyasida natija qanday bo'lishini prognoz qilish mumkinligi ko'rsatilgan. Talab

va taklif usullaridan qanday foydalanish kerakligini tushunganlikka ishonch hosil qilish uchun bu jadvalga bir nechta ma'lumotlar kiriting va nima sababdan jadval prognozlarini o'z ichiga qamrab olishini tushintirib bera olishingizga ishonchingiz komil bo'lsin.

Mos rasmda agarda pomidor narxi oshsa, pitsa uchun bozorda qanday o'zgarish bo'lishini ko'rsating. Boshqa bir rasmda agarda gamburger narxi tushsa, pitsa uchun bozorda qanday o'zgarish bo'lishini ko'rsating.

4 JADVAL

Talab va taklif o'zgariganda narx va miqdor qanday bo'ladi?
Tezkor toshiriq sifatida siz bir nechta ma'lumotlarini talab va taklif chizmasidan foydalangan holda ushbu jadvalda foydalana olishingizga ishonchingiz komil bo'lsin.

	Taklif o'zgariganda	Taklif oshiganda	Taklif tushiganda
Talab o'zgariganda	$P \downarrow$ $Q \uparrow$	$P \downarrow$ $Q \uparrow$	$P \uparrow$ $Q \downarrow$
Talab oshiganda	$P \uparrow$ $Q \downarrow$	$P \uparrow$ $Q \downarrow$	$P \downarrow$ $Q \uparrow$
Talab tushiganda	$P \downarrow$ $Q \uparrow$	$P \downarrow$ $Q \uparrow$	$P \uparrow$ $Q \downarrow$

Bizning qarorlarimiz muzqaymoq bozorini o'z ichiga olgan holda chiqarilgan bo'lsada, bu dars boshqa ko'pchilik bozorlar uchun ham o'rindir. Siz qachon bo'lsa ham do'konga xarid qilgani borganingizda, siz biror tovar uchun talab bildirasiz. Siz qachon bo'lsa ham ish qidirganingizda, siz mehnat xizmatiga talab bildirasiz. Chunki talab va taklif shunday tarqalgan iqtisodiy hodisa, talab va taklif modeli tahlil uchun kuchli qurol. Biz bu modeldan kelgusi boblarda takroran foydalanamiz.

O'nta iqtisodiy tamoyillardan biri, ya'ni bozorlar iqtisodiy faoliyatni tartibga solib turishning yaxshi yo'li ekanligi 1-bobda muhokama qilingan edi. Bozorning oqibati yaxshi yoki yomon ekanligini hal qilishga hali erta ekanligiga qaramasdan, biz ushbu bobdan bozorning qanday qilib ishlashini ko'rishni boshladik. Har qanday iqtisodiy tizimda cheklangan resurslar raqobatchilar o'rtasida taqsimlanishi zarur. Bozor iqtisodiyotining tayanchi talab va taklifning o'zaro bir-birini to'ldirib turishidir. Talab va taklif iqtisodiyotdagi ko'plab turli xil tovar va xizmatlarning

narxini aniqlab beradi, narxlar bir tomondan resurslarni taqsimlash uchun yo‘l hisoblanadi.

Misol uchun, sohil yerining taqsimlanishini olaylik. Ushbu yerning cheklanganligi sababli hamma ham bu qimmat sohil yerida rohatlana olmaydi. Bu resurslarni kim oladi? Javob kimda xohish va to‘lash uchiun yetarli puli bo‘lsa o‘sha kishi. Sohil yeriga bo‘lgan talab va taklifning balansi uning narxini tartibga solib turadi. Shu sababli bozor iqtisodiyotida narxlar cheklangan resurslarni tartibga soib turish uchun mexanizm hisoblanadi.

Shunga o‘xshash, narxlar kim har bir tovardan qancha ishlab chiqarish kerakligini aniqlab beradi. Masalan, firmalarni olaylik. Bizga ovqat yashash uchun kerak, odamlarning firmada ishlashi bu muhim. Kim fermer va kim fermer emasligi qanchalik muhim? Erkin jamiyatda, bu qarorni qabul qilish uchun hukumat rejalashtirish agentliklari yo‘q. Buning o‘rniga, ishchilarni firmaga taqsimlash millionlab ishchilarning ish qaroriga bog‘liq. Bu markazlashmagan tizim juda yaxshi ishlaydi, chunki bu qarorlar marxga bog‘liq. Oziq-ovqat narxlari va firma ishchilarining maoshi (mehnat narxi) yetarlicha insonlar fermerlikni tanlash uchun tartibga solib turiladi.

Agarda biror shaxs bozor iqtisodiyotini harakatini biror marta ko‘rmagan bo‘lsa, barcha g‘oyalar o‘rinsiz bo‘lib ko‘rinishi mumkin. Iqtisodiyot ko‘pchilik guruh odamlarining birgalikda faoliyat yuritishidir. Millionlab insonlarning xohish va turli xil qobiliyatlari bilan bog‘liq harakatlarini nima muvofiqlashtiradi? Nima orqali biror narsaga bo‘lgan ehtiyoj bilan qondiriladi? Javobi bir so‘zda, ya‘ni *narx*. Agar Adam Smitning mashhur nazariyasiga ko‘ra ko‘rinmas qo‘l bozor iqtisodiyotini boshqarsa, unda narx tizimi bu iqtisodiy orkestrga dirijyorlik qiluvchi o‘sha ko‘rinmas qo‘ldir.

Nazorat savollari

1. Raqobatli bozor nima? Mukammal raqobatli bozor turlarini qisqacha tasvirlang.

2. Talab jadvali va talab egri chizig'i nima va ular qanday bog'liq? Nima sababdan talab egri chizig'i pastlashadi?

3. Iste'molchi ta'bining o'zgarishi talab egri chizig'ining harakatiga qanday ta'sir ko'rsatadi? Narxning o'zgarishi talab egri chizig'iga qanday ta'sir ko'rsatadi?

4. Popeyening daromadi kamaydi va natijada u ko'proq ismaloq sotib ola boshladi. Ismaloq past tovarmi yoki normal tovarmi? Popeyening ismaloq uchun talab egri chizig'i qanday bo'ladi?

5. Taklif jadvali va taklif egri chizig'i nima va ular qanday bog'liq? Nima sababdan talab egri chizig'i o'sadi?

6. Ishlab chiqarish texnologiyasining o'zgarishi taklif egri chizig'ining o'zgarishiga sabab bo'ladimi? Narxning o'zgarishi taklif egri chizig'ining o'zgarishiga sabab bo'ladimi?

7. Bozor muvozanatiga ta'rif bering. Bozor muvozanatiga ta'sir etuvchi omillarni tasvirlang.

8. Pivo va pitsa o'rin to'ldiruvchilardir, chunki ular birgallikda rohatlanish uchun foydalaniladi. Pivo narxi oshsa, pitsa uchun taklif, talab, talab miqdori, taklif hajmi va narx qanday bo'ladi?

9. Narxning bozor iqtisodiyotidagi roli haqida tushuncha bering.

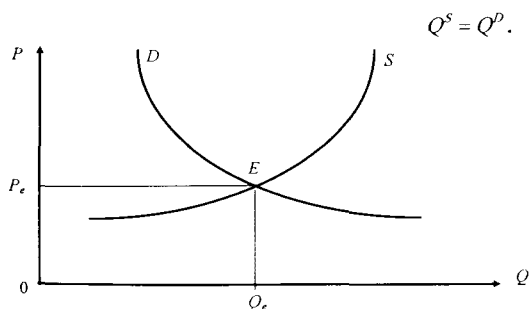
III BOB. BOZOR MUVOZANATINI TA'MINLASH MODELLARI

3.1. Bozor muvozanati tushunchasi va uni o'rnatilishi

Muvozanat – bu tizimning shunday bir holatiki, agar unga biron-bir tashqi kuch ta'sir qilmasa, u o'zining ushbu holatini saqlab qoladi.

Talab va taklif modelida talab D chizig'i bilan taklif S chizig'ining kesishgan nuqtasi bozor muvozanatini bildiradi. Demak, bozor muvozanati talab hajmi bilan taklif hajmining tengligini ta'minlaydigan narx darajasi va tovar miqdori bilan aniqlanadi. Talab va taklif qonuniga ko'ra shuni ta'kidlash mumkinki, agar bozor muvozanat holatida bo'lsa, u holda, uning qatnashchilari tovar narxini yoki tovar miqdorini o'zgartirishga hech narsa sabab bo'lmaydi.

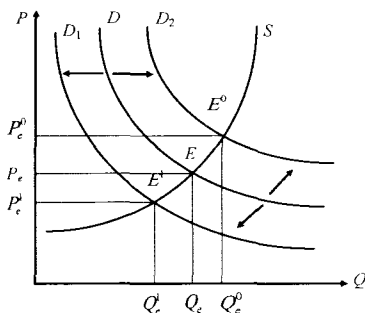
Muvozanat narx P_e (3.11-rasm) deb, shunday narxga aytiladiki, agar u bozorda taklif qilinadigan ne'mat miqdori Q^s ni unga bo'lgan talab miqdori unga bo'lgan talab miqdori Q^d ga tenglashtirsa, ya'ni



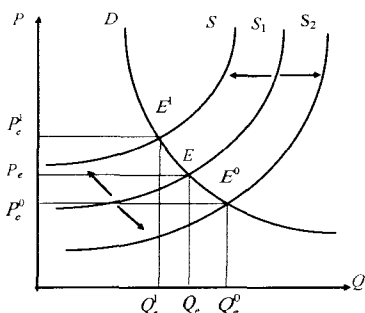
3.1-rasm. Muvozanat narx P_e va muvozanat ishlab chiqarish Q_e

3.1-rasmidan ko'rinib turibdiki, bozor muvozanati yagona. Talab va taklif chiziq-lari yagona muvozanat E nuqtada kesishadi. P_e va Q_e nuqtalar, muvozanat nuqta E ning koordinatlari hisoblanadi.

Bozordagi talab va taklifning o'zgarishi, bozor muvozanatini o'zgarishiga olib keladi. Masalan, bozordagi talab oshsa, (talab chizig'i o'ngga siljiganda) muvozanat narx P_e va muvozanat tovar hajmi Q_e o'sadi. Agar bozor talabi kamaysa (talab chizig'i chapga siljisa), P_e va Q_e lar ham kamayadi. Bozor taklifi oshsa (taklif chizig'i o'ngga siljisa), muvozanat narx P_e kamayadi, muvozanat tovar hajmi Q_e o'sadi. Agar bozor taklifi kamaysa (taklif chizig'i chapga siljisa), muvozanat narx P_e o'sadi, muvozanat tovar hajmi Q_e kamayadi (3.12, 3.13-rasmlar).



3.2-rasm. Talab chizig'ining siljishi



3.3-rasm. Taklif chizig'ining siljishi

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

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

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

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

Bitta mahsulot uchun bozorning dinamik modelini qaraymiz.

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

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

bu yerda a_0, a_1 - o'zgarmas parametrlar.

Taklif funksiyasi:

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

bu yerda b_0, b_1 - o'zgarmas parametrlar.

Muvozanat narx quyidagi qaytariladigan bosqichlar bo'yicha aniqlanadi:

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

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

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

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

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

Narx $P(1)$ ma'lum bo'lgani uchun, yuqoridagi tenglikdan $P(2)$ aniqlanadi; $t=2$ uchun $P(2)$ aniqlanganidan keyin yuqoridagi ikkinchi va uchinchi bosqichlar takrorlanib, $P(3)$ aniqlanadi va hokazo. Hisob-kitoblarning to'xtash sharti $P(t) = P(t-1)$ bo'lib, bu shart barjarilsa, muvozanat narx $P_e = P(t) = P(t-1)$, ko'rinishida aniqlanadi.

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

Misol. Quyidagi talab funksiyasi berilgan bo'lsin:

$$Q^D(t) = 41 - 10 \cdot P(t)$$

Taklif funksiyasi:

$$Q^S(t) = 2 + 3 \cdot P(t-1)$$

$t=2$ uchun boshlang'ich narx $P(1)=5$ bo'lsin va bu narxda taklif miqdorini aniqlaymiz:

$$Q^S(2) = 2 + 3 \cdot 5 = 17.$$

Muvozanatlik shartiga ko'ra $P(2)$ ni aniqlaymiz.

$$Q^D(2) = Q^S(2) \text{ dan } 41 - 10 \cdot P(2) = 17, \quad P(2) = \frac{24}{10} = 2.4$$

Endi $t=3$ hol uchun taklif miqdorini aniqlaymiz:

$$Q^S(3) = 2 + 3 \cdot P(2) = 2 + 3 \cdot 2.4 = 9.2$$

Muvozanatlik shartidan $P(3)$ ni aniqlaymiz:

$$Q^S(3) = Q^D(3) \text{ yoki } 41 - 10 \cdot P(3) = 9.2 \quad P(3) = 3.18$$

$t=4$ uchun taklif miqdori aniqlanadi:

$$Q^S(4) = 2 + 3 \cdot 3.18 = 11.54$$

Muvozanatlik shartidan $P(4)$ ni aniqlaymiz:

$$41 - 10 \cdot P(4) = 11.54, \quad P(4) = 2.946.$$

Keyingi hisob-kitoblarda:

$$P(5) = 3.0162 \text{ va } P(6) = 2.9954, \quad P(6) - P(5) = 0.0208.$$

Agar aniqlik darajasini 0,1 deb olsak, $0,0208 < 0,1$ bo'lgani uchun muvozanat narx sifatida biz 0,1 aniqlik bilan $P(6) = 2,9954$ ni qabul qilishimiz mumkin.

Muvozanat narxni to'g'ridan-to'g'ri muvozanatlik sharti bo'yicha aniqlash ham mumkin:

$$P(t) = P(t-1) = P \text{ deb}$$

$$Q^D(t) = Q^S(t) \text{ yoki } 41 - 10 \cdot P = 2 + 3 \cdot P, \quad P = \frac{39}{13} = 3.$$

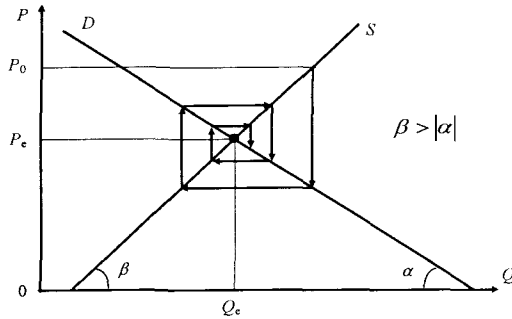
Muvozanat narx $P_c = 3$ ga teng, muvozanat tovar miqdori:

$$Q_c = Q^D = Q^S = 11.$$

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

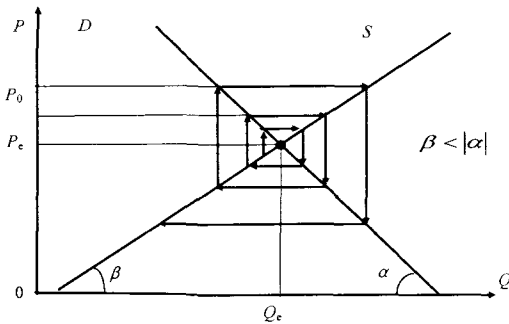
1. Vaqt o'tishi bilan bozor narxi $P(t)$ ning muvozanat narxdan chetlanishi kamayib boradi;

2. Bozor narxi muvozanat narxdan uzoqlashib boradi;
3. Bozor narxi muvozanat narx atrofida tebranib turadi va bozor muvozanatiga hech vaqt erishilmaydi.



3.4-rasm. $\beta > |\alpha|$ bo'lgan hol

Agar taklif chizig'i S talab chizig'iga nisbat tikroq bo'lsa, birinchi hol yuz beradi. Agar taklif chizig'ining yotiqligi talab chizig'ining yotiqligiga nisbatan tikroq bo'lsa, $\beta > \alpha$ birinchi hol amalga oshadi. Uchinchi holatda talab va taklif chiziqlari yotiqligi bir xil bo'ladi (3.14-rasm):



3.5-rasm. $\beta < |\alpha|$ bo'lgan hol

Agar taklif chizig'i S talab chizig'i D ga nisbatan yotiqroq bo'lsa, ikkinchi variant yuz beradi (2.15-rasm) va uchinchi variantda taklif va talab chiziqlari yotiqligi bir xil bo'ladi:

To'g'ri chiziqli talab va taklif funksiyalari:

$$D = a - A \cdot P(t)$$

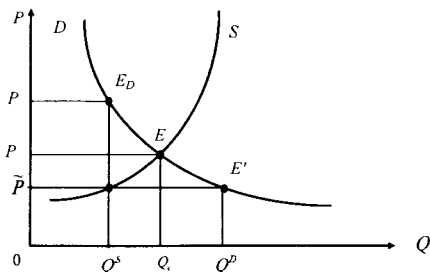
$$S = b + B \cdot P(t-1)$$

uchun $t \rightarrow \infty$ da $P(t) = P(t-1)$ bo'ladi, ya'ni muvozanat narxga bozor narxi yaqinlashadi agar quyidagi shart bajarilsa, ya'ni $\left| \frac{\alpha}{\beta} \right| < 1$ bo'lsa.

Bozorning dinamik modelida narxlar trayektoriyasi $P(1), P(2), \dots$ o'rgimchak uyasi to'riga o'xshagani uchun ham bu model to'rsimon model deb nom olgan.

To'rsimon model sifatida birja bozorini (masalan, qimmatli qog'ozlar bozori, yoki valyuta bozorini) qarash mumkin.

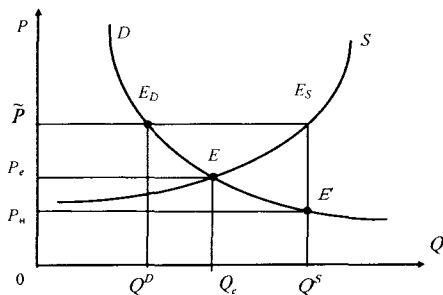
Tovarning maksimal va minimal bahosi. Ba'zi vaqtlarda bozor narxi davlat tomonidan o'rnatiladi. Narx maksimal deyiladi, agar o'rnatilgan narx \tilde{P} muvozanat narxdan kichik bo'lsa $\tilde{P} < P_e$ (P_e - muvozanat narx) va narxni maksimal narx \tilde{P} dan yuqori belgilash taqiqlansa. Maksimal narx ba'zi bir mahsulotlarga aholini ushbu mahsulot bilan ma'lum darajada ta'minlash maqsadida davlat tomonidan o'rnatiladi.



3.6-rasm. P_e - muvozanat narx

Talab va taklif nazariyasiga ko'ra, maksimal narxning o'rnatilishi mahsulot tanqisligiga olib keladi. Tovar tanqisligini davlat o'z

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



3.7-rasm. Narx minimal bo‘lganda mahsulot ortiqchaligi

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

Mahsulotning narxi \tilde{P} minimal narx deyiladi, agar minimal narx muvozanat narxdan katta bo‘lsa, $\tilde{P} > P_e$ (R_e -muvozanat narx) (2.17-rasm) va narx \tilde{P} ni pasaytirish mumkin bo‘lmasa.

Bunday minimal narx davlat tomonidan, ushbu mahsulotni ishlab chiqaruvchilarni himoya qilish uchun o‘rnatiladi. Minimal narxning o‘rnatilishi, ortiqcha mahsulotning vujudga kelishiga olib keladi yoki mahsulotlar sotilmasdan omborlarda to‘planib qolishiga olib keladi. Bu vaziyat 3.7-rasmdagi grafikda keltirilgan, ortiqcha mahsulot hajmi $Q^S - Q^D$ ga teng. Agar davlat mahsulotni minimal narxdan past narxda sotishga ruxsat bermasa, bu yerda ham norasmiy bozor vujudga keladi. Grafikdagi E' nuqta ortiqcha mahsulotni norasmiy ravishda muvozanat narxdan past narxda (P_u narxda) sotilishi mumkin bo‘lgan vaziyatni ko‘rsatadi. Shunday qilib, talab va taklif modeli orqali bozor narxlarini o‘zgartirishning oqibatlarini chuqur tahlil qilish mumkin.

Nazorat savollari

1. Muvozanatlik tushunchasi.
2. Bozor muvozanati.
3. Muvozanat narx.
4. Bozorning muvozanat holatini tiklash xususiyati.
5. Bozor muvozanatining o'zgarishi va unga ta'sir qiluvchi omillar.
6. Davlat tomonidan maksimal narxning o'rnatilishi.
7. Norasmiy bozor va uning vujudga kelishi.
8. Tovarning norasmiy bozordagi narxi.
9. Bozorda tovar ortiqchaligi va norasmiy bozor.
10. Iste'molchi yutug'i va ishlab chiqaruvchi yutug'i.
11. Tovar tanqisligi sohasi.
12. Ortiqcha mahsulotni ifodalovchi soha.

IV BOB. TALAB VA TAKLIF ELASTIKLIKLIGI⁵

4.1. Talab elastikligi

Biz 3-bo'limda talab tushunchasini ko'rib chiqqanimizda xaridorlar odatda tovar narxi pastroq, ularning daromadlari yuqoriroq, o'rin bosuvchi tovarlar narxi balandroq, bir-birining o'rnini to'ldiruvchi tovarlarning narxi pastroq bo'lganda ko'proq tovar xarid qilishadi. Bizning tovarlarga bo'lgan talabimiz narxga bog'liq yoki bo'lmasligi mumkin. Biz o'zgarish o'lchamiga bog'liq bo'lmagan talab qilingan miqdor ko'chish yo'nalishlarini muhokama qilamiz. Bu o'zgaruvchan miqdordagi o'zgarishlarga qancha iste'molchilar javob berishini o'lchash uchun iqtisodchilar elastiklik tushunchasidan foydalanishadi.

Talabning narx elastikligi va uning omillari

Talab qonuni tovar narxining tushishi talab qilinadigan miqdorning oshishiga olib kelishini ifodalaydi. Talabning narx elastikligi – talab qilinadigan miqdor qancha bo'lganda narx o'zgarishiga javob berishini o'lchaydi. Agar talab qillnadigan miqdor narx o'zgarishiga katta miqdorda ta'sir qilsa, tovar uchun talab elastik deyiladi. Agar talab qilinadigan miqdor narx o'zgarishiga kichik miqdorda ta'sir qilsa, talab noelastik deyiladi.

Har qanday tovar uchun talabning narx elastikligi narx oshganda iste'molchilar kamroq tovar sotib olishga qay darajada tayyor ekanliklarini o'lchaydi. Elastiklik iste'molchi afzal ko'radigan iqtisodiy, ijtimoiy va psixologik kuchlarga ta'sir etadi. Tajribaga asoslangan holda talabning narx elastikligini qanday omillar belgilab berishi haqidagi ba'zi umumiy qoidalarni ko'rib chiqamiz.

⁵ Ushbu bob G. Menkyuning "Mikroiqtisodiyot tamoyillari" (N. Gregory Mankiw "Principles of Microeconomics" 7 e.) kitobining V bobi asosida tayyorlangan. 89-111 bet

O‘rin bosuvchi tovarlarning mavjudligi. O‘rin bosuvchi tovarlar ko‘proq elastik bo‘ladi, chunki xaridor uchun bu tovardan boshqa tovarga o‘tish ancha oson. Masalan, saryog‘ va margarin oson o‘rin almasha oladi. Saryog‘ narxining kichik miqdorda o‘sishi margarin narxiga e‘tiborimizni qaratadi va sotib olinadigan saryog‘ miqdorining kamayishiga sababchi bo‘ladi.

Teskari ravishda, tuxumning o‘rin bosuvchisi bo‘lmaganligi sababli tuxum uchun talab saryog‘nikiga qaraganda deyarli elastik emas.

Qulay hayot kechirishga teskari muhimlik. Qulay hayot kechirishda elastik talab bo‘lganligiga teskari ravishda muhimlik noelastik talabdir. Shifokor ko‘rigining narxi oshgani bilan insonlar shifokor qabuliga yozilishni kamaytirishmaydi, hatto kamroq borishi mumkin bo‘lsa ham. Bunga teskari ravishda talab qilinadigan qayiqalar miqdorining kamaytirishga olib keladi.

Bunga sabab ko‘pchilik odamlar shifokor qabuliga muhimlik sifatida qayiqalarni esa qulay hayot kechirish sifatida baholaydi albatta. Tovar muhimlik yoki qulaylik sifatida baholanishi nafaqat tovarning vaqtinchalik ma‘lumotiga, balki sotuvchining afzalliklariga ham bog‘liq. Bunga ahamiyat bermaydigan qiziquvchi dengiz suzuvchisi uchun qayiqalar noelastik, doctor uchun qulaylik va elastik talab bo‘ladi.

Elastiklik – talab qilinadigan yoki taklif qillnadigan miqdorning uning omillaridan biriga ta‘sirining o‘lchovi.

Talabning narx elastikligi – tovarning talab qilinadigan miqdori, shu tovarning narxiga qay darajada ta‘sir qilishini o‘lchaydi va talab qilinadigan miqdorning o‘zgarish foizi narxning o‘zgarish foiziga nisbati bilan aniqlanadi.

Talabning narx elastikligi va uning aniqlovchilari

Tovar narxining pasayishi unga bo‘lgan talabni oshiradi. Bu talab qonunidir. Talabning narx elastikligi narx o‘zgariganda talab qanday o‘zgarishini ifodalaydi. Biron-bir mahsulotga bo‘lgan talab elastik deb yuritiladi, agar talab miqdori narxdagi o‘zgarishga sezilarli ravishda

javob qaytarsa. Biron-bir mahsulotga bo'lgan talab noelastik bo'ladi, agar talab miqdori narxdagi o'zgarishlarga birozgina javob qaytarsa.

Har qanday mahsulot uchun talabning narx elastikligi o'sha mahsulotning narxi oshganda iste'molchilarning xaridi qanday ekanligini hisoblaydi. Shunday qilib, elastiklik iste'molchi xohishlarini shakllantiradigan ko'plab iqtisodiy, ijtimoiy va psixologik kuchlarda aks etadi. Lekin, tajribaga asoslangan holda, biz talabning narx elastikligini nima aniqlab berishi haqida bir necha umumiy qoidalarini bayon qilamiz.

Yaqin o'rin bosuvchi tovarlarning mavjudligi. O'rni bosuvchisi bor bo'lgan tovarlar ko'proq elastik talabga ega, chunki bir tovar o'rniga boshqasini sotib olish iste'molchilar uchun osonroq. Masalan, saryog' va margarin bir-birini o'rni bema'lol bosadi. Margarin narxi o'zgarmaganda saryog' narxining biroz ko'tarilishi saryog'ning sotilish miqdori tushushiga sabab bo'ladi. Bunga zid holda, tuxumning o'rni bosadigan tovar bo'lmagani uchun tuxumga bo'lgan talab saryog'ga nisbatan kamroq elastik bo'ladi.

Zaruriyat hashamatga qarshi. Zaruriyatga bo'lgan talab odatda noelastik bo'ladi, lekin hashamat elastik talabga ega. Shifokorlarga tashrif buyurish narxi oshgan vaqtda, odamlar ular bilan uchrashish sonini keskin kamaytirmaydi. Lekin yelkanli qayiq narxi oshsa, unga bo'lgan talab sezilarli darajada pasayadi. Chunki odamlar shifokorga zaruriyat uchun borishadi, yelkanli qayiq esa hashamat hisoblanadi. Albatta, tovarlarning zaruriyat yoki hashamat ekanligi ularning ichki xususiyatlariga bog'liq emas, balki xaridorlarning xohishiga bog'liq. Sog'lig'iga kamroq munosabatda bo'lgan dengizchi uchun yelkanli qayiq talab elastikligiga ega bo'lgan zaruriyat bo'lishi mumkin va shifokorga borish elastik talabga ega bo'lgan hashamat bo'lishi mumkin.

Bozor tavsifi. Har qanday bozor talab elastikligi bozor chegaralarini qanday chizishimizga bog'liq. Tor doirada aniqlangan bozor keng doirada aniqlanganidan ko'ra elastikroq talabga ega, chunki

tor doirada aniqlangan tovarlar uchun bir-birini o'rnini bosuvchi tovarlar topish oson. Misol uchun, oziq-ovqat noelastik talabga ega, chunki oziq-ovqatning o'rnini bosadigan tovar mavjud emas. Muzqaymoq elastik talabga ega, chunki disertga muzqaymoqdan boshqa narsa olsa ham bo'ladi. Vanillin muzqaymog'i juda ham elastik talabga ega, chunki muzqaymog'ning ko'plab boshqa tamillari uning o'rnini bosadi.

Vaqt birligi. Tovarlar odatda uzoqroq vaqtda ko'proq elastik talabga ega bo'lishadi. Benzin narxi oshganda, birinchi oylarda unga bo'lgan talab miqdori biroz kamayadi. Lekin, vaqt o'tgan sayin, odamlar yoqilg'i tejaydigan mashinalar sotib olishadi, jamoa transportidan ko'proq foydalanishadi va ish joylariga yaqin joyga ko'chishadi. Bir necha yil ichida benzina bo'lgan talab sezilarli darajada tushadi.

Talabning narx elastikligini hisoblash

Biz talabning narx elastikligini umumiy nuqtayi nazardan ko'rib chiqdik, endi uni qanday hisoblashni ko'rib chiqamiz. Iqtisodchilar talab miqdorining foizdagi o'zgarishini narxning foizdagi o'zgarishiga nisbati shaklida talabning narx elastikligini hisoblashadi. Ya'ni:

$$\text{Talabning narx elastikligi} = \frac{\text{Talab miqdorining foizdagi o'zgarishi}}{\text{Narxning foizdagi o'zgarishi}}$$

Masalan, faraz qiling muzqaymoq narxidagi 10 % o'sish muzqaymoqqa bo'lgan talab miqdorini 20 % ga kamaytirdi. Talabning narx elastikligini quyidagicha hisoblaymiz:

$$\text{Talabning narx elastikligi} = \frac{20\%}{10\%} = 2.$$

Bu misolda, talabning narx elastikligi 2 ga teng. Miqdordagi o'zgarish narxdagi o'zgarishga nisbatan 2 barobar ko'p.

Chunki talab miqdori narxga nisbatan teskari munosabatda, miqdorning foizdagi o'zgarishi narxning foizdagi o'zgarishiga nisbatan

har doim qarama-qarshi bo'ladi. Bu misolda narxning o'zgarishi 10 % ga oshgan, talab miqdori o'zgarishi esa 20 % ga kamaygan.

O'rta nuqta metodi: elastiklik va foiz o'zgarishlarini hisoblashning yaxshiroq yo'li

Elastiklik va foiz o'zgarishini hisoblashning yaxshiroq yo'li bu talab egri chizig'idagi 2 nuqta orasidagi talabning narx elastikligini hisoblasangiz, muammoni tezda sezasiz: A dan B nuqtagacha bo'lgan elastiklik, B dan A gacha bo'lgan elastiklikdan farqlidek tuyuladi.

A nuqta: Narx=4\$ miqdor=120.

B nuqta: narx=6\$ miqdor=80.

A dan B gacha yurilsa, narx 50%ga ko'tarilgan, miqdori 33%ga pasaygan talabning narx elastikligi $=33/50$ yoki 0.66. Bunga zid holda B nuqtadan A ga yurilsa narx 33% ga pasaygan miqdor 50% ga ko'tarilgan talabning narx elastikligi $50/33$ yoki 1.5. Bunda farqlar yuzaga keladi, chunki foizlar o'zgarishi turli xil asosda hisoblanadi.

Bu muammoni yechishning 1 yo'li elastiklikni hisoblash uchun o'rta nuqta metodidan foydalanishdir. Foizning o'zgarishini hisoblash uchun standart jarayon boshlang'ich bosqich orqali o'zgarishlar bo'lishi mumkin. Bunga zid holda, o'rta nuqta metodi boshlang'ich va so'nggi bosqichlari orqali o'zgaruvchilarni bo'lish orqali foizda hisoblaydi. Misol uchun 5\$ 4\$ va 6\$ o'rtasida o'rta nuqta. Shuning uchun o'rta nuqta metodiga ko'ra 4 dan 6 ga o'zgarish 40% li o'sish deb hisoblanadi. $(6-4)/5 \cdot 100 = 40\%$; shunga ko'ra, 6 dan 4 ga o'zgarish 40% pastlashni anglatadi.

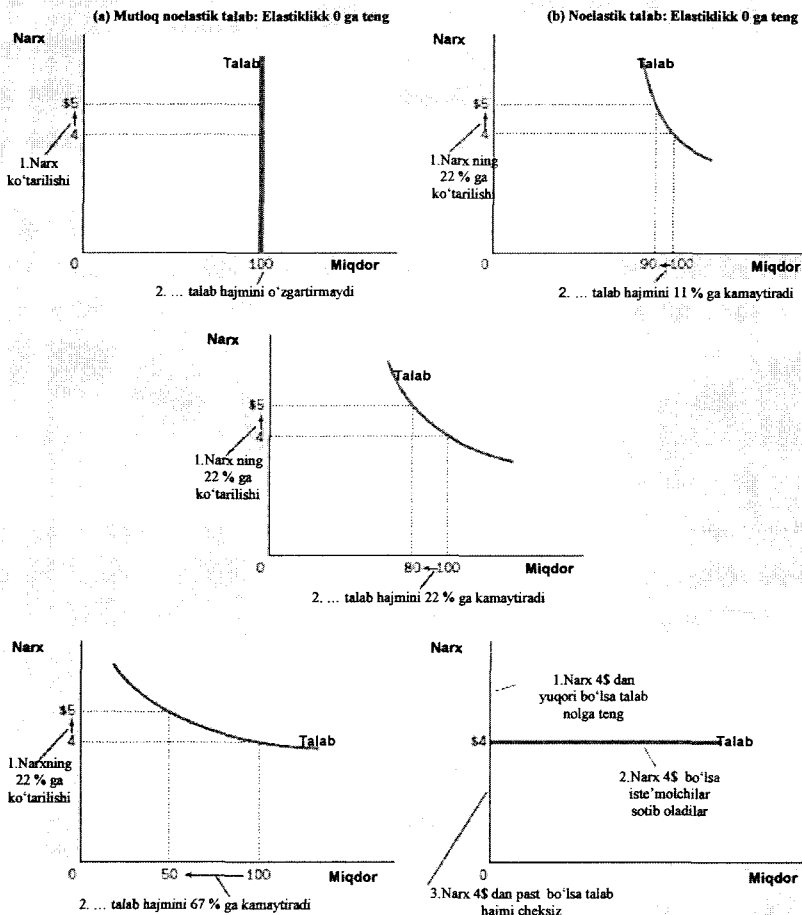
O'rta nuqta metodi o'zgarish yo'nalishidan qat'iy nazar bir xil javobni bergani uchun u tez-tez 2 nuqta orasida talabning narx egri chizig'ini hisoblashda foydalaniladi. Bizning namunada, A va B o'rtasida o'rta nuqta: narx= 5\$ miqdor=100 o'rta qiymat metodiga ko'ra, A dan B ga borganda narx 40% ga oshadi va miqdor 40% ga tushadi. Shu kabi, B dan A ga borganda narx 40% ga tushadi va miqdor 40% ko'tariladi. 2 yo'nalishda ham talabning narx elastikligi 1 ga teng.

Quyidagi formula 2 nuqta orasida talabning narx elastikligini hisoblash uchun o'рта nuqta metodi bo'lib unda (Q1,P1) va (Q2,P2)lar belgilib olingan.

$$\text{Talabning narx elastikligi} = \frac{(Q_2 - Q_1) / \left[\frac{Q_2 + Q_1}{2} \right]}{\left[\frac{P_2 - P_1}{\frac{P_2 + P_1}{2}} \right]}$$

Talabning narx elastikligi talab egri chizig'ining tik yoki yotiq bo'lishini belgilab beradi. E'tibor berish kerakki, barcha foiz o'zgarishlari o'рта nuqta usulidan foydalanilgan holda hisoblaniladi

RASM 1



Sur'at o'rta nuqta metodi orqali hisoblangan miqdordagi foiz o'zgarish. Mahraj o'rta nuqta orqali hisoblangan narxda foiz o'zgarishi. Agar sizga elastiklikni hisoblash shart bo'lsa, bu formuladan foydalanishingiz kerak.

Bu kitobda, biz kamdan – kam bu kabi hisoblashlarni ko'rsatamiz. Bizning maqsadimizning asosiylaridan biri elastiklik qanday ifodalanishidan ko'ra nimani ifodalashi muhimroq.

Talab egri chiziqlarining o'zgarishi

Iqtisodchilar talab egri chiziqlarini ularning elastikligiga qarab guruhlariga ajratishgan. Elastiklik 1 dan katta bo'lsa, talab *elastik* hisoblanadi, ya'ni talab miqdori narxga nisbatan ko'proq suriladi.

Elastiklik 1 dan kichik bo'lganda, talab *noelastik* bo'ladi, ya'ni talab miqdori narxga nisbatan kamroq suriladi. Agar elastiklik aniq 1 ga teng bo'lsa, narx va miqdor bir nisbatda suriladi va bu talab *birga teng elastiklik* deyiladi.

1-rasmda beshta holat ko'rsatilgan. 0 elastikka ega bo'lgan ekstremal holatda ((a) panelda), talab batamom noelastik va talab egri chizig'i vertikal. Bu holatda, narxdan qat'iy nazar, talab bir xil bo'ladi. Elastiklik oshgan sayin, talab egri chizig'i yassi bo'lib boraveradi: ((b), (c) va (d) qism). Natijada, talab butunlay elastik bo'ladi: ((e) panel). Bu talabning narx elastikligi cheksizlikka intilgan sayin sodir bo'ladi va talab egri chizig'i gorizontol holatga keladi, narxdagi kichik o'zgarish talab miqdorining keskin o'zgarishiga olib keladi.

Umumiy daromad va talabning narx elastikligi

Bozordagi talab va taklif o'zgarishlarini o'rganayotganda, biz o'rganishni xohlaydigan bir o'zgaruvchi bu umumiy daromaddir, tovar uchun xaridor to'lagan va sotuvchi olgan miqdor. Ixtiyoriy bozorda

umimiy daromad $P \times Q$ shaklida, ya'ni tovarning narxi (P) ko'paygan sotilgan tovar miqdori (Q). Buni biz grafikda ko'rishimiz mumkin.

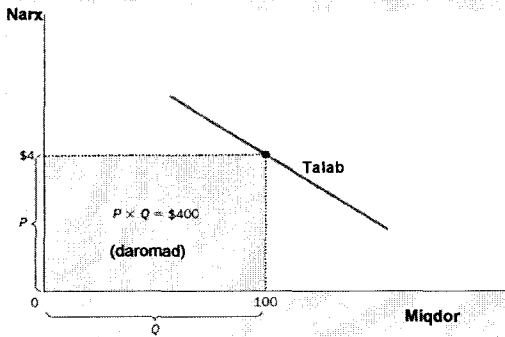
Talab egri chizig'i ostidagi to'rtburchakning balandligi P , eni esa Q . To'rtburchakning yuzi $P \times Q$ ushbu bozordagi umumiy daromadga teng. 2-rasmda $P=4$, $Q=100$, umumiy daromad 4×100 yoki 400 .

Talab egri chizig'i bo'ylab narx yoki miqdor ko'chsa, umumiy daromad qanday o'zgaradi? Javob talabning narx elastikligiga bog'liq. Agar talab noelastik bo'lsa (3-rasm, (a) qism), narxning oshishi umumiy daromadning oshishiga sabab bo'ladi. Bu yerda narxning 1 dan 3 ga ko'tarilishi talab miqdorini 100 dan 80 ga tushushiga sabab bo'ladi, demak umumiy daromad 100 dan 240 ga oshgan. Narxning oshishi $P \times Q$ ni ham oshiradi, chunki Q talab miqdoridagi pasayish P narxdagi o'sishga nisbatan kichikroq bo'ladi.

Agar talab elastik bo'lsa biz qarama-qarshi natijaga erishamiz: narxning ko'tarilishi umumiy daromadning kamayishiga sabab bo'ladi. Masalan, 3-rasmdagi (b) panelda, narx 4 dan 5 ga oshganda, talab miqdori 50 dan 20 ga tushgan, demak umumiy daromad 200 dan 100 ga tushgan. Chunki talab elastik, talab miqdori narxga nisbatan ko'proq o'zgargan.

Bu rasmdagi misollar ekstremal bo'lishiga qaramasda, ular bir necha umumiy qoidalarni ifodalaydi:

- Talab noelastik bo'lganda (narx elastikligi 1 dan kichik), narx va umumiy daromad bir xil yo'nalishda harakatlanadi.
- Talab elastik bo'lganda (narx elastikligi 1 dan katta), narx va daromad qarama-qarshi yo'nalishda harakatlanadi.
- Agar narx elastikligi aniq 1 ga teng bo'lsa, narx o'zgarganda umumiy daromad o'zgarishsiz qoladi.



Umumiy daromad
Xaridorlar tomonidan to'langan barcha to'lovlar sotuvchilar uchun daromad hisoblanib, talab egri chizig'i ostidagi chegaraga teng bo'ladi, ya'ni $P \times Q$. Bu yerda mahsulot narxi 4 \$ va unga talab hajmi 100 tani tashkil etib, umumiy daromad 400 \$ ni tashkil etadi.

Elastiklik va chiziqli talab egri chizig'i bo'ylab umumiy daromad

Keling elastiklikning 4-rasmda ko'rsatilgandek talab egri chizig'i bo'ylab qanday o'zgarishini tekshirib ko'ramiz. Biz bilamiz to'g'ri chiziq o'zgarimas qiyalikka ega. Qiyalik "muddat o'tgan sari o'sish" deb belgilanadi, ya'ni narxdagi o'zgarishning (o'sish) miqdordagi o'zgarishga (muddat) nisbati. Bu alohida olingan talab egri chizig'ining qiyaligi o'zgarmasdir, chunki narxdagi har 1 dollarning o'sishi talab miqdoridagi bir xil 2 birlik kamayishiga sabab bo'ladi.

Chiziqli talab egri chizig'ining qiyaligi o'zgarimas bo'lsa ham, elastiklik bunday emas. Bu to'g'ri, chunki qiyalik 2 ta o'zgaruvchidagi o'zgarishlarning nisbati, elastiklik esa 2 ta o'zgaruvchidagi foiz o'zgarishlarining nisbati. Buni siz 4-rasmdagi jadvaldan ko'rishingiz mumkin. Jadval talabning narx elastikligini hisoblashda o'rta nuqtalar usulidan foydalangan. Past narx va ko'p miqdor uchrashgan nuqtada talab egri chizig'i noelastik. Yuqori narx va kam miqdor uchrashgan nuqtada talab egri chizig'i elastik.

Jadvalda, shuningdek, talab egri chizig'idagi har bir nuqtada umumiy daromad ko'rsatilgan. Bu sonlar umumiy daromad va elastiklik o'rtasidagi aloqadorlikni bildiradi. Masalan, narx 1\$ bo'lganda, talab noelastik va narxning 2\$ ga ko'tarilishi umumiy daromadni oshiradi. Narx 5\$ bo'lganda, talab elastik va narxning 6\$ ga ko'tarilishi umumiy

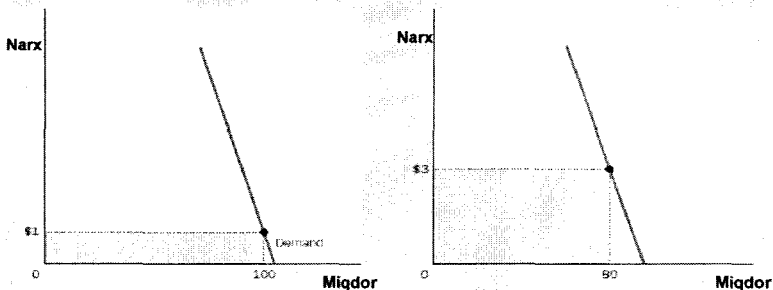
daromadni qisqartiradi. 3\$ va 4\$ orasida, talab birga teng elastik bo'ldi va bu ikki narxda umumiy daromad bir xil bo'ldi.

3 RASM

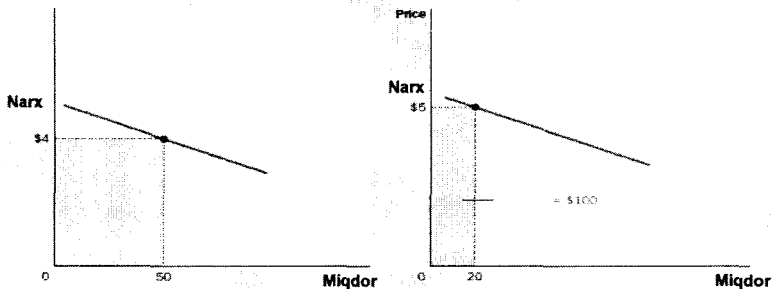
Narx o'zgariganda umumiy daromad qanday o'zgaradi

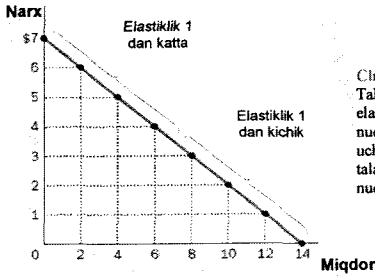
Narx o'zgarishining umumiy daromadga ta'siri (mahsulot miqdori va narx) talab elastikligiga bog'liq. a rasmda talab egri chizig'i noelastik. Bunday holatda narxning oshishi, kichik miqdorda talab hajmining kamayishiga olib keladi shuning uchun jami daromad oshadi. Bu yerda narxning 1 \$ dan 3 \$ ga ko'tarilishi talab hajmining 100 da 80 ga pasayishiga sabab bo'lgan. Jami daromad 100 \$ 240 \$ ga ko'tarilgan. b rasmda talab egri chizig'i elastik. Bunday holatda narxning oshishi talab hajmining ko'proq kamayishiga olib keladi. Bu yerda narxning 4 \$ dan 5 \$ ga ko'tarilishi talab hajmining 50 dan 20 ga pasayishiga sabab bo'lgan. Jami daromad 200 \$ dan 100 \$ ga kamaygan.

(a) Talab noelastik bo'lgan holat



(a) Talab elastik bo'lgan holat





Chiziqli talab elastikligi
 Talab egri chizig'ining qiyaligi o'zgarmas. Ammo uning elastikligi o'zgaruvchan. Jadvaldagi talab ko'rsatkichi o'rtacha nuqta metodi orqali talabning narx elastikligini hisoblash uchun foydalaniladi. Past narx va yuqori hajmdagi nuqtalarda talab egri chizig'i noelastik yuqori narx va kam hajmdagi nuqtalarda talab elastik.

Narx	Miqdor	Umumiy daromad	Narx o'zgarishi foizda	Miqdor o'zgarishi foizda	Elastiklik	Izoh
\$7	0	\$ 0	15	200	13.0	Elastik
6	2	12	18	67	3.7	Elastik
5	4	20	22	40	1.8	Elastik
4	6	24	29	29	1.0	Birik elastik
3	8	24	40	22	0.6	Noelastik
2	10	20	67	18	0.3	Noelastik
1	12	12	200	15	0.1	Noelastik
0	14	0				Noelastik

Talabning boshqa elastikliklari

Talabning narx elastikligiga qo'shimcha ravishda, iqtisodchilar bozordagi xaridorlarning xatti-harakatini tasvirlash maqsadida elastiklikning boshqa turlaridan ham foydalanishadi.

Talabning daromad elastikligi. Talabning daromad elastikligi iste'molchi daromadi o'zgaranda talab miqdorining qanday o'zgarishini bildiradi. Bu talab miqdorining foizdagi o'zgarishini iste'molchilar daromadining foiz o'zgarishiga nisbati shaklida hisoblanadi, ya'ni:

$$\text{Talabning daromad elastikligi} = \frac{\text{Talab miqdorining foizdagi o'zgarishi}}{\text{Daromadining foizdagi o'zgarishi}}$$

4-bo'limda muhokama qilganimizdek, ko'plab tovarlar *normal tovarlardir*: Yuqori daromad talab miqdorini oshiradi. Chunki talab va daromad bir xil yo'nalish bo'yicha harakatlanadi, normal tovarlar ijobiy daromad elastikligiga ega. Ba'zi tovarlar, misol uchun avtobusda

qatnash, *past mavqeli tovarlar* hisoblanadi: yuqori daromad talab miqdorini kamaytiradi. Chunki talab va daromad qarama-qarshi yo'nalishda harakatlanadi, past mavqeli tovarlar salbiy daromad elastikligiga ega.

Hatto normal tovarlar o'rtasida ham daromad elastikliklari hajm jihatdan sezilarli darajada o'zgaradi. Oziq-ovqat va kiyim kabi zaruriyatlar kichik daromad elastikligiga ega bo'ladi, chunki iste'molchilar daromadlari past bo'lganda ham bu tovarlarning ba'zilarini sotib olishni tanlaydilar. Qimmatbaho taqinchoqlar kabi hashamat tovarlar katta daromad elastikligiga ega bo'ladi, chunki iste'molchilar daromadlari juda ham past bo'lganda ham ularsiz ish qila olishligini bilishadi.

Talabning narxlar kesishgandagi elastikligi. Talabning narxlar kesishgandagi elastikligi bir tovarga bo'lgan talab miqdori boshqa bir tovarning narxidagi o'zgarishiga munosabati qanday bo'lishini ifodalaydi. Bu 1-tovarga bo'lgan talabning foizdagi o'zgarishi 2-tovar narxining foizdagi o'zgarishi nisbati shaklida hisoblanadi, ya'ni:

$$\text{Kesishgan Talab elastikligi} = \frac{1-\text{tovar talabining foizdagi o'zgarishi}}{2-\text{tovar narxining foizdagi o'zgarishi}}$$

Bu elastiklik manfiy yoki musbat songa ega bo'lishi tovarlarning bir-birini to'ldiruvchisi yoki o'rni bosishiga bog'liq. Masalan, hot dog narxining oshishi odamlarni gamburger olishga undaydi. Chunki hot dog narxi va gamburgerga bo'lgan talab bir xil yo'nalish bo'yicha harakatlanadi, narxlar kesishishidagi elastiklik ijobiydir. Bu misol bir-birini o'rni bosadigan tovarlar uchun xosdir. Endi bir-birini to'ldiradigan tovarlarni ko'rib chiqamiz. Masalan, kompyuter va dasturiy ta'minot bir-birini to'ldiradi. Bu holda elastiklik salbiy bo'ladi. Chunki kompyuter narxining oshishi dasturiy ta'minotga bo'lgan talabning qisqarishiga olib keladi.

4.2. Taklif elastikligi

Taklifning narx elastikligi va uning aniqlovchilari

Taklif qonuni shuni ko'rsatadiki, yuqori narx taklif miqdorini oshiradi. Taklifning narx elastikligi narxdagi o'zgarishga qancha taklif

miqdori o'zgarishini ifodalaydi. Agar taklif narx o'zgarishiga sezilarli darajada javob qaytarsa, tovar taklifi elastik deyiladi. Agar taklif narx o'zgarishiga biroz javob qaytarsa, tovar taklifi noelastik deyiladi.

Taklifning narx elastikligi ishlab chiqaruvchilarning ishlab chiqargan tovarlar miqdori o'zgarishiga bog'liq. Masalan, sohil bo'yi yerlari noelastik taklifga ega, chunki ularni ko'proq ishlab chiqarish deyarli imkonsizdir. Bunga zid holda, kitob, mashina va televizor kabi tovarlar elastik taklifga ega, chunki ularni ishlab chiqaruvchi firmalar yuqori narxlarga javoban o'z faoliyatlarini uzoqroq davom ettirishadi.

Ko'plab bozorlarda, taklifning narx egiluvchanligining asosiy aniqlovchisi vaqtdir. Taklif qisqa muddatdan ko'ra uzoq muddatda elastikroq bo'ladi. Qisqa muddat mobaynida, korxonalar ishlab chiqarish ko'lamini birdaniga oshira olmaydilar. Demak, qisqa muddatda, taklif miqdori narxning o'zgarishiga kamroq javob qaytaradi. Bunga zid holda, uzoq muddatda yangi zavodlar qurishi yoki eskilarini yopishi mumkin. Bundan tashqari bozorga yangi korxonalar kirishi va eskilari tugatilishi mumkin. Demak, uzoq muddatda taklif miqdori narx o'zgarishiga sezilarli javob qaytaradi.

Taklifning narx elastikligini hisoblash

Biz taklifning narx elastikligi haqida boshlang'ich ma'lumotga ega bo'ldik, endi chuqurroq yondashamiz. Taklifning narx elastikligi taklif miqdorining foizdagi o'zgarishini narxning foizdagi o'zgarishiga nisbati shaklida hisoblanadi, ya'ni:

$$\text{Taklifning narx elastikligi} = \frac{\text{Taklif miqdorining foizdagi o'zgarishi}}{\text{Narxning foizdagi o'zgarishi}}$$

Misol uchun, faraz qiling 1 qadoq sut narxi 2.85\$ dan 3.15\$ ga ko'tarilishi sutchi fermerlarning mahsuloti ko'payishiga sabab bo'ladi, oyiga 9000 qadoqdan 11000 ga qadoqqa.

$$\text{Narxning foizdagi o'zgarishi} = (3.15 - 2.85) / ((2.85 + 3.15) / 2) * 100 = 10\%$$

$$\text{Taklifning foizdagi o'zgarishi} = (11000 - 9000) / ((11000 + 9000) / 2) * 100 = 20\%$$

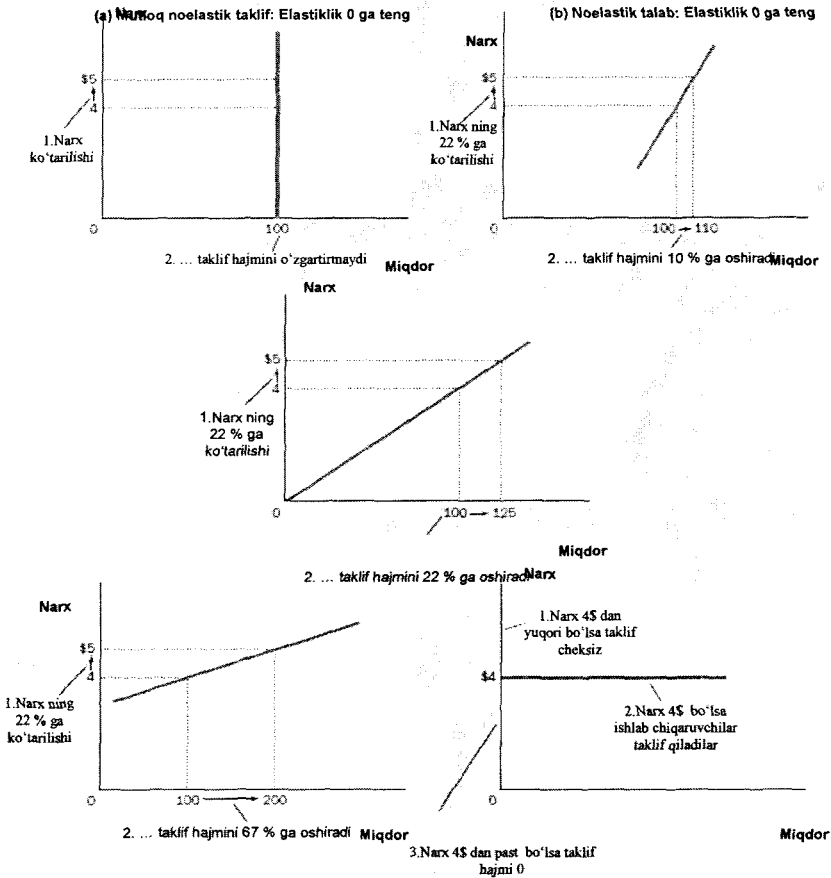
Bu vaziyatda taklifning narx elastikligi = $\frac{20\%}{10\%} = 2$ ga teng. Bu ko'rsatkich taklif miqdori narxga nisbatan 2 marta o'zgarishini bildiradi.

Taklif egri chizigining turlari

Taklifning narx elastikligi narxga taklif miqdorining mazmunini ifodalagani sababli bu taklif egri chizig'ining ko'rinishida aks etadi. 5- tasvir 5-holatni korsatadi. A panelda korsatilganidek, chetdagi 0 elastiklikda taklif butunlay noelastikdir va taklif egri chizig'i esa vertikal. Bu holatda, ta'minlangan miqdor narxdan qat'iy nazar bir xil. Elastiklik o'sganda, taklif egri chizig'i tekislanib boradi, qaysiki, shuni korsatadiki, ta'minlangan miqdor narxda o'zgarishiga ko'proq mas'uldir. Qarshisidagi chetda, e panelda korsatilgandek, taklif butunlay elastik. Bu taklifning narx elastikligi cheksizlikka intilganda va taklif egri chizig'i gorizantal bolganda sodir boladi. Narxdagi bir oz o'zgarish miqdorning katta ko'lamda o'zgarishiga olib keladi.

Ba'zi bozorlarda taklif elastikligi bir xil bo'lmaydi va taklif chizig'i bo'yicha farq qiladi. 6-shakl mahsulot uchun cheklangan miqdorga ega bo'lgan zavodlarga firmalarning sanoat uchun maxsus holatini ko'rsatadi. Taklif qilinayotgan qiymatning past darajasi uchun taklif elastikligi baland va bugunga mos ravishda firmalar narx o'zgarishi bilan javob beradi. Bu holatda firmalar foydalanilmayotgan tovarlar uchun qiymatni belgilaydi. Masalan foydalanilmayotgan o'simlik va jihozlar Butun kun va kunning qismi mobaynida. Bu foydalanilmayotgan miqdordan foydalanila boshlaganda narxdagi kichik o'sish firma uchun foydali bo'ladi. Bir miqdor to'liq foydalanib bo'lingach qo'shimcha mahsulot birligimi oshirish yangi o'simliklar yetishtirishni talab qiladi. Bu qo'shimcha xarajatlarni tajribadan o'tkazishga firmani ko'ndirish uchun narx katta miqdorda o'sishi zarur va shuningek, taklif deyarli elastik bo'lmasligi zarur.

Taklifning narx elastikligi taklif egri chizig'ining tik yoki yotiq bo'lishini belgilab beradi. E'tibor berish kerakki, barcha foiz o'zgarishlari o'rta nuqta usulidan foydalanilgan holda hisoblaniladi.



6-shakl bu voqeaning raqamli misolini namoyish etadi. Narx 3\$dan 4 \$ ga oshganda (o'rta nuqta metodiga ko'ra 29% o'sish), taklif qilinadigan miqdor 100 dan 200 ga o'shadi (67% o'sish). Taklif qilinadigan miqdor ko'proq nisbatda o'zgarganligi uchun, taklif chizig'i 1ga qaraganda ko'proq elastik. Farqlash uchun narx 12\$ dan 15\$ga

o'sganda (22 foiz o'sish), taklif qilinadigan miqdor 500 dan 525ga o'sadi (5 % o'sish). Bu holatda taklif qilinadigan narxga qaraganda kamroq nisbatda ko'chadi, shuningdek, elastiklik 1 ga nisbatan kamroq.

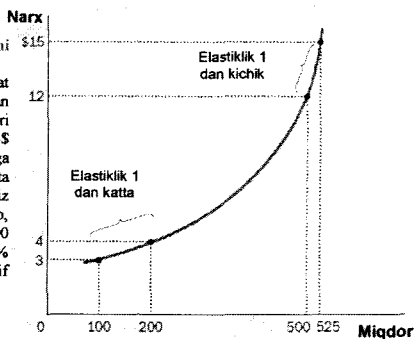
4.3. Talab, taklif va elastiklikning uch ko'rinishi

Fermerlik uchun yaxshi xabar fermerlar uchun yomon xabar bo'lishi mumkinmi? Nima uchun OPEC yoqilg'ining narxini baland saqlab tura olmadi? Dorilar taqiqi o'sadimi yoki dorilarga bog'liq jinoyatlar kamayadimi? Avvaliga bu savollar oson tuyulishi mumkin.

6 RASM

Qanday qilib taklifning narx elastikligi farq qilishi mumkin

Firmalarda mahsulot uchun maksimum miqdorda qiymat mavjud bo'lganligi uchun, taklif elastikligi taklif qilingan miqdorning eng past darajasida juda baland va eng yuqori darajasida juda past bo'lishi mumkin. Bu yerda, narxning 3\$ dan 4\$ga o'sishi taklif qilinadigan miqdorni 100 dan 200 ga oshiradi. Taklif qilinadigan miqdorda 67% o'sish (o'rta nuqta metodidan foydalanib hisoblangan) narxdagi 29 foiz o'sishdan kattaroq, taklif chizig'i bu holatda elastik. Ammo, narx 12\$ dan 15\$ ga o'sganda taklif qilinadigan miqdor 500 dan 525ga oshadi. Chunki taklif qilinadigan miqdorning 5% o'sishi narxdagi 22 foiz o'sishdan kichikroq va taklif chizig'i bu holatda noelastik.



Fermer xo'jaligidagi yaxshi xabar fermer uchun yomon xabar bo'ladimi?

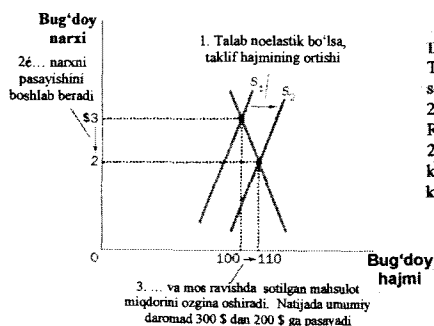
Tasavvur qiling siz bug'doy yetishtiradigan fermersiz. Sizing barcha daromadingiz bug'doyni sotishdan kelishi sababli, siz yeringizni iloji boricha unumdorligini oshirishga ko'proq harakat qilasiz. Ob-havo va tuproq holatini kuzatasiz, daladagi zararkunanda va kasalliklarni yo'qotasiz va ilg'or texnologiyalardan foydalanasiz. Siz bilasiz qancha ko'p bug'doy yetishtirsangiz, shuncha ko'p hosil olasiz va sizning daromadingiz ko'proq bo'ladi hamda turmush tarzingiz yaxshilanadi.

Bir kuni, Kanzas davlat universiteti olimlari muhim kashfiyot qilishganligini e'lon qilishdi. Universitetning agronomlik bo'limi

tadqiqotchilari fermerlar har bir akrdan (0.4 gektar) oladigan bug'doydan 20 % ko'p hosil beradigan yangi bug'doy navini kashf qilishdi. Bu xabarga qanday munosabat bildirasiz? Bu kashfiyot siz uchun yaxshimi yoki yomon?

Bu savollarga 3 ta qadamda javob beramiz. Birinchi, biz talab yoki taklif egri chizig'i siljigan yoki siljimaganligini tekshiramiz. Ikkinchi, biz egri chiziq qaysi tomonga siljiganini hisoblaymiz. Uchinchi, biz bozor muvozanati qanday o'zgariganligini ko'rish uchun talab-taklif rasmsidan foydalanamiz.

Bu holatda kashfiyot taklif egri chizig'iga ta'sir qiladi. Chunki yangi nav hosildorlikni oshiradi va endi fermerlar istalgan berilgan narxda ko'proq bug'doy yetishtirishni xohlashadi. Boshqacha qilib aytganda taklif egri chizig'i o'ng tomonga suriladi. Talab egri chizig'i o'zgarmaydi, chunki iste'molchilarning berilgan narxda bug'doy mahsulotlarini sotib olishga bo'lgan istaklariga yangi navning ta'siri yo'q. 7-rasmda bunday o'zgarish tasvirlangan. Taklif S_1 dan S_2 ga siljiganda, sotilgan bug'doy soni 100 dan 110 ga ko'tarilgan, narx esa 3\$ dan 2\$ ga tushgan.



RASM 7

Bug'doy bozorida taklif hajmining ortishi Taklif S_1 dan S_2 ga siljiganda, sotilgan bug'doy soni 100 dan 110 ga ko'tarilgan, narx esa 3\$ dan 2\$ ga tushgan. Rasmdan ko'rinib turibdiki, daromad 300 dan 220 ga tushgan. Shunday qilib, yangi navning kashf qilinishi fermerlarning daromadi kamayishiga olib keladi.

Kashfiyot fermerga ijobiy ta'sir qildimi? Birinchi navbatda, fermerning umumiy daromadiga nima bo'lganligini hisoblaymiz. Fermerning umumiy daromadi $P \times Q$, narxni bug'doy soniga

ko'paytiramiz. Kashfiyot fermerga 2 yo'l bilan ta'sir qiladi. Yangi nav fermerga ko'p bug'doy yetishtirishni ta'minlaydi (Q-soni oshadi), lekin endi har bir boshoq past narxda sotiladi (P-narx tushadi).

Umumiy daromad oshadimi yoki oshmaydimi bu talabning elastikligiga bog'liq. Amaliyotda, bug'doy kabi asosiy oziq-ovqatlarga bo'lgan talab elastik emas, chunki bular nisbatan arzon va o'rnini bosadiganlari juda kam. 7-rasmdagi kabi talab elastik bo'lmaganida, narxlarning tushishi daromadning kamayishiga olib keladi. Rasmdan ko'rinib turibdiki, daromad 300 dan 220 ga tushgan. Shunday qilib, yangi navning kashf qilinishi fermerlarning daromadi kamayishiga olib keladi.

Agar fermerlarga bu kashfiyot yomon ta'sir qilsa, kimdir qiziqishi mumkin nega ular buni qabul qilishadi. Javob raqobatbardosh bozor qanday ishlashiga borib taqaladi. Chunki har bir fermer bug'doy bozorining kichik bo'lagi, u bug'doyni berilgan narxda oladi. Istalgan berilgan narx uchun, yangi navdan foydalanish va ko'proq bug'doy sotish yaxshiroq. Lekin buni hamma fermerlar qilsa, bug'doyga taklif oshadi, narxi esa tushadi va fermerlarga aks ta'sir qiladi.

Garchi bu misol gipotezadek ko'rinsa ham, o'tgan asr mobaynida Qo'shma Shtatlar iqtisodiyotidagi asosiy o'zgarishlarni tushunishga bu misol yordam beradi. 200 yil oldin ko'plab Amerikaliklar fermalarda yashashgan. Ferma metodlari haqidagi bilimlar oddiy bo'lgan. Ko'plab Amerikaliklar aholini boqadigan oziq-ovqatni ishlab chiqaradigan fermer bo'lishga to'g'ri kelgan.

Vaqt o'tgan sari, fermerchilik texnologiyasidagi yuksalish har bir fermer ishlab chiqara oladigan mahsulotning miqdorini oshirishga olib keldi. Noelastik talab bilan birgalikda oziq-ovqat taklifidagi o'sish fermerchilikdagi umumiy daromadning tushushiga sabab bo'ldi. Bu esa odamlarni fermerchilik sohasidan chiqib ketishiga olib keldi.

Bir necha raqamlar bu tarixiy o'zgarishning ko'lamini ko'rsatadi. 1950-yilda Qo'shma Shtatlarda 10 million aholi fermerchilikda band

bo'lgan, bu ishchi kuchining 17 % ini tashkil qiladi. Hozir esa 3 millionga yaqin aholi bu sohada faoliyat ko'rsatadi, bu ishchi kuchining 2 % ini tashkil etadi. Bu o'zgarish fermerchilikdagi samaradorlik bilan mos tushadi: fermerlar sonidagi 70 % pasayishga qaramasdan, hozir fermalar 1950-yilga nisbatan 2 barobar ko'proq hosil bermoqda.

Qishloq xo'jaligi mahsulotlari uchun bozorning bunday analizi ijtimoiy siyosat paradoksini tushunishga yordam beradi: Ma'lum qishloq xo'jaligi dasturlari fermerlarning barcha yerlariga ekin ekmaslikni majburlash orqali ularga yordam berishga harakat qiladi. Dasturlarning maqsadi qishloq xo'jaligi mahsulotlari taklifini qisqartirish va narxni ko'tarish. Ularning mahsulotlari uchun elastikbo'lmagan talab bilan ular bozorga kamroq hosil bilan chiqishsa, fermerlar ko'proq daromad oladilar. Hech qaysi bir fermer o'z yerini tashlab qo'ymaydi, chunki ular berilgandek bozor narxini olishadi. Lekin buni barcha fermerlar birgalikda qilishsa, har bir fermer uchun yaxshiroq bo'ladi.

Qishloq xo'jaligi texnologiyasining yoki siyosatining ta'sirini tahlil qilinganda, shuni yodda tutish kerakki, fermerlar uchun yaxshi bo'lgan narsa butun jamiyat uchun yaxshi emas. Qishloq xo'jaligi texnologiyasidagi rivojlanish fermerlarga yomon bo'la oladi, chunki bu ularni keraksizga chiqarib qo'yadi, lekin oziq-ovqat mahsulotlariga kam to'laydigan iste'molchilar uchun esa bu yaxshi. Agar siyosat qishloq xo'jaligi mahsulotlarining taklifini qisqartirishga yo'naltirilsa, bu iste'molchi xarajatlariga aks ta'sir etadi.

*Nega OPEK neftning yuqori narxini ushlab turishda
muvaffaqiyatsizlikka uchradi?*

O'tgan bir necha o'n yillik mobaynida jahon iqtisodiyoti uchun eng ko'p putur yetkazadigan hodisalar neft bozorida vujudga kelmoqda. 1970-yilda neft eksport qiluvchi davlatlar tashkiloti (OPEK) a'zolari daromadni ko'paytirish maqsadida neftning jahon narxini oshirishga qaror qilishdi. Bu maqsadga ular birgalikda neft miqdorini qisqartirish orqali erishishdi. 1973-yildan 1974-yilgacha neftning narxi 50 % dan

yuqoriroqqa ko'tarildi. Bir necha yildan so'ng, OPEK bu ishni yana bir amalga oshirdi. 1979-yildan 1981-yilgacha neft narxi qariyb ikki barobar ko'tarildi.

Biroq OPEK yuqori narxni ushlab turishni qiyin deb topdi. 1982-yildan 1985-yilgacha neftning narxi yiliga 10% dan pasaydi. Tez orada esa OPEK davlatlari o'rtasida qoniqmaslik va tartibsizlik keng yoyildi. 1986-yilda OPEK a'zolari o'rtasidagi hamkorlik butunlay sindi va neftning narxi 45% ga keskin pasaydi. 1990-yilda neftning narxi 1970-yildagi narx bilan bir xil edi va 90-yillarda uning narxi deyarli o'zgarmadi (XXI asrning 1-o'n yilligida neftning narxi yana oshdi, lekin OPEK uni kamaytirganidan emas, balki neftga bo'lgan talab oshganligidan va Xitoy iqtisodiyoti shiddat bilan ko'tarilayotganidan).

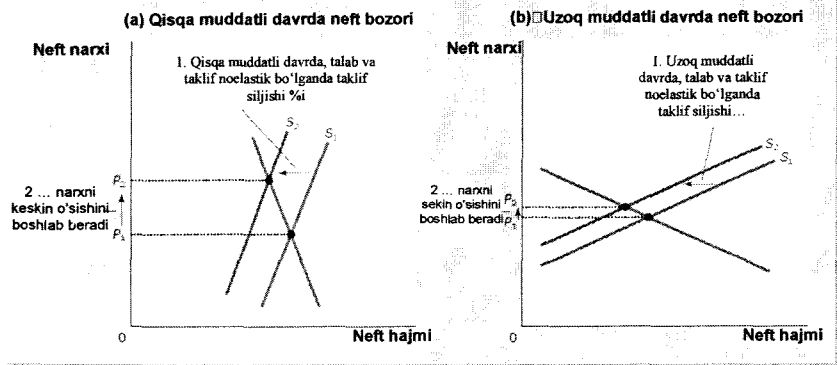
1970–980-yillardagi OPEK hodisasi qisqa muddatda va uzoq muddatda talab va taklif qanday harakatlanishini ko'rsatadi. Qisqa muddatda neftga bo'lgan talab va taklif nisbatan elastik emas. Taklif elastik emas, chunki ma'lum neft zaxiralari va neft qazib chiqarish hajmi tez o'zgarmaydi. Talab ham elastik emas, chunki sotib olish narxdagi o'zgarishlarga tez javob qaytarmaydi. Demak, 8-rasmda ko'rsatilganidek, qisqa muddatdagi taklif va talab tik qiya holda turadi. Taklif S_1 dan S_2 ga o'zgarganda, P_1 dan P_2 ga narxning ko'tarilishi katta bo'ladi.

Uzoq muddatda vaziyat ancha farqlidir. Uzoq vaqt mobaynida, OPEK dan tashqari neft ishlab chiqaruvchilar yuqori narxlarga javoban neft tadqiqotlarini ko'paytiradilar va ishlab chiqarishning yangi kuchlarini barpo etishadi. Iste'molchilar esa tejashga harakat qilishadi, masalan eski samarasiz mashinani yangisiga almashtirishadi. Demak, 8-rasmda ko'rsatilganidek, uzoq muddatli talab va taklif egri chizig'i elastik hisoblanadi. Uzoq muddatda taklif egri chizig'ining S_1 dan S_2 ga o'zgarishi narxning ozgma ko'tarillshiga sabab bo'ladi.

8 RASM

Dunyo neft bozorida taklif hajmining qisqarishi

Neftga talab pasayganda, bunga javob berish ma'lum bir vaqtni talab qiladi. Qisqa muddatli davrda, (a) panelda talab va taklif biroz noelastik. shu tariqa taklif egri chizig'ining S_1 dan S_2 ga siljishi narxni oshiradi. Aksincha uzoq muddatli davrda esa taklif va talab biroz elastik.



Bu tahlil nega faqatgina qisqa vaqt mobaynida OPEK neftning yuqori narxini ushlab turishga erishganini ko'rsatadi. OPEK mamlakatlari neft ishlab chiqarishni qisqartirishga kelishishganda, ular taklif egri chizig'ini chap tomonga surishdi. OPEK mamlakatlarning har biri kam neft sotganligiga qaramasdan, ular narxni ko'tarib daromadlarini ham qisqa vaqtda oshirishdi. Uzoq muddatda esa, talab va taklif elastik bo'lganda, taklifning bir xil kamayishi taklif egri chizig'ini gorizontol tomonga surdi va narxda biroz o'sish kuzatildi. Shunday qilib, uzoq muddatda taklifni qisqartirish kamroq foyda keltiradi. Kartel uzoq muddatdan ko'ra qisqa muddatda narxni oshirish oson ekanligini o'rgandi.

Giyohvand moddalarni taqiqlash unga doir jinoyatlar sonini oshiradimi yoki kamaytiradimi?

Jamiyatimiz duch kelayotgan muammolardan biri – bu heroin, kokain kabi giyohvand moddalardan foydalanishdan iborat. Bu moddalarning ko'plab salbiy ta'siri mavjud. Biri shuki, giyohvand moddaga bog'lanib qolish odamlarning va ularni oilasining hayoti barbod bo'lishiga olib

keladi. Boshqa tomondan esa pul topish maqsadida giyohvand odam o'g'irlikka va boshqa jinoyatlarga qo'l uradi. Noqonuniy moddalardan foydalanishni cheklash maqsadida Qo'shma Shtatlar hukumati mamlakatga giyohvand moddalarning oqimini qisqartirish uchun har yili milliard dollar mablag' ajratadi. Talab va taklif mexanizmlaridan foydalangan holda bu narkotik moddalarni to'xtatish siyosatini tekshiramiz.

Tasavvur qiling hukumat giyohvand moddalarga qarshi urushda qatnashadigan federal agentlar sonini oshirdi. Noqonuniy dorilar bozorida nima sodir bo'ldi? Odatdagidek biz 3 qadamda savolga javob beramiz. Birinchidan, biz talab yoki taklif egri chizig'ining o'zgarganini ko'rib chiqamiz. Ikkinchidan, o'zgarishning qaysi tomonga bo'lganini kuzatamiz. Uchiunchidan, biz o'zgarish muvozanat narxi va miqdoriga qanday ta'sir etganini ko'ramiz.

Garchi narkotiklarni to'xtatishning maqsadi ulardan foydalanishni qisqartirishga qaratilgan bo'lsa ham, uning aniq ta'siri xaridorlarga emas balki sotuvchilargadir. Hukumat mamlakatga bir necha narkotik moddalarni kirishini to'xtatgan va ko'plab kontrabandachilarni hibsga olgan paytda, bunday moddalar narxi oshadi va shu sababli ularning miqdori kamayadi. Giyohvand moddaga bo'lgan talab, ya'ni istalgan narxda sotib oladiganlar soni o'zgarmaydi. 9-rasmda ko'rsatilganidek, taqiq taklif egri chizig'ini chap tomonga S_1 dan S_2 ga surdi, talab esa o'zgarishsiz qoldi. Muvozanat narxi P_1 dan P_2 ga ko'tarildi, muvozanat miqdor esa Q_1 dan Q_2 ga pasaydi. Muvozanat miqdorining kamayishi shuni ko'rsatadiki, narkotik moddalarning taqiqi ulardan foydalanishni qisqartirdi.

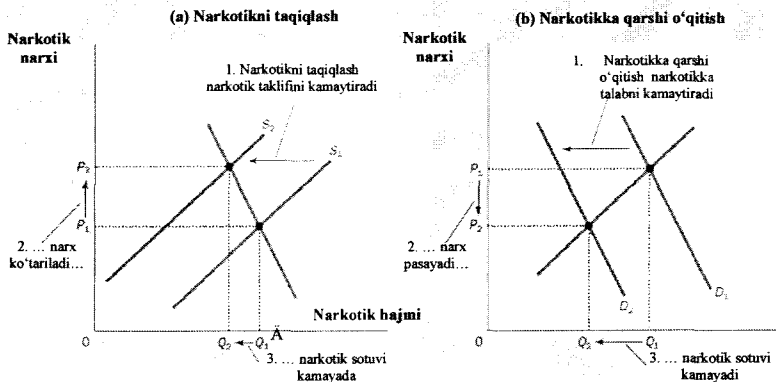
Lekin giyohvand moddalarga doir jinoyatlarchi? Bu savolga javob berish uchun, giyohvand moddalardan foydalanuvchilar to'lagan pullarining umumiy qiymatini hisoblaymiz. Chunki juda kam

giyohvandlar narxlar oshganda odatlaridan voz kechadi, bu degani bunday moddalarga bo'lgan talab elastik emas.

Narkotikni taqiqlash taklif hajmini S_1 dan S_2 ga kamaytiradi (a). Agar narkotikka bo'lgan talab noelastik bo'lsa, narkotikdan foydalanish kamayishiga qaramasdan unga to'lanadigan to'lov hajmi ortadi. Aksincha, narkotikka qarshi o'qitish narkotikka bo'lgan talabni D_1 dan D_2 ga kamaytiradi (b). Biroq bunda narx va miqdor ham kamayib, undan foydalanuvchilar tomonidan to'lanadigan to'lovlarni kamaytiradi.

RASM 9

Narkotikdan noqonuniy foydalanishni kamaytirishga qaratilgan siyosat



Agar talab elastik bo'lmasa, giyohvand moddalar bozoridagi umumiy daromad ko'tariladi. Chunki giyohvand moddalardan foydalanishga nisbatan narx ancha ko'tarilgan bo'ladi. Bu esa giyohvandlar to'laydigan umumiy pul miqdorini oshiradi. Giyohvandlar o'zlarining ehtiyojini qondirish maqsadida o'g'irlik qilishga ham to'g'ri keladi, ularga avvalgidan ham ko'proq pul zarur bo'ladi. Demak, giyohvand moddalarni to'xtatish siyosati unga doir jimoyatlar sonini oshiradi.

Bu siyosatning salbiy ta'siri sababli bir necha mutaxassislar muqobil yechimini topishga bahslashmoqdalar. Giyohvand moddalar taklifini qisqartirgandan ko'ra, siyosatchilari giyohvand moddalar haqida ta'lim berish orqali ularga bo'lgan talabni qisqartirishga harakat

qilishlari mumkin. Muvaffaqiyatli ta'limning ta'siri 9-rasmda ko'rsatilgan.

Talab egri chizig'i chapga D_1 dan D_2 ga surilgan. Natijada muvozanat miqdori Q_1 dan Q_2 ga va muvozanat narx esa P_1 dan P_2 ga tushgan. Umumiy daromad ham pasaygan. Shunday qilib, giyohvand moddalar kirishini to'xtatishdan farqli o'laroq, ta'lim ham ulardan foydalanishni, ham ularga doir jinoyatlar sonini kamaytirishni ta'minlaydi.

Giyohvand moddalarni to'xtatish tarafdorlari siyosatning uzoq muddatli ta'siri qisqa muddatligidan ko'ra farqli deb hisoblaydi, chunki talab elastikligi vaqtga bog'liq. Talab qisqa muddatda elastik bo'lmasligi mumkin, chunki og'uga o'rganib qolganlarga narxning ko'tarilishi ta'sir etmaydi. Lekin vaqt o'tgan sari talab elastik bo'lib boraveradi, chunki yuqori narx yoshlar orasida bu moddalarni sinab ko'risbdan qaytaradi va vaqt o'tgan sayin faqatgina sanoqli giyohvandlar qoladi. Bunday holatda, giyohvand moddalarni to'xtatish siyosati qisqa muddatda ularga doir jinoyatlar sonini oshiradi, uzoq muddatda esa kamaytiradi.

Nazorat savollari

1. Talabning narx elastikligi va daromadlar elastikligiga ta'rif bering.
2. Bo'limda muhokama qilingan talabning narx elastikligini 4 omilini ro'yxatini tuzing va tushuntirib bering.
3. Elastiklikni hisoblashdagi o'rta metodining afzalligi nimada?
4. Agar elastiklik 1 dan yuqori bo'lsa, talab elastikmi yoki yo'qmi? Agar elastiklik 0 ga teng bo'lsa, talab butunlay elastikmi yoki yo'qmi?
5. Talab-taklif diagrammasida muvozanat narx, muvozanat miqdor va ishlab chiqaruvchilarning umumiy daromadini ko'rsating.

6. Agar talab elastik bo'lsa, narxning oshishi umumiy daromadning qanday o'zgarishiga olib keladi? Tushuntiring.

7. Daromad elastikligi 0 dan kichik bo'lgan tovarni nima deb ataymiz?

8. Taklifning narx elastikligi qanday hisoblanadi? Nimalar hisoblanishini tushuntiring.

9. Pikasso asarlari taklifining narx elastikligi qanday?

10. Taklifning narx elastikligi qisqa muddatda yoki uzoq muddatda har doim yuqorimi? Nega?

11. Qanday qilib elastiklik giyohvand moddalarni to'xtatish ularning taklifini kamaytirishini, lekin ularga doir jinoyatlarni ko'paytirishini tushuntirib bering?

V BOB. NARX USTIDAN NAZORAT VA BOZOR FAOLIYATI

5.1. Maksimal va minimal narxlar

Bozor muvozanatini ta'minlashda iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligidan foydalanish orqali, ya'ni narxlarni davlat tomonidan nazorat qilish maqsadida maksimal va minimal narxlarni belgilashni ko'zda tutadi.

Davlat bozordagi narxlarni nazorat qilish orqali bozor mexanizmini tartibga solishga harakat qiladi. Bunda davlat ikkita maqsadni ko'zlaydi: ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlash yoki iste'molchilarni qo'llab-quvvatlash. Iste'molchilarni narx tomondan qo'llab-quvvatlashda davlat qonuniy asosda ba'zi tovarlarga muvozanat darajasidan pastroq narxlarni qayd etgan holda eng yuqori narxni o'rnatadi. Bunda sotuvchilar ushbu qayd etilgan narxdan yuqori narxda sotishlari taqiqlanganligi e'lon qilinadi. Narx muvozanat narxidan past o'rnatilganda, bozorda tovar taqchilligi yuzaga keladi. Erkin bozor sharoitida bu taqchillik tezda yo'qoladi, biroq narxlar qayd etilgan sharoitda, bozor mexanizmi ishlamaydi va bozorda barqaror taqchillik paydo bo'ladi. Bu narx chegarasining ijobiy tomoni, muvozanat narxida xarid qila olmagan iste'molchilarda bu tovarlarni sotib olish imkoniyatining tug'ilishidir. Biroq, uning salbiy tomonlari ko'proq:

- ushbu tovarni ishlab chiqarish hajmining qisqarishi;

- ehtiyojlarning kamroq qismi qondirilishi;

- bozorda taqchil tovarlarga navbatning ortib ketishi, hattoki bu navbatda turganlarga ham u yetmasligi mumkin;

- "qora bozor"ning paydo bo'lishi va boshqalar.

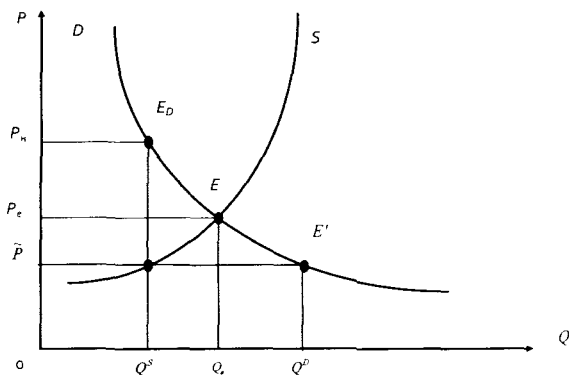
Davlat ba'zida ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlash maqsadida narxlarning quyi chegarasini qonuniy ravishda o'rnatadi. Agar bu chegara muvozanatli narxdan yuqori bo'lsa, bozorda barqaror

tovar ortiqchaligi paydo bo'lad. Demak, davlatning bozor mexanizmiga muvozanat narxidan yuqori darajadagi narxlarni o'rnatish yo'li bilan aralashuvi ham yo'qotishlarga olib keladi va oqibatda u ham samarasiz hisoblanadi.

Davlat bozor mexanizmini tartibga solishda soliqlar va dotatsiyalarni ham qo'llaydi. Bu aralashuv ham bozor mexanizmini amal qilishini samaradorligi pasayishiga va sof yo'qotishlar paydo bo'lishiga olib keladi.

Ba'zi vaqtlarda bozor narxi davlat tomonidan o'rnatiladi. Agar o'rnatilgan narx \bar{P} muvozanat narxidan R_e kichik bo'lsa $\bar{P} < P_e$ (P_e - muvozanat narx) va narxni undan yuqori belgilash taqiqlansa, bunday narxlar maksimal narxlar, aksincha o'rnatilgan narx \bar{P} muvozanat narxidan R_e katta bo'lsa, $\bar{P} > P_e$ (R_e - muvozanat narx) va narxni undan pastroq belgilash taqiqlansa bunday narxlar minimal narxlar deb yuritiladi.

Maksimal narx ba'zi bir mahsulotlarga aholini ushbu mahsulot bilan ma'lum darajada ta'minlash maqsadida, minimal narx esa mahsulot ishlab chiqaruvchilarni himoya qilish uchun davlat tomonidan o'rnatiladi.

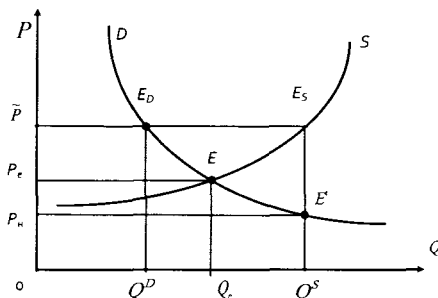


5.1-rasm. Narx maksimal bo'lganda mahsulot tanqisligi.

Talab va taklif nazariyasiga ko‘ra, maksimal narxning o‘rnatilishi mahsulot tanqisligiga olib keladi.

Maksimal narx o‘rnatilganda bir qator ishlab chiqaruvchilar (xarajatlarini maksimal narxda qoplay olmagan uchun) bozordan siqib chiqariladi va ishlab chiqariladigan va sotiladigan mahsulot hajmi Q_s dan Q_d gacha kamayadi. Tovarni sotib olishni davom ettirayotgan iste’molchilar tovarni past narxda sotib oladilar va ularning iste’mol ortiqchaligi oshadi.

Minimal narxning o‘rnatilishi, ortiqcha mahsulotning vujudga kelishiga olib keladi yoki mahsulotlar sotilmasdan omborlarda to‘planib qolishiga olib keladi. Bu vaziyat 18-rasmda keltirilgan, ortiqcha mahsulot hajmi $Q^s - Q^d$ ga teng. Agar davlat mahsulotni minimal narxdan past narxda sotishga ruxsat bermasa, bu yerda ham norasmiy bozor vujudga keladi.



5.2-rasm. **Narx minimal bo‘lganda mahsulot otiqchaligi.**

Grafikdagi E nuqta ortiqcha mahsulotni norasmiy ravishda muvozanat narxdan past narxda (P_n narxda) sotilishi mumkin bo‘lgan vaziyatni ko‘rsatadi.

Shunday qilib, talab va taklif modeli orqali bozor narxlarini o‘zgartirishning oqibatlarini chuqur tahlil qilish mumkin.

Faraz qilaylik, tovarga davlat tomonidan maksimal narx P^* o‘rnatildi deylik, ya’ni $P^* < P_e$ (P_e muvozanatli narx).

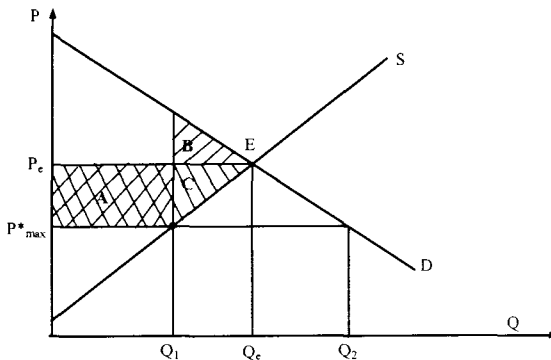
Ushbu oshgan ortiqchalik grafikda qo'sh shtrixlangan A to'rtburchak yuzi bilan ifodalangan. Lekin bir qator iste'molchilar tovar hajmi qisqargani uchun uni sotib ololmaydilar. Ularning iste'mol ortiqchaligining qisqarganligi shtrixlangan V uchburchak yuziga teng. Demak, iste'molchi ortiqchaligining sof o'zgarishini quyidagicha aniqlash mumkin:

$$\Delta_{\text{ист.}} = A - B, \quad (1)$$

bu yerda, $\Delta_{\text{ист.}}$ – iste'molchi ortiqchaligining sof o'zgarishi.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, $A > B$ bo'lgani uchun sof iste'molchi ortiqchaligi musbat $\Delta_{\text{ист.}} > 0$.

Endi ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini qaraymiz. Bozorda qolib ishlab chiqarishni davom ettirayotgan ishlab chiqaruvchilar bozor narxidan past narxda Q_1 hajmda mahsulot ishlab chiqaradi. Ishlab chiqaruvchilar grafikda ko'rsatilgan A to'rtburchak yuziga teng bo'lgan iste'molchi ortiqchaligini yo'qotadilar. Bozordan siqib chiqarilgan ishlab chiqaruvchilar tomonidan yo'qotilgan ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi esa S uchburchak yuzi bilan ifodalangan.



5.3-rasm. **Narx davlat tomonidan nazorat qilinganda iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining grafikdagi tasviri**

Demak, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining umumiy o'zgarishi teng:

$$\Delta_{\text{и/ч}} = -A - C, \quad (2)$$

bu yerda, $\Delta i/ch$ - ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining sof o'zgarishi. Maksimal narx o'rnatilganda asosiy yo'qotishlar ishlab chiqaruvchilar zimmasiga to'g'ri keladi.

5.2. Narxning bozor faoliyatiga ta'siri

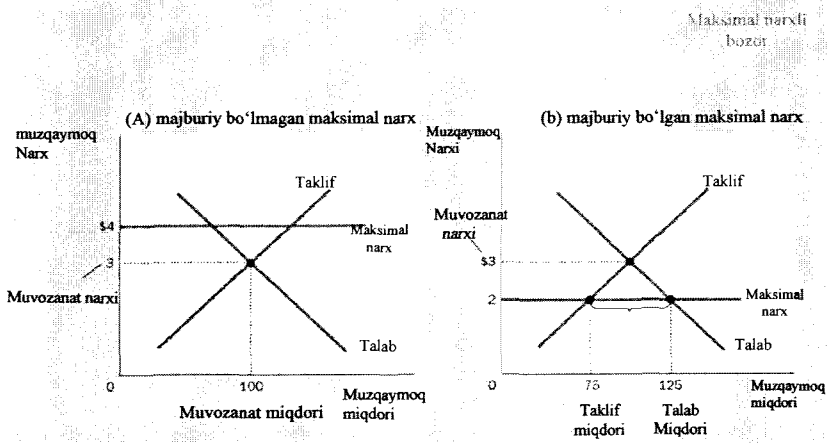
Narxning bozor daromadiga qanday ta'siri borligini ko'rib chiqish uchun muzqaymoq bozorini tahlil qilamiz. Agar muzqaymoq erkin raqobatbardosh bozorda sotilsa, muzqaymoqning narxi talab va taklif muvozanatiga ta'sir ko'rsatadi. Muvozanatli narxda xaridorlar sotib olishni xohlayotgan muzqaymoqning miqdori sotuvchilar sotishni xohlayotgan miqdorga to'g'ridan-to'g'ri teng bo'ladi. Aniqroq qilib aytusak, har bir muzqaymoq uchun narx 3\$ga teng bo'lsin.

Barcha ham ushbu erkin bozor vaziyatidan quvonmaydi. Misol uchun har kuni bir dona muzqaymoq iste'mol qilish uchun 3\$ katta narx ekanligidan noliyotgan iste'molchilar, shu bilan bir qatorda 3\$ raqobatli bozorda eng minimum narx bo'lib, bu ularga juda ham kam foyda keltirayotganidan noliydigan muzqaymoq ishlab chiqaruvchilar bo'ladilar. Ularning har ikkalasi ham hukumatga bu borada kerakli qarorni berishi uchun qonun ishlab chiqarishni talab etib murojaat etadi.

Albatta xaridorlar har doim barcha mahsulot uchun eng kam haqini to'lashni xohlasalar, sotuvchilar esa buning uchun eng yuqori haqni olishni xohlaydilar. Bu ikki guruhning xohishlari bir-biriga qarama-qarshi. Agar muzqaymoq iste'molchilari o'zlarining talablarida mustahkam tursalar, hukumat ular uchun muzqaymoqning sotilishida narxning eng maksimal chegarasini belgilab berishi mumkin. Narxni ko'rsatilgan chegaradan oshirish mumkin emas. Qonuniylashtirilgan maksimal narx esa maksimal narx deb nomlanadi. Bunga qarshi ravishda muzqaymoq ishlab chiqaruvchilar harakatchan bo'lsa, hukumat narxga nisbatan minimum narxni belgilab beradi va narx ushbu chegaradan tushib ketishi mumkin emas. Qonuniylashtirilgan minimal narx esa minimal narx deb nomlanadi.

Agar hukumat muzqaymoq iste'molchilarni narxdan noroziligi ta'siri bilan muzqaymoq uchun eng yuqori narxni belgilab bersa, ikki xil natija kelib chiqishi mumkin. Birinchi rasmda, hukumat har bir muzqaymoq uchun 4\$ belgilaydi. Bu vaziyatda talab va taklifni muvozanatda ushlab turuvchi narx chegaradan pastda bo'lgani uchun narx *yo'q bolib ketmayapti*. Bozor tabiiy ravishda iqtisodiyotni muvozanatga olib borib qo'yadi va narxning yuqori darajasi sotilgan mahsulot miqdoriga yoki uning narxiga ta'sir etmaydi.

1



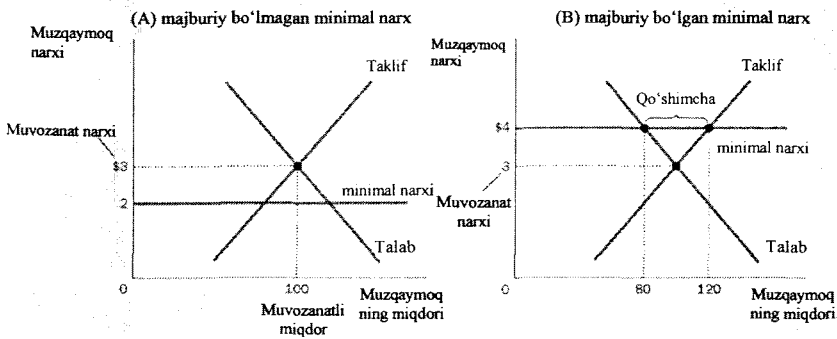
Ikkinchi B rasm ancha qiziqarli natija ko'rsatadi. Bu holatda, hukumat muzqaymoq uchun narx yuqori chegarasini 2\$ etib tayinlaydi. Chunki 3\$ muvozanatli narxning yuqorisida turibdi. Ushbu yuqori chegara esa bozorda majburiy chegara vazifasini bajaradi. Taklif va talab narxni muvozanat tomonga qarab harakat qilishga majbur etadi. Ammo qachonki bozor narxi yuqori chegaraga yetsa qonun bilan undan yuqoriga o'sa olmasligi mumkin. Shunday qilib bozor narxi narxning yuqorisini muvozanatlaydi. Bu narxda esa talab etilgan muzqaymoq miqdori (rasmda 125 dona) taklif miqdoridan oshib (75 dona) ketgan.

Demak bu yerda muzqaymoq tanqisligi yuzaga keladi. 50 dona odam muzqaymoq sotib olishni xohlasa ham uni xarid qila olmaydi.

Qachon muzqaymoq tanqisligi narx o'zgarishi tufayli ortsa, tovar yetkazib beruvchining normallashtirish mexanizmi ham shakilanadi. Ushbu mexanizm tovarga bo'lgan navbat bo'lishi mumkin. Navbatga erta kelib, kuta oladigan iste'molchilar natijada muzqaymoq oladilar, ammo aksariyat kuta olmaydigan odamlar esa sotib olmaydilar. Bunga muqobil ravishda, sotuvchilar muzqaymoq yetkazib berishni o'zlarining xohishlariga qarab masalan, faqat jamiyatning ma'lum bir guruhiga, oila a'zolariga, do'stlariga muzqaymoq sotish orqali normallashtirishlari mumkin. Shunga qaramasdan, narx o'zgarishi muzqaymoq sotib oluvchilarga yordam berish istagi orqali yuzaga kelayotgan bo'lsada, sotib oluvchilarning hammasi ham bundan manfaat ko'ra olmaydi. Ba'zi bir iste'molchilar navbatda kutgan holda arzon narxda muzqaymoq olishlari mumkin, ammo boshqalari esa umuman muzqaymoq sotib ola olmasliklari mumkin. Muzqaymoq bozoridagi ushbu misol shunday umumiy natija ko'rsatadi: qachon hukumat raqobatli bozordagi narx o'zgaruvining mustahkamlashishiga aralashsa, tovar tanqisligi oshadi, natijada sotuvchi tanqis tovarni ko'p sonli imkoniyatli sotib oluvchilar orasida normallashtirishi shart. Narx o'zgarishi natijasida yuzaga kelgan normallashtiruv mexanizmi unchalik ham samarali va ma'qul emas, chunki navbatda kutib turish sotib oluvchilarning vaqtini oladi. Sotuvchining xohishiga qarab tovarni yoki xaridorni ajratish ancha noqulay, samarasiz va shu bilan birga insofsizlikdir (chunki xaridor juda qadrlaydigan tovar unga to'g'ridan-to'g'ri bormaydi). Bunga qarshi tarzda, tartibli, to'g'ri yo'naltirilgan savdo esa insoniylikka to'g'ri keladi hamda samaralidir. Qachonki muzqaymoq bozori o'zining muvozanatiga erishsa, bozordagi har bir tovar uchun pul to'lagan iste'molchi muzqaymoqni qo'lga kiritishi mumkin. Ochiq bozor tovarning narxi bilan birga muvozanatga keladi.

Hukumatning boshqa turdagi narx nazorati qanday natijalar berishini kuzatishdan oldin keling biz yana muzqaymoq bozoriga qaytamiz. Tasavvur qilingki, hukumat Milliy Muzqaymoq Tayyorlovchilar Haya'tiga chiqarilgan sud qarori tomonidan harakatga keltirildi. Bunday holatda hukumat narxning quyi chegarasini o'rganib chiqadi. Narxning quyi chegarasi xuddi uning yuqori chegarasidek hukumat tomonidan bozordagi muvozanatni ushlab turish uchun o'rnatiladi. Shunday vaziyatda yuqori chegarali narxlar xuddi quyi chegarali narx kabi qonuniy doiradan chiqib ketmaydi.

4



Davlat muzqaymoq bozorida quyi narxni belgilaganda ikki xil natija kelib chiqishi mumkin. Muvozanatdagi narx 3\$ bo'lsa-yu, hukumat tovar uchun 2\$ narx belgilasa, biz (A) rasmdagi natijaga erishamiz. Bunday holatda narxning quyi chegarasi bozor holatiga ta'sir ko'rsatmaydi. Bozordagi kuchlar tabiiy ravishda iqtisodiyotni muvozanatga olib boradi va quyi narxning ta'siri sezilmaydi.

B rasm hukumat muzqaymoq uchun 4\$ narx belgilanganda nima sodir bo'lishini ko'rsatadi. Bu holatda muvozanatli narx 3\$ bo'lib, u

pastda bo'lgani uchun minimal narx bozorga qarama-qarshi ta'sir o'tkazayapti. Talab va taklifning ta'siri natijasida narx muvozanatdagi narxga qarab harakat qiladi. Ammo bozor narxi quyi chegarada va u undan pastga tusha olmaydi. Bozor narxi quyi chegaradagi narxni belgilab beradi. Bu chegarada ta'minlab berilgan muzqaymoq (120 dona) miqdori talab etilgan miqdordan (80 dona) oshib ketadi. Muzqaymoqni bozorda harakat qilayotgan narxda sotmoqchi bo'lganlar uni sota olmaydi. Shunday qilib, narxning quyi chegarasini belgilashning oqibati taklif qilinayotgan mahsulot ortiqchaligidir. Biz ta'kidlaganimizdek, narxning yuqori chegarasi va taqchillik, taqsimlanishning noto'g'ri mexanizmini shakllanishiga olib keladi.

Quyi chegarasi narxi natijasida, ba'zi sotuvchilar o'zlarining mahsulotlarini sota olmaydilar. Xaridorlarning shaxsiy xohish istaklariga qarab harakat qiluvchi sotuvchilar boshqa odamlar sota olmagan narxlarda tovarlarini sotishlari mumkin. Aksincha erkin bozorda narx muvozanatni boshqaruvchi sifatida ishtirok etadi va sotuvchilar o'z tovarlarini muvozanatdagi holatda xohlaganlaricha sotishlari mumkin.

5.3. Narx ustidan nazoratning salbiy oqibatlari

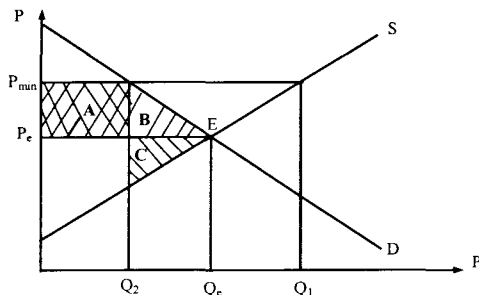
Rasmdan ko'rinib turibdiki, narxni nazorat qilish umumiy yalpi ortiqchalikning ma'lum qismini yo'qotishga olib keladi va ushbu yo'qotishga to'liq yo'qotish deyiladi.

Ortiqchaliklarning umumiy o'zgarishini aniqlash uchun biz iste'mochi ortiqchaligi o'zgarishi Δ_{ist} va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi o'zgarishi $\Delta_{i/ch}$ ni qo'shamiz.

$$\Delta = \Delta_{ist} + \Delta_{i/ch} = A - B + (-A - C) = A - B - A - C = -B - C. \quad (3)$$

Shunday qilib, biz V va S uchburchaklarning yuziga teng bo'lgan to'liq yo'qotishni olamiz. Bu to'liq yo'qotish narxlarni nazorat qilish

bilan bog'liq davlatning iqtisodiy siyosatining samarasiz ekanligini ko'rsatadi. Bu yerda ishlab chiqaruvchilar tomonidan yo'qotilgan ortiqchalikning iste'molchilar yutib olgan ortiqchalikdan katta ekanligini ko'rish mumkin.



5.4-rasm. Narx muvozanat narxidan yuqori belgilangandagi ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilarning yo'qotishlari

Rasmdan ko'rish mumkinki ishlab chiqaruvchilar narx oshganda Q_2 nisbatan ko'proq Q_1 mahsulotni ishlab chiqarishga harakat qiladi. Iste'molchilar kamroq (Q_2 o'rniga Q_1 miqdorda) mahsulot sotib olishga harakat qiladi.

Agar biz ishlab chiqaruvchilar bozorda qancha mahsulot sotilsa, shuncha mahsulot ishlab chiqaradi, deb faraz qilsak, bozorga ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori Q_2 ga teng bo'ladi va bu yerda ham ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar ortiqchaligi yo'qotiladi. Bu yerda A to'rtburchakning yuzi ishlab chiqaruvchilarning olgan qo'shimcha ortiqchaligini ifodalaydi. Lekin, minimal (P_{min}) narxda mahsulotni hajmi Q_2 miqdordan Q_1 ga qisqargani uchun ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining bir qismi yo'qotiladi. Natijada ishlab chiqaruvchi ortiqchaligining o'zgargan qismi quyidagiga teng:

$$\Delta H/q. = A - C. \quad (4)$$

Iste'molchilar minimal (P_{min}) narxda har bir mahsulot uchun muvozanat narxdan yuqori narx to'laydi va natijada ularning iste'mol

ortiqchaligiga rasmdagi A to'rtburchak yuziga teng bo'lgan miqdorda kamayadi. Narx oshganligi munosabati bilan ba'zi bir iste'molchilar ushbu bozordan chiqib ketadi, tovarni sotib ololmaydilar va bunga mos bo'lgan ortiqchalikni yo'qotadi. Bu yo'qotish rasmda V uchburchak bilan ifodalangan. Demak, iste'molchilarning ortiqchaligining umumiy o'zgarishi quyidagini tashkil qiladi:

$$\Delta_{\text{ист.}} = -A - B. \quad (5)$$

Ko'rinib turibdiki, bunday siyosat iste'molchilarning turmush darajasini tushurib yuboradi.

(4)- va (5)- ifodalarni qo'shib umumiy ortiqchalikdagi o'zgarishni aniqlaymiz:

$$\Delta = \Delta_{\text{и/ч}} + \Delta_{\text{ист.}} = \Delta = \Delta i / \text{ch.} + \Delta_{\text{ист.}} = A - S + (-A - V) = -S - V \quad (6)$$

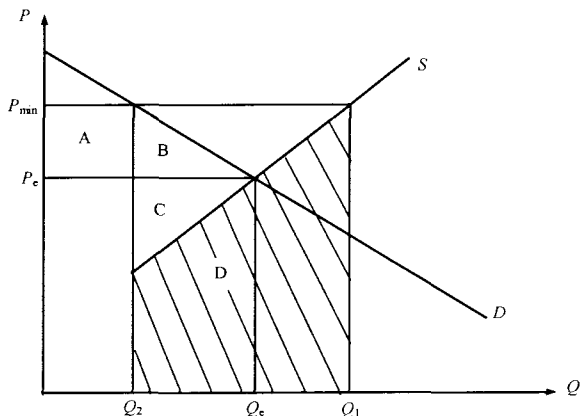
Demak, davlat tomonidan minimal narx o'rnatilganda umumiy to'liq yo'qotish vujudga keladi va u ikkita S va V uchburchaklar yuzalarining yig'indisi bilan ifodalanadi.

Endi biz ishlab chiqaruvchilar ortiqchaligini ishlab chiqarish Q_2 miqdordan Q_1 miqdorga kengaytirilganda qarab chiqamiz. Haqiqatdan ham minimal narx muvozanat narxdan yuqori bo'lganda u ishlab chiqaruvchilarni Q_1 miqdorga mahsulot ishlab chiqarishga undaydi. Lekin, ular bozorda faqat Q_2 hajmdagi mahsulotni sotishi mumkin xolos. Ular $\Delta_0 = Q_1 - Q_2$ miqdordagi mahsulotni ishlab chiqarishga ketgan xarajatlarni qoplaydigan daromadni ola olmaydi. 5.5-rasmda ushbu xarajatlar shtrixlangan D trapetsiya yuzi bilan ifodalangan.

Natijada ishlab chiqaruvchilarning ortiqchaligi o'zgarishi quyidagiga teng:

$$\Delta_{\text{и/ч}} = A - C - D.$$

Demak, ishlab chiqaruvchilar Q_1 oraliqda mahsulot ishlab chiqarsa, umumiy yo'qotish yanada ortadi va u $(-B-C-D)$ yuzani tashkil qiladi.



5.5-rasm. **Minimal narx oʻrnatilishi natijasidagi yoʻqotishlar grafi**

Bunday holda har bir ishlab chiqaruvchi oʻz mahsulotining hammasining yuqori narxda sotaman deb oʻylaydi. Pirovardda davlat tomonidan oʻrnatilgan minimal narx siyosati ortiqcha mahsulot ishlab chiqarish uchun ketgan xarajatlarni qoplamaganligi sababli, ishlab chiqaruvchilarning foydasini ancha qisqartirib yuborish mumkin.

Nazorat savollari

1. Bozor muvozanati deganda nima tushuniladi?
2. Bozordagi muvozanat buzilishiga qanday omillar taʼsir koʻrsatadi?
3. Bozorda mahsulotlar ortiqchaligi qanday vaziyatda yuzaga keladi?
4. Bozorda mahsulotlar tanqisligi yuzaga kelishi qanday yuz beradi?
4. Isteʼmolchi yutugʻi deganda nimani tushunasiz va u talabga taʼsir koʻrsatadimi?
5. Ishlab chiqaruvchi yutugʻining mohiyati qanday?
6. Maksimal narxlarning mohiyati nimani anglatadi va ular oʻrnatilishining oqibatlari qanday?
7. Minimal narxlar nima maqsadda oʻrnatiladi?
8. Maksimal va minimal narxlar oʻrnatilishi bozordagi vaziyatga qanday taʼsir koʻrsatadi?

VI BOB. ISTE'MOLCHILAR, ISHLAB CHIQUVCHILAR VA BOZORLAR SAMARADORLIGI

6.1. Iste'molchi ortiqchaligi

Tasavvur qiling siz Elvis Presleyning birinchi albomi egasisiz va siz uni ishlatmaysiz. Siz Elvis Presleyning muxlisi emassiz, shu sababli uni sotishga qaror qildingiz. Buning yagona yo'li kimoshdi savdosi o'tkazish.

Bu kimoshdi savdosida to'rt nafar Elvis Presleyning muxlislari ishtirok etishmoqda: Jon, Paul, George, va Ringo. Ularning har biri albomga egalik qilishni istashadi, lekin har birida buning uchun to'lashga tayyor pul miqdori chegaralangan. 1-rasm to'rt xaridorlarning to'lashi mumkin bo'lgan maksimal narxlar ularning to'lov uchun tayyorligi deyiladi va bu xaridorning mahsulotni qancha baholashini anglatadi. Har bir xaridor albomni o'zining to'lov uchun tayyorligidan arzonroq narxda sotib olishni istaydi va to'lov uchun tayyorligidan qimmatroq narxda albomni sotib olishni rad etadi. Narx to'lash uchun o'z tayyorligiga teng bo'lsa, xaridor sotib olishga befarq bo'lishi mumkin.

Agar narx uning albomga qo'ygan bahosi bilan aynan bir xil bo'lsa, u uni sotib olish yoki pulini tejab qolishdan xursand bo'lishi mumkin.

1 Jadval

4 ta xaridorning to'lov qobiliyati

Xaridor	To'lov qobiliyati
Jon	100 \$
Paul	80
Jorj	70
Ringo	50

Siz albomingizni sotish uchun past narxda uni taklif qilasiz, misol uchun 10 \$. Chunki barcha to'rt xaridorlaringiz to'lashga tayyor, narx esa tez ko'tariladi. Kimoshdi savdosi Jon 80 \$ (yoki bir oz ko'proq) taklif qilgan vaqtda to'xtaydi. Bu nuqtada, Paul, Jorj va Ringo boshqa hech qanday taklif qilishni istashmaydi, chunki ular 80\$ dan ko'proq taklif qilishni istashmaydi. Jon sizga 80\$ to'laydi va albomni oladi. Shuni ta'kidlash kerakki, albom yuqori qadrlaydigan xaridorga ketdi.

Jon Elvis Presleynining albomini sotib olishdan mima foyda oldi? Bu o'rinda Jon uni haqiqiy savdo orqali topdi: u albom uchun 100\$ to'lashga tayyor, lekin u buning uchun atigi 80\$ to'ladi. Jon 20\$ iste'molchi ortiqchaligiga ega bo'ldi. Iste'molchi ortiqchaligi bu xaridorning to'lashga tayyorligidan aslida buning uchun to'lagan miqdorini ayirishdan qolgan miqdorga aytiladi.

Iste'molchi ortiqchaligi xaridorlarning bozor jarayonida olgan foydasiga qarab o'lchanadi. Bu misolda, Jon kimoshdi savdosida ishtiroki natijasida 20\$ foyda oldi, chunki u 100\$ ga baholangan tovar uchun atigi 80\$ to'ladi. Pol, Jorj va Ringolar iste'molchi ortiqchaligiga ega bo'lishmadi, chunki kimoshdi savdoda ishtirok etib albomga egalik qilmasdan va hech narsa to'lamasdan ketishdi.

Endi biroz boshqacha misolni ko'rib chiqamiz. Siz ikkita bir xil Elvis Presleyning albomini sotmoqchisiz deylik. Yana kimoshdi savdosida to'rt xaridor mavjud. Hammasi oddiy, biz albomlarning ikkalasini bir xil narxda va turli xaridorlarga sotishni rejalashtirganmiz. Bu jarayon ikkita xaridor qolguncha davom etadi. Kimoshdi savdosi Jon va Paul 70\$ (yoki bir oz yuqori) taklif qilgan vaqtda to'xtaydi. Jon va Paul, ikkovlari albomni bu narxda sotib olishga rozi va Jorj hamda Ringo bundan yuqori narx taklif qilmoqchi emas. Jon va Paulning har biri iste'molchi ortiqchaligiga ega bo'lishdi, uni to'lashga tayyorligi ayiruv to'langan narxiga teng. Jonning iste'molchi ortiqchaligi 30\$ bo'ladi, Paulniki esa 10\$. Jonning iste'molchi ortiqchaligi avvalgisiga

nisbatan yuqoridir u o'sha albomni oladi, lekin buning uchun kam haq to'laydi, umumiy iste'molchi ortiqchaligi 40\$.

Iste'molchi ortiqchaligini o'lchashda talab egri chizig'idan foydalanish

Iste'molchi ortiqchaligi mahsulotga bo'lgan talab egri chizig'i bilan bog'liq. Ularning bog'liqligini yuqorida keltirilgan Elvis Presleyning nodir albomi misolida ko'rib chiqamiz.

Biz albomga bo'lgan talab miqdorining jadvalini aniqlashimiz uchun ehtimoliy to'rt xaridorning to'lov uchun tayyorligidan foydalanamiz. 1-rasmda talab miqdori haqida ma'lumot keltirilgan. Agar narx 100\$ dan yuqori bo'lsa, savdo 0 ga teng bo'ladi, chunki hech qaysi xaridor bu albom uchun undan qimmatroq narxda sotib olmoqchi emas. Agar narx 80\$ va 100\$ oralig'ida bo'lsa, talab miqdori 1ga teng, chunki faqat Jon bunday yuqori narxni berishga tayyor. Agar narx 70\$-80\$ atrofida bo'lsa, talab miqdori 2, chunki Jon va Pol bu miqdordagi mablag'ni to'lashga tayyor. Shu tarzda talab jadvalini mavjud narxlar asosida tahlil qilishimiz mumkin. Shu tariqa talab miqdori to'rt xaridorning to'lov uchun tayyorligiga binoan turli xil bo'ladi.

1-rasmda keltirilgan grafik, talab egri chizig'i talab jadvaliga mos kelishini ko'rsatadi. Bunda eng yuqori talab miqdori va to'lov uchun tayyorligi o'rtasidagi munosabatlarga e'tibor berish zarur. Har qanday miqdorda talab egri chizig'i belgilagan narx eng quyi to'lashga tayyor xaridorni ko'rsatib beradi, bu xaridor o'zi xohlagan narxdan oshsa, birinchi bo'lib savdodan chiqib ketadi. 4-albomni misol qilib olsak talab egri chizig'ining yuqori ko'rsatkichi 50\$ bo'ladi bu Ringo (eng quyi narxda sotib oluvchi xaridor)ning to'lashga tayyorligidan kelib chiqadi. Agar 3 albom misolida olib ko'rsak, bunda talab egri chizig'ining eng yuqori ko'rsatkichi 70\$ teng bo'ladi va bu eng quyi narxda sotib olish istagini bildirgan Jorjga qarab belgilanadi.

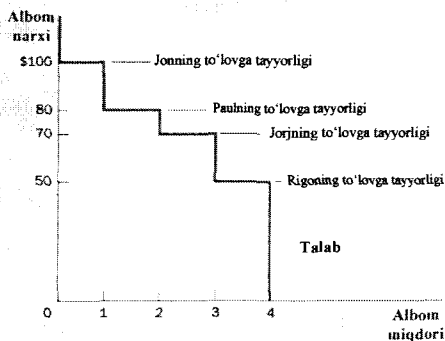
Chunki talab egri chizig'i xaridorlarning to'lashga tayyorligiga ta'sir ko'rsatadi va biz uni iste'molchi ortiqchaligini o'lchashda ham qo'llashimiz mumkin. 2-rasmda bizning ikkita misol orqali iste'molchi ortiqchaligini hisoblashda talab egri chizig'idan foydalanadi. (a) rasmda narx 80\$ (va undan baland), talab miqdori 1. E'tibor bering, narx va talab egri chizig'i o'rtasidagi farq 20\$ga teng. Bu miqdor biz avval hisoblaganimizdek, 1ta albom sotilgandagi aniq iste'molchi ortiqchaligi demakdir. 2-rasmning (b) rasmi narx 70\$ (va undan baland), bo'lgandagi iste'molchi ortiqchaligini ko'rsatadi. Bu holatda, narx va talab egri chizig'i ikkita burchakning yig'indisiga teng. Jonning bu narxdagi iste'molchi ortiqchaligi 30\$ va Paulniki 10\$ ga teng. Bu maydon 40\$ tashkil etadi.

1 Rasm

Quyidagi jadvaldagi xaridor uchun talab ro'yxati ko'rsatilgan. Grafikka muvofiq talab egri chizig'ini ko'rsatadi. Talab egri chizig'ining balandligi xaridorlarning sotib olishga tayyorligini ko'rsatadi.

Talab grafiqi va talab egri chizig'i

Narx	Xaridorlar	Talab miqdori
100 \$ dan ko'p	Yo'q	0
80 \$ dan 100 \$gacha	Jon	1
70 \$ dan 80 \$gacha	Jon, Paul	2
50 \$ dan 70 \$gacha	Jon, Paul, Jori	3
50\$ yoki undan kam	Jon, Paul, Jori, Ringo	4



Yana bir bor takrorlaymizki, bu biz yuqorida hisoblagandek iste'mol darajasidir. Bu misoldan talab darajasiga aloqador quyidagi xulosa kelib chiqadi: quyi talab egri chizig'i va yuqori narx bozordagi iste'molchi ortiqchaligini keltirib chiqaradi. Bu haqiqat, chunki talab egri chizig'ining yuqoriligi iste'molchilarning tovar uchun to'laydigan

narxini belgilaydi va shu bilan birga to'lov uchun tayyorligini ham bildiradi. Bozordagi narx va to'lov istagi o'rtasidagi farq sotib oluvchilarning iste'molchi ortiqchaligi demakdir. Bundan kelib chiqadiki, past talab egri chizig'i va yuqori narx oralig'idagi umumiy masofa bu xaridorlarning bozordagi tovar va hizmatlarga iste'molchilar ortiqchaliklari yig'indisidir.

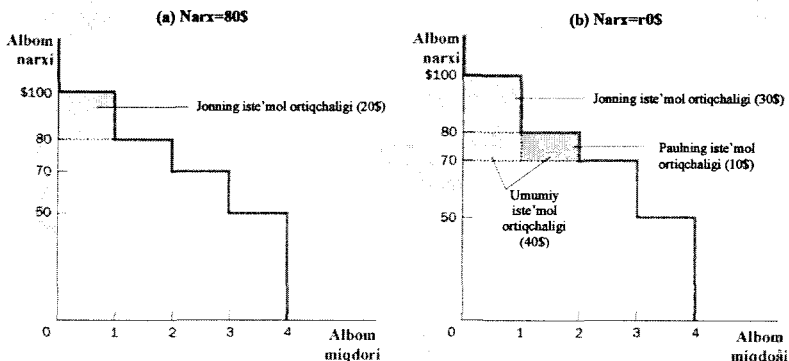
Qanday qilib past narx iste'molchi ortiqchaligini oshiradi

Xaridorlar o'zlari sotib olayotgan tovar uchun har doim ham past narx to'lashni xohlashganliklari sababli past narxlar xaridorlarning turmush darajasini yaxshilaydi. Lekin past narx turmush darajasini qanchalik yaxshilaydi? Bu savolga aniq javob topish uchun biz iste'molchi ortiqchaligi tushunchasidan foydalanamiz.

2

(a) rasmda tovar narxi 80\$ va iste'molchi ortiqchaligi 20\$. (b) rasmda tovar narxi 70\$ va iste'molchi ortiqchaligi 40\$.

Talab egri chizig'i va iste'molchi ortiqchaligini hisoblash



3-rasm oddiy talab egri chizig'ini ko'rsatadi. Oldingi ikki rasmdagidan farqli siz bu yerda talab egri chizig'ini asta sekin tushishini kuzatasiz. Ko'p xaridorlarga ega bozorda xaridorlar orasidagi tushish

shunchalik kam maydonni tashkil qiladiki, natijada talab ancha tekis bo'ladi. Bu talab har xil ko'rinishga ega bo'lishiga qaramay biz qilgan xulosa hali ham bir xil.

Iste'molchi ortiqchaligi narxdan balandda va talab egri chizig'idan pastda bo'ladi. (a) rasmdagi P_1 narxdagi iste'molchi ortiqchaligi ABC burchagida aks etgan. (b) rasmda ko'rsatilganidek narxni P_1 dan P_2 ga tushishini kuzatamiz. Iste'molchi ortiqchaligi ADF maydoniga teng. Iste'molchi ortiqchaligidagi o'sish past narxda BCFD maydonga to'g'ri keladi. Iste'molchi ortiqchaligidagi bu o'sish ikki qismdan iborat. Birinchidan, Q_1 da yuqori P_1 narxda tovar sotib olayotgan xaridorlar turmush tarzi yaxshiroq, chunki endi ular kamroq narx to'lashadi. Mavjud xaridorlarning iste'molchi ortiqchaligini oshishi ular to'layotgan narxni qisqarishidir. Bu BCFD maydonga teng. Ikkinchidan, past narxlarda tovar sotib olishni xohlovchi yangi xaridorlar paydo bo'ladi. Natijada bozordagi talab miqdori Q_1 dan Q_2 ga o'sadi. Yangi xaridorlar oladigan iste'molchi ortiqchaligi CEF maydonida yotadi.

Iste'molchi ortiqchaligi nimani o'lchaydi?

Iste'molchi ortiqchaligi tushunchasini rivojlantirishdan maqsad bozor talabgorlari haqida to'g'ri xulosaga kelishdan iborat. Hozirda siz iste'molchi ortiqchaligi nimaligini tushundingiz va uni biz farovonlikning yaxshi o'lchovi sifatida qabul qilamiz. Tasavvur qilingki, siz yaxshi iqtisodiy tizimni yaratayotgan siyosatchisiz. Iste'molchi ortiqchaligiga ahamiyat berarmidingiz? Iste'molchi ortiqchaligi bu xaridorlar tovar uchun to'lashni xohlagan miqdordan ularning tovar uchun to'laydigan haqiqiy narxning ayirmasi xaridorlarning o'zlari qabul qilgan tovardan olgan foydani o'lchaydi.

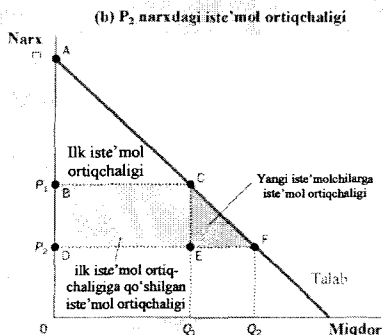
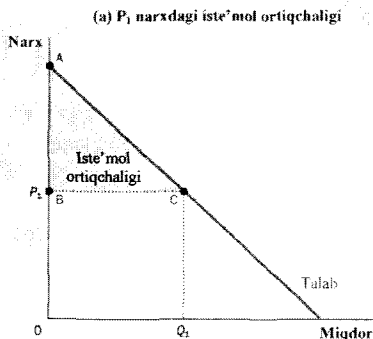
Iste'molchi ortiqchaligi, agar islohotchilar xaridorning foydasini hisobga olishi iqtisodiy farovonlikning eng yaxshi o'lchovi bo'ladi. Ba'zi hollarda islohotchilar iste'molchi ortiqchaligi haqida

o'ylamasliklari mumkin, chunki ular xaridorlarni sotib olishga undaydigan omillarga ahamiyat berishmaydi.

3 Rasm

iste'molchi ortiqchaligiga narx qanday ta'sir qiladi

(a) rasmda P_1 narx, Q_1 talab hajmi va ABC uchburchak maydoni iste'molchi ortiqchaligiga teng. Narx P_1 dan P_2 ga tushganda talab hajmi Q_1 dan Q_2 ga ko'tariladi va iste'molchi ortiqchaligi A4F uchburchak maydoniga ko'payadi. Iste'molchi ortiqchaligidagi o'sish (BCFD maydon) qisman yuz beradi. Chunki mavjud iste'molchilar kamroq to'laydi (BCED maydon) va past narxlarda qisman yangi iste'molchilar bozorga kirib keladi (CEF maydon).



Misol uchun giyohvandlar geroin sotib olish uchun yuqori narx to'lashga tayyor. Giyohvandlar geroin uchun past narx to'laganliklari uchun foyda ko'rishmaydi. Jamiyat nuqtayi nazaridan bu holatdagi to'lash istagi xaridorlar foydasining yaxshi o'lchovi emas va iste'molchi ortiqchaligi iqtisodiy farovonlikning o'lchovi emas, chunki giyohvandlar o'z farovonliklari haqida qayg'urishmaydi.

Ko'p hozorlarda iste'molchi ortiqchaligi iqtisodiy farovonlikni ifodalamaydi. Iqtisodchilarning ishonirishicha xaridorlar ongli ravishda qaror qabul qilishadi. Ongli odamlar o'z maqsadlariga erishish uchun qo'llaridan kelgancha harakat qilishadi. Iqtisodchilar yana odamlarning xohishlari hisobga olinishi kerakligini ta'kidlashadi. Bu holatda sotib olayotgan tovardan qanchalik foyda ko'rishayotganini ko'rsatuvchi eng yaxshi hukm chiqaruvchi xaridorlar hisoblanadilar.

6.2 Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi

Endi biz bozorni boshqa tomoniga murojaat qilsakda va sotuvchilarning bozordagi ishtiroklaridan olayotgan foydalarini ko'rib chiqsak. Sotuvchilar farovonligining tahlili xaridorlar farovonligining tahlili bilan bir xilligini ko'ramiz.

Xarajat va sotish xohishi

Tasavvur qilingki, siz uy egasisiz va shu uyni ta'mirlashni xohlaysiz. Siz 4 ta ta'mirlash xizmatlarini ko'rsatuvchi odamlarga murojaat qilasiz: Mariya, Frida, Jorjiya va Grenma. Agar narx to'g'ri kelsa, har bir xizmatchi bu ishni qilishga tayyor. Siz 4 ta xizmatchini narxini ko'rib chiqing va kim bu ishni arzonroq narxda bajarishini taklif qilib kimoshdi savdosini o'tkazing. Har bir ta'mirchi agar narx qilinadigan ishga to'g'ri kelsa, ishni bajarishga tayyor. Bunda narx xizmatchining to'g'ri keladigan narxini bildiradi, bu narx xizmatchining qo'shimcha xarajatiarini (bo'yoq cho'tka va hokazolar) va qilinadigan mehnatni o'z ichiga oladi.

2-jadval har bir xizmatchining mehnat narxini ko'rsatadi. Xizmatchining ishi uchun olayotgan narx pastligi sababli narx bu xizmatni sotish o'lchovi hisoblanadi. Har bir xizmatchini mehnatlni narxi tannarxdan baland bo'lganda, sotish xohishi yuz beradi. Har bir xizmatchi xizmatini tannarxidan baland narxga sotishga harakat qiladi va undan past narxga sotishni rad etadi. Agar narx teng bo'lib qolsa, unga bu ishni bajarishning ahamiyati bo'lmaydi. U holda xizmatchi o'z kuchi va vaqtini boshqa narsaga sarflash tarafdori bo'ladi. Ish narxini taklif qilishganda, boshida narx baland bo'ladi, lekin keyin raqobat natijasida narx pasayadi. Boshida Grenma ish uchun 600\$ so'raydi va ish unda uni tannarxi 500\$ bo'lganligi uchun, bozorda qoladi, boshqalar Mariya, Frida, Jorjiya bu ishni 600\$dan kamiga qilishni xohlashmaydi. Ahamiyat bering, ish bu ishni arzoniga bajaradigan xizmatchiga tegadi.

Bu ishni olganidan Grendma qanday foyda ko‘radi? Bu ish uchun 500\$ sarflasa va ish uchun 600\$ olsa, u holda hizmatchi 100\$ ishlab chiqaruvchi ortiqchaligiga ega bo‘ladi. Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi ish uchun olingan narx ayiruv tannarxga teng. Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi sotuvchining bozordagi ishtirokidan olinayotgan foydani hisoblaydi.

Jadval 2

Sotuvchi	Narx
Mariya	\$ 900
Frida	800
Jorjiya	600
Grandma	500

4 ta imkoniyatli
sotuvchining xarajatlari

Endi ikkita har xil misolni ko‘rib chiqamiz. Faraz qiling siz ikkita uyni ta‘mirlashingiz kerak. Yana ishni 4 kishiga taklif qilasiz. Hech qaysi hizmatchi ikkala uyni ta‘mirlash imkoniga ega emas deb hisoblaylik. Narx ikkita talabgor qolguncha pasayaveradi. Bu holda tanlov ish uchun har biri \$800 (yoki ozgina pastroq) taklif qilayotgan Jorjiya va Grendma o‘rtasida to‘xtaydi. Jorjiya va Grendma ishni shu narxga bajarishga tayyor, lekin Mariya va Frida narxni tushirishni xohlashmaydi. \$800 narxda Grendma \$300 va Jorjiya \$200 ishlab chiqaruvchi ortiqchaligiga ega bo‘ladi. Bozordagi umumiy ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi bu holatda \$500 ni tashkil etadi.

Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini hisoblashda taklif chizig‘idan foydalanish

Xuddi iste‘molchi ortiqchaligi talab egri chizig‘iga yaqindan bog‘liq bo‘lganidek, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi taklif egri chizig‘iga bog‘liq. Bu qanday sodir bo‘lishini bilish uchun oldingi misolimizni davom ettiramiz. Buni biz 4 ta bo‘yoqchini hizmati uchun belgilangan narxni taklif jadvalini topishdan boshlaymiz. 4-rasmdagi jadvalda ko‘ringanidek taklif egri chizig‘i 2-jadvalni narxi bilan to‘g‘ri keladi.

Agar narx 500 dan kam bo'lsa 4 ta bo'yoqchining birontasi ham bu ishni qilishni xohlamaydi va taklif miqdori 0 ga teng bo'ladi. Agar narx \$500 bilan \$600 o'rtasida bo'lsa faqat Grendma bu ishga rozi bo'ladi va taklif miqdori 1ga teng bo'ladi. Agar narx \$600 bilan \$800 o'rtasida bo'lsa Grendma va Jorjiya bu ishni qilishga rozi va taklif miqdori 2ga teng va hokazo. Natijada taklif darajasi 4 ta bo'yoqchining narxidan kelib chiqadi.

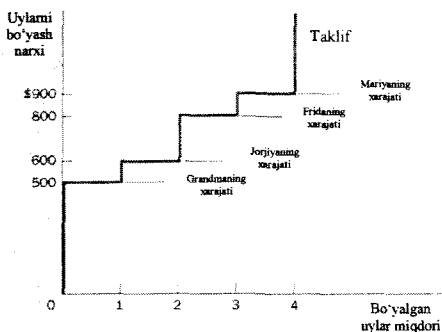
4-rasmdagi rasm taklif egri chizig'i taklif jadvali bilan mos kelishini ko'rsatadi. E'tibor bering taklif egri chizig'i sotuvchilarning narxiga bog'liq. Har qanday miqdorda sotuvchining taklif chizig'idagi narx chekli, ya'ni narx to'g'ri kelmasa, bozorni birinchi tark etuvchi sotuvchi narxni ifodalaydi. 4 ta uy miqdorida esa taklif egri chizig'ining yuqorisi 900\$ ga teng, bu Mariya hizmati uchun belgilangan narx. 3ta uy miqdorida taklif chizig'i 800\$ ga teng. Bu Frida belgilagan narx. Taklif egri chizig'i sotuvchilarning narxida aks etishi sababli, biz buni ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini o'lchash uchun ishlatishimiz mumkin.

4 Rasm

Taklif ro'yxati va taklif egri chizig'i

Narx	Sotuvchilar	Taklif miqdori
900 \$ dan ko'p	Macy, Frida, Georgia, Grandma	4
800 \$ dan 900 \$gacha	Frida, Georgia, Grandma	3
600 \$ dan 800 \$gacha	Georgia, Grandma	2
500 \$ dan 600 \$gacha	Grandma	1
500 \$ dan kamroq	Yo'q	0

Quyidagi jadvaldagi sotuvchilar uchun taklif ro'yxati ko'rsatilgan. Grafikka muvofiq taklif egri chizig'ini ko'rsatadi. Taklif egri chizig'ining balandligi sotuvchilarning xarajatlarini ko'rsatadi.



5-rasm taklif egri chizig'i bizning 2ta misolimizdagi ishlab chiqarish ortiqchaligini hisoblash uchun ishlatiladi. (a) rasmda biz narx 600\$ deb hisoblaymiz. Bu holda taklif miqdori 1ga teng. Narx va taklif egri chizig'i orasidagi maydon 100\$ga teng. Biz buni Grandmaning ishlab chiqarish ortiqchaligi sifatida hisoblagandik. 5-rasm (b) rasmi \$800 narxdagi ishlab chiqarish ortiqchaligini ko'rsatadi. Bu holatda narxning past va taklif egri chizig'ining yuqorisi 2 ta burchakning umumiy maydoniga teng. Bu maydon \$500 ga teng. Ishlab chiqarish ortiqchaligi biz oldin hisoblaganimizdek Grandma va Jorjiyani ikkita uyni bo'yaganida ko'rinadi. Bu misol taklif egri chizig'iga tegishli, past narx taklif egri chizig'ining yuqorisi bozordagi ishlab chiqarish ortiqchaligini o'lchaydi. Mazmun shundaki: taklif egri chizig'ining yuqorisi sotuvchilarning narxini ishlab chiqarish va narx o'rtasidagi farqni o'lchaydi. Bundan kelib chiqadiki, umumiy maydon bu barcha sotuvchilarni ishlab chiqarish ortiqchaligining yig'indisiga teng.

Qanday qilib yuqori narx ishlab chiqarish ortiqchaligini oshiradi

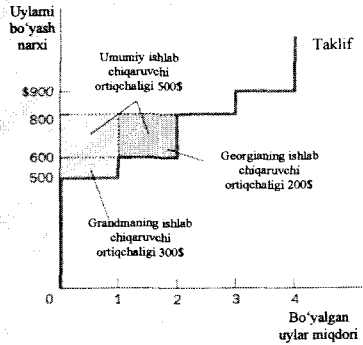
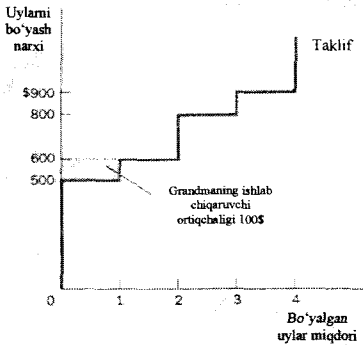
Sotuvchilar tovarlari uchun yuqori narx olishni xohlashlari hech kimni hayratga solmaydi.

Lekin yuqori narx sotuvchilarning farovonligiga qanchalik ta'sir ko'rsatadi? Ishlab chiqarish ortiqchaligi bunga aniq javobni beradi. 6-rasm ko'p sotuvchiga ega bo'lgan bozordagi taklif egri chizig'ini keskin ko'tarilishini ko'rsatadi.

Taklif egri chizig'i oldingi rasmdan farq qilinishiga qaramay, ishlab chiqarish ortiqchaligi bir xil yo'l bilan hisoblanadi. Ishlab chiqarish ortiqchaligi narxdan past va taklif egri chizig'idan yuqori bo'ladi. (a) rasmda narx P_1 va ishlab chiqarish ortiqchaligi ABC maydonida yotadi. (b) rasmda narx P_1 dan P_2 ga o'sgandagi holat kuzatiladi. Ishlab chiqarish ortiqchaligi bu holda ADFga teng. Ishlab chiqarish ortiqchaligining bu turdagi o'sishining 2 tomoni mavjud.

(a) rasmda tovar narxi 600\$ va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi 100\$. (b) rasmda tovar narxi 800\$ va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi 500\$.

Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini taklif egri chizig'i bilan hisoblash



Birinchisi Q_1 da tovarlarni past narxda P_1 da sotayotgan sotuvchilar yashash darajasi yaxshiroq, chunki ular tovarlari uchun ko'proq haq olishadi. Mavjud sotuvchilarning ishlab chiqarish ortiqchaligidagi o'sish BCED maydoniga teng.

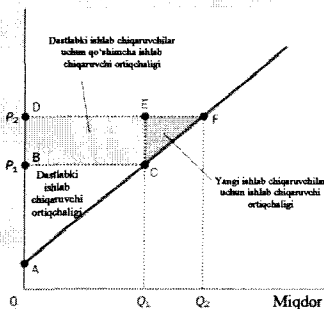
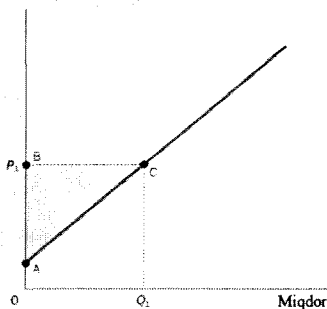
Ikkinchidan, bozorlarda yuqori narxda tovar sotishni xohlagan ba'zi yangi sotuvchilar kelishi va uning natijasida taklif miqdori Q_1 dan Q_2 ga o'sadi. Bozorga yangi kelayotganlarning ishlab chiqarish ortiqchaligi CEF burchagida yotadi.

Tahlildan ko'rinib turganidek, biz iste'molchi ortiqchaligidan xaridorlarning farovonligini aniqlagan bo'lsak, ishlab chiqarish ortiqchaligi yordamida sotuvchilarning farovonligini aniqlaymiz. Bu ikki o'lchov usuli bir-biriga o'xshashligi sabab ularni ikkalasini ham ishlatish tabiiydir. Keyingi bobda biz aynan shu masalani ko'rib chiqamiz.

6 Rasm

Narx ishlab chiqaruvchi ortiqchaligiga qanday ta'sir qiladi

(a) rasmda P_1 narx, Q_1 taklif hajmi va ABC uchburchak maydoni ishlab chiqaruvchi ortiqchaligiga teng. Narx P_1 dan P_2 ga ko'tarilganda taklif hajmi Q_1 dan Q_2 ga ko'tariladi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi ADF uchburchak maydoniga ko'payadi. Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligidagi o'sish (BCFD maydon) qisman yuz beradi. Chunki mavjud ishlab chiqaruvchilar ko'proq oladi (BCED maydon) va yuqori narxlarda qisman yangi ishlab chiqaruvchilar bozorga kirib keladi (CEF maydon).



6.3. Bozor samaradorligi

Iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilarning ko'pligi bozordagi xaridor va sotuvchining ko'payishini o'rganishga asosiy manba bo'ladi. Bu manbalar bizga asosiy iqtisodiy savolga murojaat etishga yordam beradi: resurslarni joylashtirish erkin bozorni xohishiga asosan ta'minlanadimi?

Ko'ngilchan ijtimoiy rejalashtiruvchi

Bozorni baholash samarasida biz o'zimizning tahlillarimizni yangi, taxminiy xususiyatga ega bo'lgan ko'ngilchan ijtimoiy rejalashtiruvchi deb nomlangan atama bilan tanishtiramiz. Ko'ngilchan ijtimoiy rejalashtiruvchi bu taniqli, kuchli, aniq maqsadga ega bo'lgan diktatordir. Rejalashtiruvchi jamiyatdagi barchani iqtisodiy rivojlanishini oshirishni xohlaydi. Buning uchun rejalashtiruvchi nima qilishi kerak? U xaridor va sotuvchini o'zlari kelishib olishlariga qo'yib berishi kerakmi? Yoki u bozor samaradorligini shunday yo'l bilan o'zgartirish orqali iqtisodiy rivojlanishni o'stira oladimi?

Bu savollarga javob berish uchun rejalashtiruvchi avvalo jamiyatning iqtisodiy rivojini qanday baholashini bilib olishi darkor. Ulardan biri iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaliklarining umumiy yig'indisidir. Iste'molchi ortiqchaligi xaridorlarning bozordagi ishtirokidan kelib chiqadigan foydadir, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi bu sotuvchining qo'lga kiritgan foydasidir. Shunday ekan umumiy ortiqchalik jamiyat iqtisodiy rivojlanishining ko'rsatkichi hisoblanadi.

Iqtisodiy rivojlanishning bu ko'rsatkichini yaxshi tushunish uchun iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini o'lab ko'rish kerak. Biz iste'molchi ortiqchaligini shunday aniqlaymiz:

$$\text{Iste'molchi ortiqchaligi} = \text{xaridorlar to'lamoqchi bo'lgan narx} - \text{xaridorlar tomlangan narx}$$

Shunga o'xshab, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini ham aniqlab olamiz:

$$\text{Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi} = \text{sotuvchilarning sotgan narxi} - \text{sotuvchilarning xarajatlari}$$

Agar biz iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaliklarini birlashtirsak biz quyidagilarga erishamiz:

$$\text{Umumiy ortiqchalik} = (\text{xaridorlar to'lamoqchi bo'lgan narx} - \text{xaridorlar tomlangan narx}) + (\text{sotuvchilarning sotgan narxi} - \text{sotuvchilarning xarajatlari})$$

Xaridorlar tomondan tomlangan narx sotuvchilarning sotgan narxi bilan tenglashadi, shuningdek, ushbu iboradagi ikki atama o'chib ketadi va natijada umumiy ortiqchalikni yozishimiz mumkin:

$$\text{Umumiy ortiqchalik} = \text{xaridorlar to'lamoqchi bo'lgan narx} - \text{sotuvchilarning xarajatlari}.$$

Bozordagi umumiy ortiqchalik bu xaridorlar tovarga o'zlarini xohishlari asosida to'lamoqchi bo'lgan umumiy narxdan sotuvchilar bu

tovarni ishlab chiqarish uchun qilgan umumiy xarajatlarni ayirish natijasidir.

Agar resurslar taqsimoti umumiy ortiqchalikni maksimallashtirsa, biz bu taqsimot samaradorlikni ko'rsatadi deb aytamiz. Agar taqsimot samarali bo'lmasa, unda sotuvchi va xaridorlar ichida ba'zilar savdodan keladigan imkoniyatli yutuqlardan mahrum bo'lgan hisoblanadi. Misol uchun, agar sotuvchilar ishlab chiqarilgan mahsulotni eng past xarajatlardan ham past narxda sotsalar taqsimot samarasizdir. Bu holatda, yuqori xarajatli ishlab chiqaruvchidan past xarajatli ishlab chiqaruvchiga o'zgarish sotuvchining umumiy xarajatlarini pasyitiradi va umumiy ortiqchalikni oshiradi. Shunga o'xshab, agar xaridorlar mahsulotni eng yuqori daromadlaridan yuqori qiymatda iste'mol qilsa ham taqsimot samarasiz bo'ladi. Bu holatda tovarlar iste'molida past daromadli xaridordan yuqori daromadli xaridorga o'zgarish umumiy ortiqchalikni o'sishiga sabab bo'ladi.

Samaradorlikka qo'shimcha qilib shuni aytish lozimki, ijtimoiy rejalashtiruvchi tenglik haqida ham, ya'ni bozordagi turli xil xaridor va sotuvchi iqtisodiy rivojlanishda bir xil darajada borishi haqida o'ylashi kerak.

Buning asl ma'nosi esa bozor ishtirokchilarining bir pirogni teng bo'lib olishiga o'xshaydi. Samaradorlik degan savol esa iloji boricha o'sha pirogning katta bo'lishini anglatadi. Tenglik tushunchasi esa o'sha pirog neha bo'lakka bo'lingani hamda ishtirokchilar o'rtasida qanday bolinganinni anglatadi. Bu bobda biz samarali ijtimoiy rejalashtirish maqsadlari haqida gaplashamiz. Shuni yodda tuting haqiqiy iqtisodiy siyosatchilar har doim tenglik bo'lishi haqida qayg'urishadi.

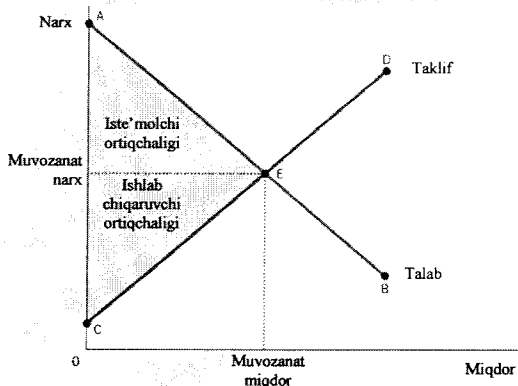
Tenglik – bu jamiyat a'zolari o'rtasida iqtisodiy resurslarning iqtisodiy o'sish uchun teng taqsimlanishidir.

Bozor muvozanatini baholash

7-rasm talab va taklifning bozor muvozanat sharoitida iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligini ko'rsatadi. Iste'molchi ortiqchaligi muvozanat narxidan yuqorida va talab egri chizig'idan pastda joylashgan shakl maydoniga teng, ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi esa muvozanat narxidan pastda va taklif egri chizig'idan yuqorida joylashgan shakl maydoniga teng ekanligini eslang. Shunday qilib, muvozanat nuqtasigacha talab va taklif egri chiziqlari o'rtasida joylashgan shaklning umumiy maydoni ushbu bozordagi umumiy ortiqchalikni aks ettiradi.

7 Rasm

Muvozanatli bozorda iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi
Jami ortiqchalik – ishlab chiqaruvchi va iste'molchi ortiqchaligining jami – talab va taklif egri chizig'ining muvozanat maydongacha bo'lgan maydon.



Bu muvozanatda resurslar taqsimoti qanchalik samarali? Bu umumiy ortiqchalik maksimallasadimi? Bu savollarga javob berish uchun, eslang bozor muvozanat vaziyatida bo'lganda bozor narxi bozor faoliyatida ishtirok etayotgan sotuvchilar va xaridorlarni aniqlaydi. Tovarni uni bozor narxidan yuqori baholagan xaridorlar sotib oladilar (talab egri chizig'ida AE kesma bilan ifoda etilgan), tovarni uni narxidan past baholagan xaridorlar (EB kesma bilan ifoda etilgan), uni sotib olishdan voz kechadilar. Xuddi shunga o'xshash, xarajatlari narxdan kichik bo'lgan sotuvchilar (CE kesma bilan ifoda etilgan) tovarni ishlab

chiqaradilar va sotadilar; xarajatlari bozor narxidan katta bo'lgan sotuvchilar (ED kesma bilan ifoda etilgan), uni ishlab chiqarish bilan shug'ullanishni istamaydilar.

Bu kuzatuvlar bozor natijalarini ikki xil tushunishga olib keladi, ya'ni:

1. Erkin bozorlar taklif etilayotgan tovarlarni ularni qolganlarga nisbatan yuqoriroq baholovchi xaridorlar o'rtasida taqsimlaydilar, u ularning to'lashga tayyorligi bilan aniqlanadi.

2. Erkin bozorlar bu tovarlarni kam xarajatlar bilan ishlab chiqaruvchi yetkazib beruvchilarning tovarlariga talab bildiradilar.

Shunday qilib, ishlab chiqarilgan va sotilgan tovarlarning bozor muvozanati sharoitida ijtimoiy rejalashtiruvchi iste'molchilarning istemolini yoki yetkazib beruvchilarning ishlab chiqarishlarini taqsimotini o'zgartirib, iqtisodiy farovonlikni oshirish imkoniyatiga ega emas.

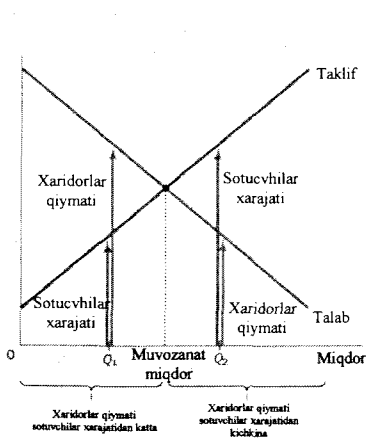
Biroq, ijtimoiy rejalashtiruvchi taklif etilayotgan tovarning miqdorini ko'paytirish yoki kamaytirish yordamida umumiy farovonlikni oshirish imkoniyatiga egami? Javob – yo'q, bu bozor natijalari haqidagi uchinchi tushunishning shakllanishidir.

3. Erkin bozorlar iste'molchilar va ishlab chiqaruvchilar umumiy ortiqchaligini maksimallashtiruvchi tovarlar miqdorini ishlab chiqaradilar.

8-rasm yuqoridagi fikr nega to'g'ri ekanligiga isbot keltiradi. Bu rasmni izohlash uchun talab egri chizig'i xaridorlar uchun tovar qimmatini aks ettirishini va taklif egri chizig'i sotuvchilarning xarajatlarini aks ettirishini esga oling. Muvozanatli darajadan pastdagi qandaydir miqdorda, misol uchun Q_1 da, chekli xaridorning qimmati chekli sotuvchining xarajatlaridan ortiq bo'ladi. Natijada ishlab chiqarish va iste'mol miqdorining o'sishi umumiy ortiqchalikni oshiradi.

Bu toki miqdor muvozanat darajasiga yetguniga qadar to'g'ri davom etadi.

Shuningdek, muvozanatli darajadan yuqoridagi qandaydir miqdorda, misol uchun Q_2 da, chekli xaridorning qiymati chekli sotuvchining xarajatlaridan kam bo'ladi. Shunga ko'ra, miqdor pasayishi umumiy ortiqchalikni oshiradi va bu toki miqdor muvozanat nuqtasidan pasaygunga qadar to'g'ri davom etadi. Umumiy ortiqchalikni maksimallashtirishda ijtimoiy rejalashtiruvchi qayerda taklif va talab egri chiziq lari kesishsa shu miqdorni tanlaydi.



Rasm 8

Muvozanatli miqdorning samarasi Q_1 dagi muvozanat hajmidan kam miqdorlarda xaridorlarning qiymati sotuvchilarning xarajatidan oshib ketadi. Q_2 dagi muvozanat hajmidan yuqori miqdorlarda sotuvchilarning xarajatlari xaridorlarning qiymatidan oshib ketadi. Shuning uchun bozor muvozanati ishlab chiqaruvchi va iste'molchi ortiqchaligining jamiisini maksimallashtiradi.

Bu 3 ta tushunishlar birgalikda bizga bozor natijasi iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaliklari yig'indisi qanday katta bo'lishi mumkinligidan iborat bo'lishini ko'rsatadi. Boshqa so'zlar bilan aytganda, muvozanatli natija bu resurslarni samarali taqsimlanishidir. Ko'ngilchan ijtimoiy rejalashtiruvchi, demak, bozor natijasi adolatli bo'lishiga imkon berishi mumkin. Bu siyosat adabiy jihatdan tarjima qilinganda "ularga qilishga ijozat" degan ma'noni anglatib, Fransuzcha "aralashmaslik" iborasiga to'g'ri keladi.

Jamiyat bu rejalashtiruvchi aralashuviga muhtoj emasligidan baxtlidir. Garchi bu foydali bo'lsada hamma narsani yaxshi biladigan

kuchli nazariyaga ega diktator shunday qilsa, o'sha shaxs uni yo'qotishi shart emasligini tasavvur qiling. Bunday xususiyat bilan kirishish qiyin. Diktatorlar kamdan-kam ko'ngilchanlik qiladilar va hattoki biz kimnidir o'ta samimiy deb hisoblasak, ular yaxshi munosabatda bo'lmaydilar.

Tasavvur qiling, bizning ijtimoiy rejalashtiruvchi bozor tazyiqlariga bo'ysunmay o'zicha resurslarni samarali taqsimlashga harakat qildi. Bunday qilish uchun u bozordagi har bir imkoniyatli iste'molchining qimmatini va har bir ishlab chiqaruvchining xarajatini bilishi kerak. Bundan tashqari u nafaqat shu bozordagi, balki iqtisodiyotdagi boshqa minglab bozorlardagilarini ham bilishi lozim. Bu ish esa birmuncha qiyindir, chunki qandaydir sababga ko'ra markaziy rejalashtirilgan iqtisodiyotlar hech qachon juda yaxshi ishlamaydilar.

Reja qiluvchining ishi oson, biroq u o'ziga hamkor topishi kerak. Adam Smit bozorning ko'rinmas qo'li desak adashmaymiz. Bu qo'l barcha ma'lumotlarini shu jumladan xaridor va sotuvchilar qiymatini oladi va har bir kishiga bozordagi iqtisodiy samaradorlik haqida yo'l-yo'riq ko'rsatadi. Bu takrorlanmas darajadagi mahorat. Bu qandaydir sababga ko'ra iqtisodchilar ko'pincha erkin bozorlar iqtisodiy faollikni tashkil etishning eng yaxshi yo'li ekanligining tarafdori hisoblanadilar.

Donorlik bozorlari bo'lishi kerakmi?

2001-yil aprelda "Boston Globe"ning bosh sahifasida "Onaning muhabbati qanday qilib ikki hayotni saqlab qoldi" deb nomlangan sahifa chiqdi. Gazetada o'gliga buyrak transplantatsiyasi kerak bo'lgan Susan Stefen haqida gap bordi. Doktor onaning buyragi to'g'ri kelmasligini bilib, u shu xulosaga keldi: Agar Stephen o'zining bir buyragini begonaga bersa uning o'g'li ro'yxatning old qatoriga yoziladi dedi. Ona qarorni qabul qildi va ikki bemor transplantatsiya qilindi. Doktorning ushbu xulosasi va noiloj onaning qarorini muhokama qilib bo'lmaydi. Lekin hikoya bir savolni tug'ilishiga sabab bo'ladi. Agar ona buyrak uchun o'z buyragini sotsa, kasalxona unga qimmat saraton kasalligi davosi uchun o'z buyragini sotishga ruxsat berarmikin? U o'z o'g'lini tibbiot maktabida bepul o'qitishga ham o'z buyragini sotarmikin?

Davlat siyosati sababli bizning jamiat insonlarni o'z a'zolarini sotishga sabab bo'lmoqda. Tana a'zolar bozorida bizning jamiat o'z

a'zolarini noqonuniy sotishga yo'l qo'yib bermoqda. Stephenning tutgan yo'lini taqiqlab bo'lmaydi.

Bozor samaradorligi va bozor kamchiliklari

Biz bu talab va taklif kuchlari resurslarni samarali taqsimlashini ko'rsatib o'tdik. Bu bozorda hamma band bo'ladi, ular xaridorlar va sotuvchilarning umumiy foydasini maksimallashtiruvchi muvozanat ko'rinmas qo'l bilan birgalikda olib boriladi.

Biz bozorni qanday ishlashi xususida turli xil choralar ko'ramiz. Bu choralar ish bermagan vaqtda, bizning bozor muvozanati samarali degan xulosamiz ozgina to'g'ri bo'lmaydi. Ushbu bobni yakunlashdan avval ikkita muhim taxminni ko'rib chiqsak.

Birinchidan, bizning tahlillarimiz shuni ko'rsatdiki, bozor haqiqatda raqobatbardosh. Dunyoda shunday bo'lsa ham raqobat to'kislikdan yiroq. Ba'zi bozorlarda yagona xaridor va sotuvchi bozor narxini nazorat qila oladi. Bu narxga ta'sir qiluvchi qobiliyat *bozor kuchi* deb ataladi. Bozor kuchi bozorni samarasiz bo'lishiga sabab bo'lishi mumkin, chunki u narx va miqdorni talab va taklif tengligidan farq qildiradi.

Ikkinchidan, bizning tahlillarimiz bozor masalalari faqatgina bozordagi xaridor va sotuvchi o'rtasidagi munosabat ekanligini isbotladi. Lekin dunyoda sotuvchi va xaridor orasidagi qaror bozorda ishtirok etmayotgan insonlarga ta'sir qilishi mumkin. Ifloslanish an'anaviy misol bo'la oladi. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini ishlatish faqatgina manifaktura egalariga va fermerlarga emas, balki tabiiy resurslardan foydalanayotganlarga ham tegishli. Bunday ta'sirlar tashqi omillar deb ataladi. Chunki bozordagi rivoj xaridor tomonidan qo'yilgan qiymat va sotuvchi tomonidan qilingan xarajatga bog'liq. Chunki, xaridor va sotuvchi qancha miqdorda mahsulotni ishlab chiqarish va uni iste'moli haqida munozara olib borganda, ushbu betaraflikni inobatga olmaydi, bozordagi muvozanat jamiyatni nuqtayi nazarida samarasiz bo'lishi mumkin.

Umumiy hodisaga misol bo'luvchi bozordagi ichki va tashqi kuchlar bozor muvaffaqiyatsizligi deb ataladi, ya'ni resurslarni samarali joylashtirishdagi boshqarib bo'lmaydigan bozorning kamchiliklaridir. Agarda bozor muvaffaqiyatsizlikka uchrasa davlat siyosati ushbu

muammoni yechimini topadi va iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. Mikroiqtsodchilar qachon bozor muvaffaqiyatsizlikka uchrashi va uni to'g'irlash uchun qanday siyosatni olib bir xaridor va sotuvchi o'zini farovonligi haqida o'y bilan borish kerakligini o'rganadilar.

Bozor muvaffaqiyatsizlik ehtimolidan tashqari, bozordagi ko'zga ko'rinmas kuchlar ham muhimdir. Ko'pgina bozorda ushbu bobda biz tilga olgan taxminlar yaxshi ish berdi va bozor samaradorligi ustida olib borilgan xulosalar to'g'ri olib borildi. Shunday ekan, biz iqtisodiyotni rivojlantirish ustida olib borgan tahlillarimizni ishlata olamiz. Keyingi ikkita bobda ko'rib chiqilgan ikkita muhim siyosiy masaladan soliqni rivojlantirishning sabablari va xalqaro savdoga murojaat etamiz.

Nazorat savollari

1. Xaridorlar tayyorligi, iste'molchilar ortiqchaligi va talab egri chizig'i qanday bog'liqligini tushintirib bering.

2. Sotuvchilar xarajati, ishlab chiqaruvchilar ortiqchaligi va taklif egri chizig'i qanday bog'liqligini tushintirib bering.

3. Bozor muvozanatida ishlab chiqaruvchi va iste'molchi ortiqchaligini taklif va talab rasmsida ko'rsating.

4. Samaradorlik nima? U iqtisodiy siyosatning yagona maqsadimi?

5. Ko'rinmas qo'l nima qiladi?

6. Ikki turdagi bozor muvaffaqiyatsizligini nomlang. Nima uchun bozor natijalari samarali bo'lmasligini tushintirib bering.

VII BOB. ISTE'MOLCHI TANLOVI NAZARIYASI⁶

7.1. Byudjet chizig'i: iste'molchining qanday imkoniyatlari mavjud?

Ko'p odamlar o'z ehtiyojlari soni va sifatini yaxshilashga urinishadi – ko'proq ta'tillar, qimmatroq mashina haydash yoki yaxshiroq restoranlarda ovqatlanish va hokazo. Kishilar o'z xohishlaridan ko'ra kamroq sarflashni istashadi, chunki ularda kirim ta'siri borligi sababli xarjlari ham chegaralangan bo'ladi. Biz iste'molchining tanlov nazariyasini kirim va chiqim orasidagi mutanosiblikni tekshirish orqali boshlaymiz.

Obyektlarni oddiy va sodda bo'lishini ko'zlab, biz iste'molchi xarid qilishi mumkin bo'lgan faqat ikkita narsani olamiz: pitsa va Pepsi. Albatta, hayotda kishilar minglab turdagi tovarlarni xarid qilishlari mumkin. Taxminimizcha, iste'molchi tanlovi tushunchasining asosiy mazmunini o'zgartirmay turib sodda tushuntirish uchun ikkita mahsulotni olish yetarli. Avvalo, pitsa va pepsiga bo'lgan xarajat iste'molchi kirimining qancha qismini cheklab olishini ko'rib chiqamiz. Taxminan iste'molchi kirimi oyiga 1000\$ va uning hammasi Pepsi va pitsaga ketadigan bo'lsin. Pepsi narxi 2\$, pitsaniki 10\$.

Rasm 1 dagi jadval iste'molchi sotib olishi mumkin bo'lgan pitsa va Pepsining ko'plab kombinatsiyalarining ayrimlarini ko'rsatadi. Jadvalning birinchi qatori, agar iste'mol pitsaga o'zining barcha daromadini sarflasa, u oy davomida 100 ta pitsa yeyishi, lekin u hech qancha Pepsi sotib olish mumkin emasligini ko'rsatadi. Ikkinchi qatorga boshqa ehtimolni ko'rsatadi, iste'mol to'plami: 90 ta pitsa va 50 pint peps va hokazo. Jadvaldagi har bir iste'mol to'plami aniq \$ 1000 turadi.

⁶ Ushbu bob G. Menkyuning "Mikroiqtisodiyot tamoyillari" (N. Gregory Mankiw "Principles of Microeconomics" 7 e.) kitobining XXI bobi asosida tayyorlangan.457-483 bet

Rasm 1dagi grafik iste'molchi tanlashi mumkin bo'lgan iste'mol to'plamlarni ko'rsatadi. Vertikal o'q Pepsi pintlari sonini va gorizontal o'q pizza sonini o'lchaydi. Bu rasmda uchta nuqta belgilangan. A nuqtada iste'molchi Pepsi sotib olmaydi lekin 100 pitsa iste'mol qiladi. B nuqtada iste'molchi pitsa sotib olmaydi va 500 pint Pepsi iste'mol qiladi. C nuqtada iste'molchi 50 pitsa va 250 pint Pepsi sotib oladi.

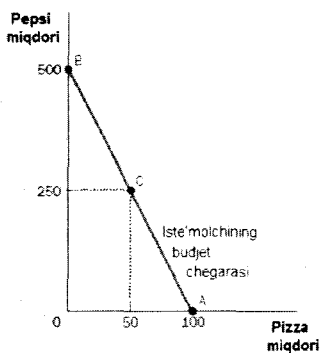
Aynan C nuqtada AB chizig'i o'rtasida iste'molchi teng sarflaydigan nuqtadir, unda pitsa va Pepsi miqdori (\$ 500). Bu iste'molchi tanlashi mumkin bo'lgan pitsa va Pepsi ko'plab kombinatsiyalarning faqat uchtasidir. AB chizig'i bo'yicha barcha nuqtalarni tanlash mumkin. Byudjet sig'imi deb nomlangan bu chiziq, iste'molchi qurbi yetadigan iste'mol to'plamlarini ko'rsatadi. Bu holda, u iste'molchi to'qnashadigan pitsa va Pepsi o'rtasidagi tanlovni ko'rsatadi. Byudjet sig'imi qiyaligi iste'molchi duch keladigan tanlov darajasini o'lchaydi. Eslatib o'tamiz, bu ikki nuqta orasidagi chiziq vertikal masofa o'zgarishi gorizontal masofa o'zgarishiga bo'lib hisoblanadi ("muddatda o'sish"). A nuqtadan B nuqtagacha vertikal masofa 500 pint bo'lgan va gorizontal masofa 100ta pitsa hisoblanadi. Shunday qilib, chiziqda 1 ta pitsaga 5 pint Pepsi to'g'ri keladi.

Budjet chegarasi iste'molchilarning olgan daromadlari darajasida sotib olishi mumkin bo'lgan turli tovar kombinatsiyalarini ko'rsatib beradi. Quyida iste'molchi pizza va Pepsidan iborat tovarlar to'plamini xarid qiladi. Jadval va grafik iste'molchining daromadi 1000 \$, Pizzaning narxi 10 \$ va Pepsining narxi 2 \$ bo'lgan paytdagi iste'mol hajmini ko'rsatib beradi.

RASM 1

Iste'molchining
Budjet chegarasi

Pizzalar soni	Pepsi miqdori	Pizzaga qilingan xarajat	Pepsiga qilingan xarajat	Jami xarajat
100	0	\$1,000	\$ 0	\$1,000
90	50	900	100	1,000
80	100	800	200	1,000
70	150	700	300	1,000
60	200	600	400	1,000
50	250	500	500	1,000
40	300	400	600	1,000
30	350	300	700	1,000
20	400	200	800	1,000
10	450	100	900	1,000
0	500	0	1,000	1,000



Birinchi jadvalda iste'molchining yuqorida aytib o'tilgan mahsulotlardan qay usullarda xarid qilishi mumkinligini hisoblovchi kombinatsiyalardan biri ko'rsatilgan. Birinchi jadval shuni ko'rsatadiki, agar iste'molchi hamma pulini pitsaga sarflasa u 100 ta pitsa xarid qilishi va birorta ham Pepsi ololmasligi mumkin. Ikkinchi qatorda boshqacha variant: 90 ta pitsa va 50 dona Pepsi, va hokazo. Har bir chiqim summasi 1000\$ni tashkil etadi. Birinchi jadvaldagi grafik iste'molchi tanlashi mumkin bo'lgan "to'plam"larga misol bo'ladi. Vertical chiziq Pepsining miqdorini o'lchasa, gorizontali esa pitsaning donasini ifodalamoqda. Grafikda uchta nuqta keltirilgan. A nuqtada, iste'molchi faqat 100 ta pitsa oladi, ammo Pepsi olmaydi, B nuqtada u pitsa xarid qilmaydi, lekin, 500 ta Pepsi sotib oladi, A va B nuqtalarining o'rtasi bo'lmish C nuqtada iste'molchi har ikkalasigayam teng ravishda 500 \$ dan pul sarflashi tasvirlangan. Bunda u 50ta pitsa va 250 ta Pepsi iste'mol qila oladi. Yuqorida aytib o'tilganlar ko'plab kombinatsiyalardan uchtasi edi, xolos. A nuqtadan B nuqtagacha bo'lgan har bir variant bizga to'g'ri kela oladi. Xarajatlar sig'imi deb ataluvchi ushbu chiziq bizga iste'molchining qurbi yetadigan iste'mol "guruh"larini ko'rsatib beradi. Shu bilan iste'molchi xarid qilishi mumkin bo'lgan Pepsi va pitsa miqdorlarini jadvallar yordamida o'rganib chiqdik.

Byudjet sig'imi egri chizig'i iste'molchining bir tovarning boshqasiga nisbatan xarid qila olish imkoniyatini narxlar mutanosibligi orqali o'lchashda ishlatiladi. **A nuqtadan B nuqtagacha** vertikal oraliq 500 ichimlik va gorizontal masofa 100 ta pitsaga teng. Demak, beshta Pepsi bitta pitsaga to'g'ri kelmoqda. (Aslida, byudjet sig'imi egri chizig'i pasayganda, natija musbat son chiqadi. Lekin biz manfiy ishorani chetlab o'tishimiz mumkin.)

Byudjet taqchilligi bir mahsulot narxining boshqa bir mahsulot narxiga taqqoslanishi orqali paydo bo'lgan taxminiy narxga teng ekanligini eslab

qoling. Pitsa Pepsidan besh marta qimmat, shuning uchun pitsa olish ehtimolligi Pepsiga qaraganda besh marta past. Bozor ite'molchiga quyidagicha tanlovni taklif qila oladi: bitta pitsaga beshta Pepsi.

7.2. Tanlov: iste'molchi nimani xohlaydi

Bu bo'limdagi maqsadimiz iste'molchi qanday qilib tanlovni amalga oshirishini o'rganish. Byudjet sig'imi analizning bir qismidir: bu iste'molchining daromadiga qarab qanday tovarlarga qurbi yetishining kombimatsiyasini ko'rsatadi. Iste'molchining tanlovi nafaqat uning moliyaviy ahvoriga, balki, uning tanloviga ham bog'liq. Shunday qilib, iste'molchi tanlovi bizning keyingi o'rganish obyektimiz bo'ladi.

Tanlovni befarqlik chizig'i orqali ifodalash

Iste'molchining tanlovi unga Pepsi va pitsa kombinatsiyalaridan birini tanlash imkonini beradi. Agar biz unga ikki turdagi variantni ko'rsatsak, u o'ziga mosrog'ini tanlaydi. Agar ko'rsatilgan ikki variant unga teng ma'qul bo'lsa, iste'molchi ikkikasini ham birdek qabul qiladi.

Biz hozir iste'molchining byudjet sig'imini grafik ko'rinishida tasvirlaymiz, shuningdek, uning tanlovini ham grafikda ifodalashimiz mumkin. Buni befarqlik egri chiziqlaridan foydalanib amalga oshiramiz. **Befarqlik egri chizig'i** iste'molchini birdek xursand qila oladigan variantlarni taqdim etadi. Shu tufayli befarqlik egri chizig'i doim iste'molchini qoniqtira oladigan takliflar kiritadi.

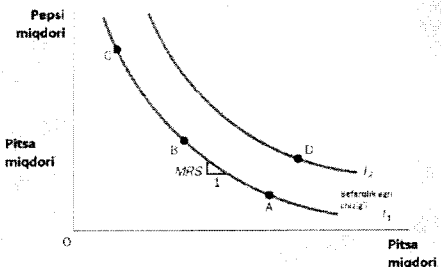
Ikkinchi rasm iste'molchining befarqlik egri chiziqlaridan ikkitasini o'zida aks ettirgan. Iste'molchiga **A**, **B** va **C** kombinatsiyalar birdek maqbul yechim, chunki ularning hammasi deyarli bir xil. Shunisi aniqki, agar iste'molchining pitsaga xohishi kamaysa, **A** nuqtadan **B** nuqttagacha bo'lgan variantlar uni birdek xursand qilishga qodir. Agar pitsaga

bo'lgan ehtiyoj yana kamaysa, **B** nuqtadan **C** nuqtagacha Pepsi iste'moli yana ortadi va hokazo.

2 RASM

Iste'molchi tanlovi

Iste'molchi tanlovi iste'molchining ehtiyojini qondirishi uchun zarur bo'lgan Pepsi va Pitsani xarid qilish kombinatsiyalarini ko'rsatib beradi. Chunki iste'molchi tanlovi I_1 egri chiziqda yuqori farq qiladi, I_2 egri chiziqda esa kamroq farq qilishini ko'rsatib beradi. Chekli almashtirish normasi iste'molchining 1 ta pitsa o'rniga qancha pepsi xarid qila olishini ko'rsatadi.



Befarqlik egri chizig'i iste'molchining xohishini bir-birini o'rnini bosuvchi tovarlar majmui bilan ham qondira oladi. Bu **chekli almashtiruv darajasi** (MRS) deyiladi. Yuqoridagi holatda chekli almashtiruv darajasi nazariyasi bo'yicha Pepsining nechtasi pitsaning bittasi o'rnini "egallay olishi"ni o'lchash mumkin. Iste'molchining befarqlik egri chizig'idek o'zgarmas bo'lmagani bilan chekli almashtiruv darajasi befarqlik egri chizig'i bilan bir xil bo'lolmaydi. Iste'molchining bir tovarni boshqasidan ortiq ko'rishi uning xohishidagi tovarlar miqdoriga va iste'molchining ahvoriga ham bog'liq. Masalan iste'molchining pitsa yoki Pepsi xarid qilishida uning och yoki chanqaganligiga, shuningdek, qancha iste'mol qila olishiga qaraladi.

Iste'molchi barcha befarqlik egri chizig'ilardan birdek qoniqish hosil qiladi. Ammo u ba'zilarini afzalroq ko'rishi ham mumkin. Chunki u kamroq chiqimni, pastroq xarajatni afzal ko'rishi mumkin. 2-rasmda I_2 chiziqning istalgan nuqtasidan I_1 chiziq yaxshiroqdir.

Iste'molchining befarqlik egri chizig'i uning nimani boshqalaridan afzal ko'rishini ko'rsatib beradi. Shu tufayli biz befarqlik egri chizig'ini ikki turdagi mahsulotlar variantini solishtirish uchun ishlatamiz.

Masalan, **D** nuqta **A** ga qaraganda ko‘proq foydaliroqligi tufayli yaxshiroq deb qaralsin (aniqroq qilib aytganda, **D** variant **A** ga qaraganda ikki hissa ko‘p pitsa va Pepsi taklif qilsin). Befarqlik egri chizig‘i nazariyasiga ko‘ra **D** nuqta **C** nuqtadan ham yaxshiroq chunki u **C** ga qaraganda foydaliroq variantni taklif etmoqda. **D** nuqtaning **C** ga qaraganda Pepsi taklifi kamroq bo‘lishiga qaramay, unda iste‘molchini avzal ko‘rishga undovchi pitsalar miqdori ko‘pligi mavjud. Qaysi bir nuqtaning foydaliroqligini o‘rgana turib, biz befarqlik egri chiziqlarini ham o‘zaro solishtirishimiz mumkin ekan.

Befarqlik egri chizig‘ining to‘rt xususiyati

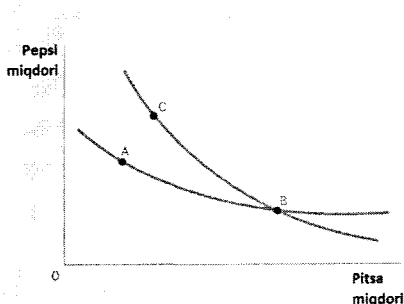
Befarqlik egri chizig‘i iste‘molchining afzal deb bilgan variantlarini ko‘rsatib bera oladi. Biz befarqlik egri chizig‘ining to‘rtta afzalligini ko‘rib chiqamiz:

1. Yuqoriroq befarqlik egri chiziqlarini pastlariga qaraganda afzal ko‘rish. Odamlar odatda ko‘proq tovarlar xarid qilishga odatlanishgan. Katta hajmdagi eng munosib tanlov befarqlik egri chizig‘ida o‘z ifodasini topadi. 2-rasmda keltirilgandek, yaxshiroq bo‘lgan befarqlik egri chizig‘i boshqalaridan ko‘ra ko‘proq ijobiy “xarakterga ega”. Shuning uchun iste‘molchi yaxshiroq variantga ega bo‘lishni xohlaydi.

2. Befarqlik egri chizig‘i beqaror. Befarqlik egri chizig‘i iste‘molchining bir variantdan boshqasini afzal ko‘rganda o‘zini namoyish etadi. Ko‘pincha, iste‘molchiga ikkala mahsulot ham yoqadi. Shu sababli, agar birinchi mahsulot miqdori kamaysa, iste‘molchini xursand qilish uchun ikkinchisining ortadi. Shu sababli, ko‘pincha befarqlik egri chizig‘i o‘zgarib turadi.

3. Befarqlik egri chizig‘i kesishmaydi. Buning rostligini ko‘rish uchun, tasavvur qiling 3-rasmda ikkita befarqlik egri chizig‘i kesishgan bo‘lsin. **A** nuqta **B** nuqta kabi bir xil befarqlik egri chizig‘i bo‘lgani sababli, iste‘molchini birdek qoniqtiradi. Qo‘shimchasiga, **B** nuqta ham **C** nuqta kabi bir xil befarqlik egri chizig‘i bo‘lgani tufayli, **C** nuqta

iste'molchini qoniqtira oladi. Ammo, bu nazariya **C** nuqta ikkala turdagi mahsulotdan ko'proq hajmda taklif etishiga qaramay, **A** va **C** nuqtalar iste'molchini birdek qoniqtira oladi degani. Taxminimizga zid holatda iste'molchi har doim ikkala mahsulotdan ham arzonroqqa ko'proq olishni afzal ko'radi. Shu tufayli befarqlik egri chizig'i kesishmaydi.



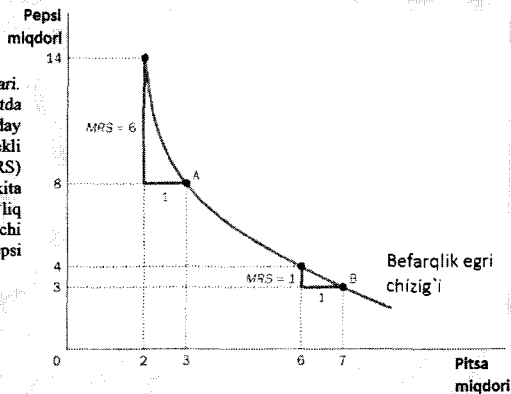
R A S M 3

Befarqlik egri chizig'ining kesishmasligi
Bunday vaziyat hech qachon sodir
bo'lmaydiganga o'xshaydi.

4. *Befarqlik egri chizig'i bu ichki rozilikdir.* Kishilar o'zlarida ortig'i bilan bo'lgan mahsulotlarni kamroq bo'lganiga qaraganda sotib yuborishni ko'proq xohlaydilar, shu paytda befarqlik egri chizig'i bu ichki rozilikdan kelib chiqadi. Misol tariqasida 4-rasmini muhokama qilamiz. **A** nuqtada iste'molchida bir nechta pitsa va ko'p miqdorda Pepsi borligi tufayli u och, ammo, umuman chanqamagan. Iste'molchining bitta pitsaga oltita Pepsi almashtirishga ko'ndirish mumkin: bitta pitsa = oltita Pepsi. Aksincha, **B** nuqtada iste'molchida kam Pepsi va ko'p pitsa mavjud. Shu tufayli u och emas, ammo juda chanqagan. Bu yerda u bitta Pepsiga bitta pitsa alishtirishga ham tayyor: bitta Pepsi = bitta pitsa. Xullas, befarqlik egri chizig'ining ichki hissiyot orqali qabul qilinishi iste'molchining qoniqib bo'lgan mahsulotlaridan voz kechishiga sababchi bo'la oladi.

4 RASM

Egiluvchan befarqlik egri chiziqlari. Befarqlik egri chizig'i odatda ichkariga qayrilgan bo'ladi. Bunday shakl shuni nazarda tutadiki, chekli almashtirish normasi (MRS) iste'molchi ehtiyoji bo'lgan ikkita tovarning miqdori bilan bog'liq bo'ladi. A nuqtada iste'molchi kamroq pitsa va ko'proq pepsi iste'mol qiladi.



Befarqlik egri chizig'ining ikki eng yirik namunasi

Befarqlik egri chizig'i bizga iste'molchining bir tovarni ikkinchi biriga alishtirmaslik xohishi haqida "ma'lumot beradi". Bir mahsulot o'rmini boshqasi bosa olsa, befarqlik egri chizig'i tanlash osonlashadi, aks holat bo'lsa, aksincha, qiyinlashadi. Buning to'g'riligini ko'rish uchun, bir holni ko'rib chiqamiz.

Mutloq o'rin bosuvchilar: tasavvur qiling, kimdir sizga 10 sentlik tanga bilan nikel bo'lagi to'plamini taklif qildi. Siz ushbu farqli narsalarni qanday baholar edingiz?

Odatga ko'ra, siz ikkalasining ham pulga chaqsa bo'ladigan qiymati haqida o'ylar edingiz. Agar shunday bo'lsa, siz to'plamdagi nikel va pulning qanchaligini e'tiborga olmay ikkita nikel bo'lagini bitta o'n sentlik tangaga ayiriboshlardingiz. Sizning ushbu nikel va pul orasidagi o'rin bosish qiymatingiz ikkiga bir bo'lar edi.

Biz sizning befarqlik egri chizig'ingiz ya'ni nikel va pul o'rtasidagi afzal ko'rish sig'imingizni 5-rasmda aks ettirib beramiz. O'rin bosish qobiliyati o'zgarmas bo'lgani sabab, befarqlik egri chizig'i to'g'ri chiziq

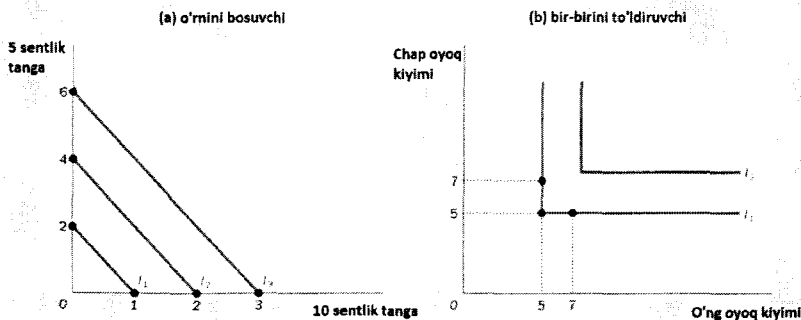
vazifasini o'taydi. Bu to'g'ri befarqlik egri chizig'i tufayli yuqoridagi ikki To'var bir-birining o'rnini mukammal bosa oladi.

Mutloq bir-birini to'ldiruvchilar: Tasavvur qiling, kimdir sizga oyoq kiyimlar to'plamini tavsiya etdi. Ularning ba'zilar oyoq'ingizga mos tushdi, ba'zilar esa yo'q. Siz ularni qanday baholar edingiz? Bu vaziyatda siz, albatta, o'lchami mos kelganlarga e'tibor qaratasiz. Boshqa so'z bilan aytganda, siz faqat tanlab olgan oyoq kiyimlaringiz ustidan "hukm chiqarasiz". Beshta chap va yettita o'ng poy oyoq kiyimidan faqat beshta juftlik olishingiz mumkin.

Qachonki ikkita tovar xuddi 5 sentlik tanga bilan 10 sentlik tanga kabi bir-birining o'rnini oson egallasa, befarqlik egri chizig'i to'g'ri chiziq bo'ladi (a). Qachonki ikkita mahsulot chap va o'ng oyoq kiyimlari kabi bir-biriga kuchli bog'langan bo'lsa, befarqlik egri chizig'i to'g'ri burchak ostida bo'ladi (b).

RASM 5

Bir-birini o'rnini bosuvchi va o'zaro bir-birini to'ldiruvchi tovarlar



Agar chap jufti bo'lmasa, ikkita o'ng oyoq kiyimni olganning foydasi yo'q. Biz chap va o'ng oyoq kiyimlarining befarqlik egri chizig'iga qanday mos kelishini 5-b rasmda tasvirlaymiz. Bu yerda 5 ta o'ng va 5 ta chap oyoq kiyimlari 5 ta o'ng va 7 ta chap hamda 5 ta chap va 7 ta o'ng oyoq kiyimlari bilan teng rol o'taydi. Shuning uchun befarqlik egri chizig'i to'g'ri chiziqlardir. To'g'ri chiziqli befarqlik egri chizig'i holatiga ko'ra biz ikki xil variant bir-birining o'rnini to'la bosa oladi deyishimiz mumkin. Haqiqiy hayotda, albatta, na mukammal o'rin

bosa oladi (nikel va sent pullar kabi) va na mukammal bir-birini to'ldiradi (o'ng va chap oyoq kiyimlari kabi). Odatda, befarqlik egri chizig'i ichki xohishdan kelib chiqadi, to'g'ri chiziq kabi bir xil bo'lavermaydi.

7.3.Optimallashtirish: iste'molchi nimani tanlaydi?

Bu bobning ham maqsadi iste'molchi qanday qilib tanlovni amalga oshirishini tushuntirish hisoblanadi. Bizda analiz ushun ikkita muhim manba mavjud: iste'molchining moliyaviy ahvoli (u qancha pul sarflay oladi) va iste'molchining xohishlari (u nimaga pulini sarflaydi). Endi biz ushbu ikki qismni birlashtirib, iste'molchining nima xarid qilish haqidagi qarorini tahlil qilamiz.

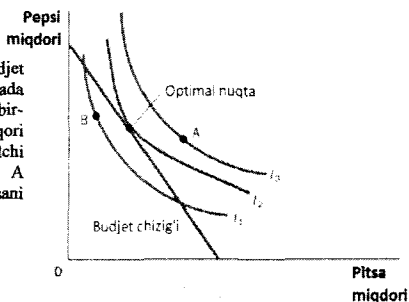
Iste'molchining eng qulay tanlovi

O'zimizning qardron Pepsi va pitsamizni yana bir marotaba "davraga taklif etamiz". Iste'molchi o'zi uchun eng yaxshi bo'lgan Pepsi va pitsa xaridi variantiga to'xtashi mumkin – bu uning eng so'nggi tanlovi bo'ladi. Ammo, iste'molchi o'z byudjet sig'imiga ham qarashi kerak. Chunki bu uning yagona moliyaviy o'lchov manbasi hisoblanadi.

6 RASM

Iste'molchi uchun optimal nuqta

Iste'molchi yuqori befarqlikka ega bo'lgan byudjet chizig'idagi nuqtani tanlaydi. Bu optimal nuqtada chekli almashtirish normasi ikkita mahsulotning bir-biriga aloqador narxiga teng bo'ladi. Bu yerda yuqori befarqlikka I_2 grafikda tasvirlangan iste'molchi erishadi. Iste'molchi I_3 befarqlik egri chizig'idagi A nuqtani tanlasa, bunday miqdordagi pepsi va pitsani sotib olishga qurbi yetmaydi.



Oltinchi rasm iste'molchining byudjet sig'imi va befarqlik egri chizig'i variantlaridan uchtasi tasvirlangan. Iste'molchi yetishishi mumkin bo'lgan eng befarqlik egri chizig'i variant bu rasmda uning byudjet sig'imiga tekkan nuqtadir (asimptota o'qi). Byudjet sig'imi va befarqlik egri chizig'i kesishgan nuqta optimal nuqta deyiladi. Iste'molchi **A** nuqtani afzal ko'rishi mumkin, ammo, byudjet taqchilligi bois u nuqtaga "chiqa olmaydi". Iste'molchi **B** nuqtani ham tanlashi mumkin, bu nuqtada befarqlik egri chizig'i mavjud, lekin bu nuqta uni qoniqtirmaydi. Optimal nuqta Pepsi va pitsaning eng zo'r kombinatsiyasi mavjud bo'lgan nuqta hisoblanadi.

Eslab qoling: optimal nuqtada befarqlik egri chizig'i va byudjet sig'imi teng bo'ladi. Biz befarqlik egri chizig'ini urinma, byudjet sig'imini o'zgarmas deb olamiz. Urinish nuqtasi Pepsi va pitsa o'rtasida ham byudjet tomonidan, ham qoniqish tomonidan eng befarqlik egri chizig'i. Xullas, *iste'molchi ikki xil tovarni tanlaydi, shuning uchun befarqlik egri chizig'i nisbiy qiymatga ega bo'ladi.*

Yettinchi bo'limda biz bozor narxlari iste'molchining mahsulotlariga munosabatini ko'rib o'tgan edik. Iste'molchi tanlovni tekshirish ha'zi xulosalarning aslida boshqachaligini ko'rsatmoqda. Tanlovni amalga oshirishda iste'molchi narxlarni ko'rib chiqadi songra, befarqlik egri chizig'i bilan nisbiy narx to'g'ri keladigan optimal variantni tanlaydi. Nisbiy narx bu bozor sotishiga, iste'molchi esa xarid qilishiga mos bo'lgan narx hisoblanadi. Iste'molchining byudjeti optimal qiymatida bozorning narx taklifi va iste'molchi sig'imi teng bo'ladi. Iste'molchi byudjet optimali tufayli bozor narxlari iste'molchi xarid qila olishi mumkin bo'lgan tovarlar sonini cheklaydi.

Iste'molchi daromadining o'zgarishi uning tanloviga qanday ta'sir ko'rsatadi?

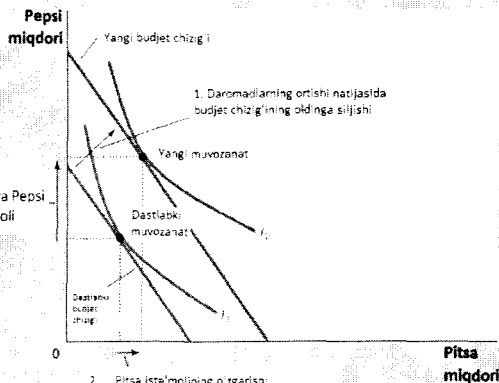
Yuqorida biz iste'molchi qanday qilib tanlovni amalga oshirishi haqida gaplashdik, kelling endi ushbu tanlovga uning oylik kirimi qanday

ta'sir ko'rsatishini muhokama qilamiz. Aniqlikka erishish uchun, tasavvur qiling, iste'molchi kirimi o'sib bormoqda. Yirikroq daromad evaziga, iste'molchi ikkala tovar (Pepsi va pitsa)dan ko'proq xarid qila oladi. Kirimdagi o'sish 7-rasmda ko'rsatilgandek, tashqi tomondan byudjet sig'imini siljitadi.

7 RASM

Iste'molchi daromadining ortishi

Iste'molchilarning daromadi ortiganda byudjet chegarasi oldinga siljiydi. Agar ikkala tovar ham normal bo'lsa iste'molchi bunga javoban 3... va Pepsi ularning har birini sotib olish iste'moli hajmini oshiradi. Ushbu rasmda xaridor ko'proq pitsa va pepsi sotib oladi.



Ikki tovarning nisbiy narxi hali o'zgarmaganligi sababli, yangi byudjet sig'imi birinchisidek xaliyam o'zgarmagan. Bu yerda kirimning ortishi byudjet sig'imining parallel ko'chishiga olib keladi.

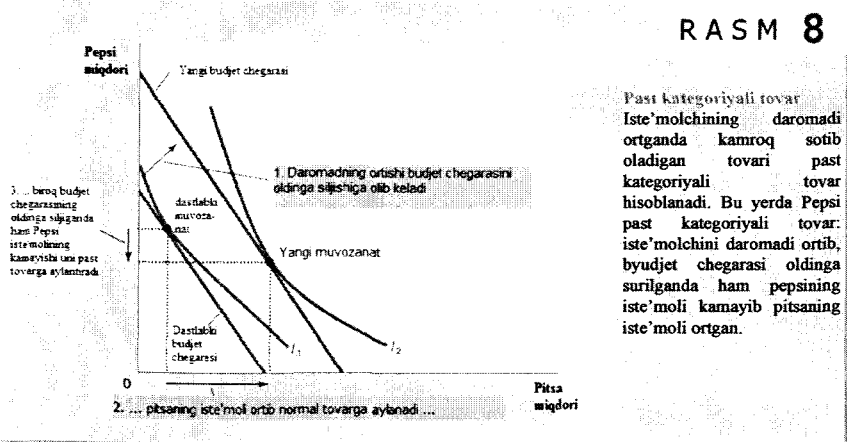
Kengaygan byudjet sig'imi iste'molchiga ko'proq Pepsi va pitsa xaridiga imkon beradi, ya'ni bu yirikroq befarqlik egri chizig'i degani. Byudjet holati va iste'molchining befarqlik egri chizig'i orasidan eng ma'qul deb topgani uning optimal tanlovini "ilk optimal"dan "yangi optimal"ga siljitadi.

Eslab qoling, 7-rasmda iste'molchi o'zi uchun ko'proq Pepsi va pitsa tanlaydi. Kirimning ko'payishiga iste'molning ortishi mantiqiy javob bo'la olmasada, bu vaziyatda eng mos holat ko'proq pitsa va Pepsi deb baholanadi.

To'rtinchi bo'limga murojaat qilsangiz, iqtisodchilarning daromad oshganda iste'molning ham ortishi holatiga normal tovar deb baho berishlarini ko'rishingiz mumkin. 7-rasmdagi befarqlik egri chizig'i sifatidagi Pepsi va pitsa taxminan normal tovarlardir.

8-rasmda iste'molchining mablag'i oshganda ko'proq pitsa hamda kamroq Pepsi xarid qilishini ko'rishimiz mumkin. Agar iste'molchi byudjeti ortganda bir tovarni boshqalariga nisbatan ko'proq xarid qilsa, bu mahsulot turi iqtisodchilar tomonidan *past darajadagi tovar* deb qaraladi. 8-rasm pitsaning normal tovar va Pepsining past darajadagi tovar ekanligi ehtimoli ostida chizilgan.

Dunyodagi ko'pgina tovarlar normal tovarlar bo'lishiga qaramay, ba'zi bir past darajadagi tovarlar ham mavjud. Masalan velosipedlar. Kirim ohsa, kishida avtobus yoki taksida yurish, yoinki, shaxsiy avtomobil xarid qilish xohishi paydo bo'ladi. Avtobusda yurish ham past darajadagi "tovar" hisoblanadi.



Narxlardagi o'zgarishlar iste'molchi tanloviga qanday ta'sir o'tkazadi?

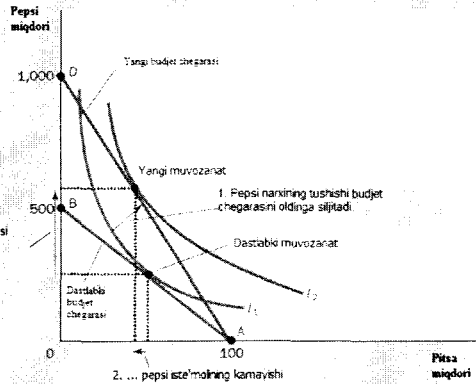
Keling endi narxlardagi o'zgarish iste'molchi tanloviga qanday ta'sir ko'rsatishini bashorat qiluvchi modelni ko'rib chiqsak. Aytaylik, Pepsining narxi \$2 dan \$1 ga tushdi. Pastroq narx iste'molchining xarid

imkoniyatini orttirishi hayratlanarli emas. Boshqa soʻz bilan aytganda, istalgan Tovar narxining tushishi byudjet sigʻimini yuqoriga siljitadi.

9 RASM

Narx oʻzgarishlari

Pepsi narxining tushishi byudjet chegarasining oldinga siljishiga va qiyatligining ortishiga sabab boʻladi. Isteʼmolchining muvozanat nuqtasi Pepsi va pitsani sotib olish miqdori oʻzgaradigan yangi nuqtaga koʻchib oʻtadi. Mazkur holatda pepsining isteʼmolning isteʼmol hajmi ortgan, pitsaning isteʼmol hajmi kamaygan.



9-rasm narxlarning tushishi byudjet sigʻimiga qanday taʼsir koʻrsatishini tasvirlab beradi. Agar isteʼmolchi oʻrtacha kirimining \$1000 ini pitsaga sarflasa, Pepsining narxi ahamiyatsiz boʻlib qoladi. Shunday qilib rasmdagi A nuqta oʻzgarishsiz qoladi. Aksincha, agar isteʼmolchi kirimining \$1000 qismini Pepsiga sarf etsa, 500 tadan koʻra 1000 ta Pepsi xarid qila oladi. Demak, byudjet sigʻimining soʻnggi toʻxtami B nuqtadan D nuqtaga koʻchish boʻladi.

Eslab qolingki, bu vaziyatda byudjet sigʻimi oʻzining oʻrnini oʻzgartiradi (Demak, narxlar oʻzgarmay, ammo, kirim ortganda nima sodir boʻladi). Tahlil qilganimizdek, byudjet sigʻimi oʻzgartiranda oʻzining taʼsirini Pepsi va pitsa narxida namoyish etadi. Chunki, pitsa narxi \$10 dan oʻzgarmay turgan bir vaziyatda Pepsi narxi \$2 dan \$1 ga tushdi. Endi isteʼmolchi bitta pitsa oʻrniga 5 tadan koʻra 10 ta Pepsi olishi mumkin. Natijada, yangi byudjet sigʻimitik taʼrafiga siljiydi.

Byudjetdagi oʻzgarishlarga qaramay ikkala Tovar isteʼmoli oʻzgarishi isteʼmolchi xohishiga bogʻliq. Rasmda berilgan befarqlik egri

chizig'iga asosan iste'molchi ko'proq Pepsi va kamroq pitsa xarid qilishi ham mumkin.

Daromad va o'rin bosish ta'sirlari

Iste'moldagi tovarlarning narxidagi o'zgarishining ta'siri ikkiga bo'linadi: daromad ta'siri va o'rin bosish ta'siri. Bu ikki ta'sir nima ekanligini ko'rish uchun, bizning iste'molchimiz Pepsi narxi pasayganini bilganda, qanday munosabat bildirishini ko'rib chiqamiz. U quyidagi ikki yo'l orqali xulosa chiqarishi mumkin:

* Ajoyib yangilik! Hozir Pepsi arzonroq, mening daromadim sotib olish kuchida. Men foydadan avvalgidan ko'ra boyroqman.

Chunki men boyroqman, men pitsani ham pepsini ham sotib ola olaman.

* Hozir pepsining narxi tushdi, men har bir pitsa uchun ko'proq litrni topshirishimiz kerak. Chunki pitsa hozir birgalikda ancha qimmat, kamroq pitsa va ko'proq pepsi sotib olishim kerak.

Qaysi gap ko'proq o'ziga tortadigan deb topdingiz?

Haqiqatda, ikki jumlada ham tuyg'u bor. Pepsi narxining tushishi xaridorni yaxshiroq jalb qiladi. Agar pitsa va pepsi ikkalasi mo'tadil tovarlar bo'lsa, xaridor o'zining xarid kuchini ikkalasiga yoyishni xohlaydi. Bu daromad ta'sirini xaridorni ikkalasini ko'proq pitsa va pepsini olishga undashga o'rgatib qo'yadi. Shunga qaramasdan bir xil vaqtda, pepsining iste'moli ozgina qimmat bo'ladi pitsaning iste'molidan ko'ra. Bu o'zgarishlar ta'siri kamroq pitsa va kamroq pepsi olishga odatlantirib qo'yadi.

Hozir bir xil vaqtda ishlaydigan ikki ta'sirlarning natijasini o'ylab ko'rish ko'raylik. Xaridor albatta ko'proq pepsi sotib oladi chunki daromad o'rniga o'zgartirishi pepsining xaridlarini o'sishi uchun ta'sir qiladi. Lekin xaridor ko'proq pizza sotib oladimi, bu mujmal, chunki bu ikki holat ta'sirlari qarama-qarshi yo'nalishda ishlaydi. Bu xulosa birinchi rasmda umumlashtirilgan.

Biz bu ikki holat ta'sirlarini turli bo'lmagan chiziqlarda ekanligini o'rganishimiz mumkin. *Daromad samarasi iste'molning yuqori befarqlik egri chizig'i harakati natijasidagi o'zgarishi bo'ladi. Almashtirish samarasi iste'molning chekli almashtirish darajasi bilan befarqlik egri chizig'ining bir nuqtada bo'lishi natijasida o'zgarishi bo'ladi.*

JADVAL 1

Mahsulot	Daromad samarasi	Almashtirish samarasi	Umumiy santera
Pepsi	Iste'molchi boyroq bo'ladi shu sababli ko'proq Pepsi sotib oladi.	Pepsi nisbatan arzonroq, shu sababli iste'molchi ko'proq Pepsi sotib oladi.	Daromad va almashtirish samarasi natijasida yanador ko'proq Pepsi sotib oladi.
Pitsa	Iste'molchi boyroq bo'ladi shu sababli ko'proq Pitsa sotib oladi.	Pitsa nisbatan qimmatroq, shu sababli iste'molchi kamroq Pitsa sotib oladi.	Daromad va almashtirish samarasi teskari bo'ladi, shu sababli pitsa iste'molchisi umumiy samara ikki xil ma'no kasab etadi.

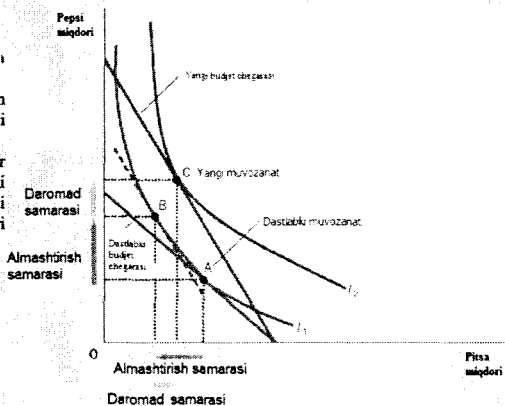
Pepsining narxi oshganda daromad va befarqlikning o'zgarishi

10 RASM

Daromad samarasi va almashtirish samarasi

Narxlar darajasidagi o'zgarish daromad va almashtirish samarasini keltirib chiqaradi.

Daromad samarasi - bu turli narxlar darajasida befarqlik egri chizig'ida A nuqtadan daromad samarasi natijasida I2 befarqlik egri chizig'ida B nuqtaga o'zgarishidir.



7.10-rasmda daromad ta'siri va o'zgarish ta'sirida xaridorning qaroridagi o'zgarishni qanday qismlarga ajratilishi batafsil ko'rsatiladi.

Pepsining narxi tushsa, xaridor dastlabki eng mos variantdan A nuqta, yangi ma'qul variantga C nuqta siljiydi.

Biz bu o'zgarishni ikki qadamda ko'rsatish sifatida o'rganamiz. Dastavval, xaridor dastlabki bir xil bo'lmagan chiziq bo'ylab boradi, I nuqta, A nuqtadan B nuqtaga. Xaridor ikki nuqtalarda ham teng ravishda mamnun bo'ladi. Keyingi xaridor chiziq I₂ da yuqoriroq bir xil bo'lmagan joyga o'zgartiradi, ya'ni B nuqtadan C nuqtaga siljish orqali. Hattoki B nuqta va C nuqta bir xil farqi bo'lmagan chiziqdaligiga qaramasdan, ularda o'zgarishning bir xil oz miqdordagi o'rni bo'ladi. B nuqtada I₂ bir xil bo'lmagan chiziqning qiyaligi C nuqtada I₂ bir xil bo'lmagan qiya chizig'iga tenglashadi.

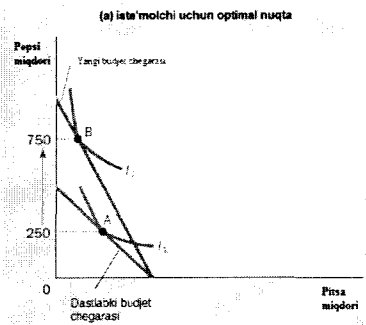
Xaridor B nuqtani hech qachon tanlamaganiga qaramasdan, bir bashoratli nuqta xaridorning qarorini belgilab beradigan ikki ta'sirlarni aniqlab berish uchun foydalidir. Eslatma shuki, A nuqtadan B nuqtaga o'zgarish xaridorning ijtimoiy yordamida hech qanday o'zgarishsiz o'zgarishning oz miqdordagi o'rnida sof o'zgarishni namoyish qilib beradi. O'xshashlik jihati, B nuqtadan C ga o'zgarishi o'zgarishning oz miqdordagi o'rnida o'zgarishsiz ijtimoiy yordamini sof o'zgarishini namoyish qilib beradi. Shunday ekan, A dan B gacha siljish o'zgarish ta'sirini ko'rsatadi va B dan C ga siljish esa daromad ta'sirini ko'rsatadi.

Talab chizig'ini hosil qilish

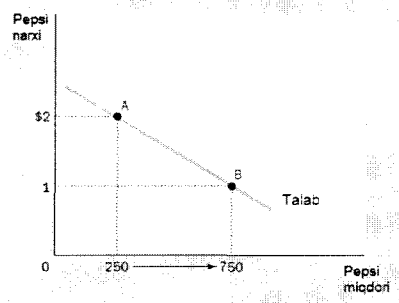
Hozirgina qanday xaridorning byudjetidagi sig'imlarining tovar o'zgarishining narxida o'zgarishini ko'rib chiqdik, shuningdek, u sotib olish uchun tanlagan ikki tovarning miqdorini ham. Har qanday tovar uchun talab chizig'i iste'mol qarorlariga ta'sir ko'rsatadi. Ta'kidlash lozimki, talab chizig'i har qanday berilgan narx uchun tovarning miqdori talab etilganini ko'rsatadi.

(a) panelda ko'rib turganidek, pepsi narxining 2 \$ dan 1 \$ ga tushishi natijasida muvozanat nuqta A nuqtadan B nuqtaga o'zgaradi va pepsi iste'moli 250 birlikdan 750 birlikka ortadi. Talab egri chizig'i pepsi narxi bilan uning iste'mol hajmi o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi.

Talab egri chizig'ini keltirib chiqarish



(a) Iste'molchilarning optimal nuqta



(b) Pepsiga bo'lgan talab egri chizig'i

Masalan, 7.11-rasmda pepsi uchun talabni ko'rib chiqamiz. Panel a pepsining litr narxi ikki dollardan bir dollarga tushganda, xaridorning byudjet sig'imi tashqariga o'zgarishini ko'rsatadi. Ikkala daromad va o'zgarish ta'sirlari sababli, xaridorda pepsi 250 dan 750 litrga sotib olishi tomon o'sadi. Panel esa xaridorning qarorlaridan natijalarni talab chizig'idalgini ko'rsatadi. Bu yo'l bilan, xaridor tanlovining nazariyasi xaridorning talab chizig'i uchun nazariy asos bo'lib hizmat qiladi.

Talab chizig'i xaridor tanlov fikridan tabiiy ravishda o'sadi, lekin bu jarayon o'zi fikrini rivojlantirishni ko'rsatib bergani yo'q. Bu yerda hech qanday qat'iy, tahliliy qolip yo'qki, narxlarda odamlar o'zgarishi uchun javobni yaratib bersa.

7.4. Uch qo'llanma

Hozir xaridor tanlovining dastlabki nazariyasini rivojlantirdik, keling endi iqtisodning qanday ishlashini va undan foydalanishlarni o'rganib chiqsak. Bu uch savoiilar birlashgandek tuyiladi, lekin har bir savol ro'zg'or haqida qaror qilishni o'z ichiga oladigan bo'lsa, hozirgina rivojlantirgan xaridor tutishining tuzilishi bilan biz yetkazib bera olamiz.

Barcha talab chizig'i pastga qarab yo'nalganmi?

Tovarning narxi oshganda odamlar uni kamroq sotib olishadi. Bu doimiy odat, talab huquqi deyiladi, talab chizig'ining past tarafga qiyalashishiga ta'sir etadi.

Iqtisodiy nazariya sifatida talab chizig'i ba'zida yuqoriga boradi. Boshqacha qilib aytganda, xaridor ba'zida talab qonunini buzadi va narxlar ko'tarilsa ko'proq tovar sotib oladi. Buni qanday sodir bo'lishini ko'ra olish uchun, 12-shaklni qarab ko'rish kerak. Bu misolda, xaridor ikki tovar sotib oladi – go'sht va kartoshka. Xaridorning byudjet sig'imi a nuqtadan b nuqta chizig'ida bo'ladi. Rivojlangani C nuqta. Kartoshkaning narxi oshsa, byudjet sig'imi ichkari tarafga o'zgaradi va a chiziqdan d gacha bo'ladi. O'rtacha hozir E. Eslatma kartoshka narxidagi o'sish xaridorni katta miqdorda kartoshka sotib olishga olib boradi.

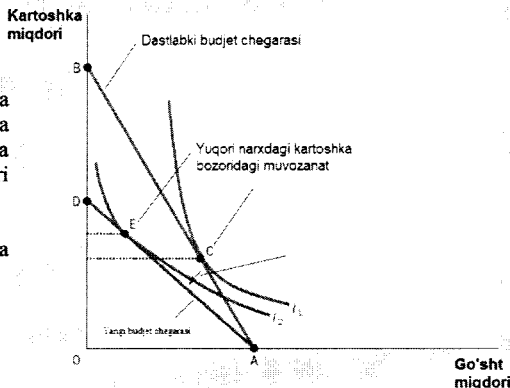
Nima uchun xaridor bunday yo'l bilan javob beryapti? Bu misolda, kartoshka qat'iyon pastroq tovar. Kartoshka qiymati oshsa, iste'molchi kamayadi. Daromad tasiri xaridorni kamroq go'sht va ko'proq kartoshka sotib olishga undaydi. Chunki bir xil vaqtda kartoshkalar go'shtga nisbatan qimmat bo'ladi, o'zgarish ta'siri xaridorlarni ko'proq go'sht va kamroq kartoshka sotib olishga undaydi. Bunday o'ziga xos holatlarda, daromad ta'siri shunchalik kuchli bo'ladiki o'zgarish ta'sirini oshirib yuboradi. Oxirida, xaridor kamroq go'sht va ko'proq kartoshka sotib olish orqali kartoshkaning narxiga javob qaytaradi.

Iqtisodchilar talab qonunini buzuvchi bu tovarni tasvirlash uchun Giffen tovari atamasidan foydalanishadi. (Bu holatni birinchi bo'lib iqtisodchi Robert Giffen qayd etgani sababli shunday nomlanadi.) Bu misolda, kartoshka Giffen tovari. Giffen tovarlari arzon Tovar bo'lgani uchin daromadning ta'sirini almashtirish ta'sirdan yuqori bo'ladi. Shuning uchun, talab egri chizig'i yuqoriga qarab yo'nalgan.

12 RASM

Giffen tovarlari

Bu holatda kartoshka narxining ortishi natijasida muvozanat nuqta C dan E ga ko'chadi. Bu holda, yuqori bahoga javoban kamroq kartoshka, go'sht va yana kartoshka sotib oladi.



Keys stadi. Giffen tovarlarini izlash

Oldin har qanday haqiqiy Giffen tovarlari hech o'rganilganmi? Ba'zi tarixchilar, kartoshka 19 asrda Irlandiyada kartoshka ocharchlik paytida Giffen tovari bo'lgan deb taxmin qilishgan. Kartoshka xalq oziqlanishining katta bir qismi bo'lganda, kartoshka narxi oshgan, bu holda katta daromad ta'siri bo'lgan. Odamlar o'zlarining past turmush standartiga javoban qimmat bo'lgan go'sht iste'molini qisqartirib, asosiy tovar kartoshkani ko'proq sotib olishdi. Shunday qilib, kartoshkaning yuqori narxi aslida kartoshkaga talab miqdorini ko'tardi deb ta'kidlandi.

Robert Jensen va Nolan Miller tomonidan o'tkazgan tadqiqotlarida Giffen tovarlari borligi uchun shunga o'xshash, lekin ko'proq aniq dalillar asosida ishlab chiqildi. Bu ikki iqtisodchilar Xitoyning Hunan viloyatida 5 oy davomida dalada tajriba o'tkazishdi. Ular tasodifiy tanlangan uy xo'jaliklariga mahalliy asosiy oziq-ovqat bo'lgan guruchni sotib olishga subsidiyaga voucher berib, guruch iste'moli qanday o'zgarishini o'lchash uchun tadqiqotlarda narxni o'zgartirildi. Ular kuchli dalil bo'lgan kambag'al uy xo'jaliklari Giffen holatini namoyish etdilar. Guruch narxining pasayishiga vaucher subsidiyalari guruchga talab hajmini kamaytirdi va subsidiyani olib tashlashga qarama-qarshi

ta'sir qildi. Jensen va Miller “bizning bilimimizning eng yaxshisi, bu birinchi keskin empirik dalil Giffen holati bo'ladi” deb yozgan edi.

Shunday qilib, iste'molchi tanlovi nazariyasi, talab egri chizig'ini yuqoriga yo'naltiradi va ba'zan g'alati hodisalar sodir bo'ladi. Natijada, biz birinchi 4-bo'limda ko'rgan talab qonuni butunlay ishonchli emas. Bu Giffen mahsulotlarini juda kam deb aytish xavfsiz.

Ish haqi ishchi kuchi taklifiga qanday ta'sir qiladi?

Hozircha, iste'molchi tanlovi nazariyasini biz bir kishi daromadini ikkita tovar o'rtasida qanday ajratishini tahlil qilish uchun foydalandik. Biz bu nazariyadan insonning qanday qilib vaqtni taqsimlashini tahlil qilishda foydalanishimiz mumkin. Odamlar vaqtlarining ayrimini dam olishga va ba'zisini ishlashga sarf qiladi, chunki ular iste'mol mollarini sotib olishlari kerak. Vaqt-taqsimotining mohiyati dam olish va iste'mol o'rtasidagi tanlov muammosidadir.

Salli erkin dasturiy ta'minot dizayneriduch kelgan qarorni ko'rib chiqaylik. Sally haftasiga 100 soat uyg'oq. U bo'sh vaqtini velosiped uchish, televizor tomosha qilish, va iqtisodiyotni o'rganishga sarflaydi. U qolgan vaqtini kompyuter dasturi ishlab chiqishga sarflaydi. U dasturiy ta'minot rivojlantirishning har soatiga u \$ 50 oladi va uni iste'ol mollari — oziq-ovqat, kiyim-kechak va musiqa yuklab olishga sarflaydi. Uning ish haqi (\$ 50) Sally duch keladigan hordiq va iste'mol o'rtasidagi tanlovda aks etadi. Dam olgan vaqtida u yutqazadi, ishlashning qo'shimcha har soatida u iste'molning \$ 50ni oladi.

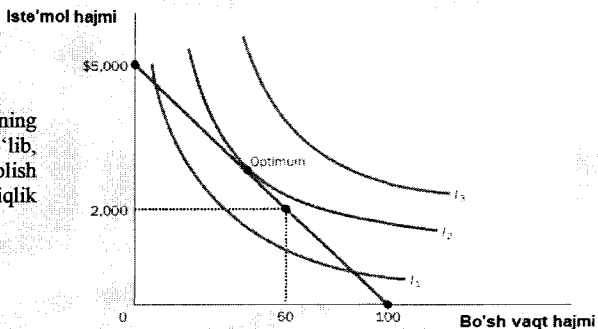
7. 13-rasm Salli byudjet sig'imini ko'rsatadi. Agar u barcha 100 soatni dam olishga sarflasa, u iste'molga ega emas. U barcha 100 soatini ishga sarflasa, u \$ 5000 haftalik iste'molga ega, lekin hordiq chiqarishi uchun vaqti yo'q. U haftasiga normal 40-soat ishlasa, u 60 soat bo'sh vaqt va \$ 2,000 haftalik iste'molga ega bo'ladi.

7.13-rasm Salling iste'mol va hordiq afzalliklarini tasvirlovchi befarqlik egri chiziqlaridan foydalanadi.

13 RASM

Bo'sh ish vaqi uchun qaror

Bu rasmda Sallyning byudjeti tasvirlangan bo'lib, iste'mol bilan dam olish hajmi o'rtasidagi bog'liqlik ko'rsatilgan



Bu yerda iste'mol va dam olishi Sally tanlayotgan ikkita “tovarlar” bo'ladi. Sally har doim ko'proq bo'sh vaqt va ko'proq iste'molni afzal ko'rgani uchun u quyidagi befarqlik egri chizig'idagi nuqtalardan ko'ra yuqoridagi egri chiziqdagi nuqtalarni afzal ko'radi.

Soatiga 50\$ ish haqida, iste'mol va hordiq kombinatsiyalaridan Sally belgilangan nuqta orqali ifodalangan “optimal”ni tanlaydi. Bu byudjet sig'imi chizig'ida yotgan eng yuqori I₂ befarqlik egri chizig'i nuqtasi hisoblanadi.

Endi Sallining ish haqi soatiga \$ 50 dan \$ 60 ga ortsa nima bo'lishini muhokama qilamiz. 7.14-rasm ikki mumkin bo'lgan natijalarini ko'rsatadi. Har bir holda, byudjet sig'imi, chap grafikda ko'rsatilgan, BC₁ dan BC₂ga tashqariga siljiydi. Jarayon, byudjet sig'imi tik bo'lib narxlarning nisbiy o'zgarishi akslantiradi: Yuqori ish haqida Salli boy berilgan bo'sh vaqtning har soati uchun ko'proq iste'mol oladi.

Sallining afzalliklari, uning befarqlik egri chizig'ida ko'rsatilgan, yuqori ish haqi qanday qilib iste'mol va bo'sh vaqt bog'liq uning tanloviga javob berishini aniqlaydi. Har ikki qismda, iste'mol o'sadi. Hali ham bo'sh vaqtning ish haqi o'zgarishiga javobi ikki hollarda farq qiladi. (a) qismda Salli yuqori ish haqiga javoban kamroq hordiq oladi. (b) qismda Salli ko'proq hordiq bilan javob beradi.

Hordiq va iste'mol o'rtasidagi Sallining qarori uning mehnat taklifini belgilaydi, chunki ko'proq dam olsa, u kamroq vaqt ishlaydi. 7.14-rasmning har bir qismida, o'ng rasm Sallining qarorida nazarda tutilgan mehnat taklifi egri chizig'i ko'rsatilgan. (a) qismida, Sallining yuqori ish haqi kam dam olish va ko'p ishlashini ko'rsatadi, bunda mehnat taklifi egri chizig'i yuqoriga yo'nalgan. (b) qismda, Sallining yuqori ish haqi ko'proq dam olish va kam ishlashni ko'rsatadi, shunday ekan mehnat taklifi egri chizig'i orqaga yo'nalgan.

Avvaliga, orqaga yo'nalgan mehnat taklifi egri chizig'i boshqotirmali bo'ladi. Nima uchun shaxs kam ishlab yuqori ish haqi olishi kerak? Javob yuqori ish haqiga daromad va almashtirish ta'siridan kelib chiqadi.

Birinchi bo'lib almashtirish ta'sirini ko'rib chiqaylik. Sallining ish haqi ko'tarilsa, hordiq iste'mol nisbatan ko'proq qimmatroq bo'ladi va bu Sallini hordiq o'rniga iste'molga yetaklaydi. Boshqacha aytganda, almashtirish ta'siri Sallini yuqori ish haqiga javoban qattiqroq ishlashga undaydi va bu mehnat taklifi egri chizig'ini yuqoriga yo'naltiradi.

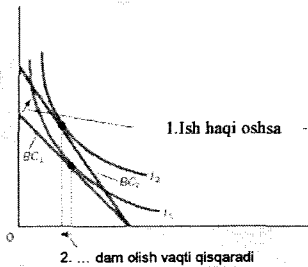
Endi daromad ta'sirini ko'rib chiqaylik. Sallining ish haqi ko'tarilsa, u yuqoriroq befarqlik egri chizig'iga ko'tariladi. U oldingiga qaraganda endi yaxshiroqdir. Modomiki iste'moli va dam olish ham normal tovar ekan, u yuqori iste'molini va ko'proq dam olishdan bahramand bo'lishni istaydi. Boshqacha qilib aytganda, daromad ta'sir kam ishlashga va bu mehnat taklifi egri chizig'ini orqaga yo'nalishiga olib keladi.

Oxir-oqibat, iqtisodiy nazariya ish haqining o'sish Sallini ko'proq yoki kamroq ishlashga undashi haqida aniq taxmin bermaydi. Agar almashtirish ta'siri Salliga daromad ta'siridan katta bo'lsa, u ko'proq ishlaydi. Agar daromad ta'siri almashtirish ta'siridan katta bo'lsa, u kam ishlaydi. Mehnat taklifi egri chizig'i shuning uchun, yuqoriga yoki orqaga yo'nalgan bo'lishi ham mumkin.

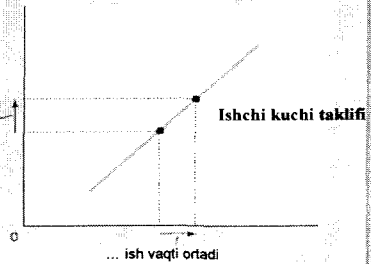
Ushbu rasmdagi grafiklar iste'molchining ish haqi o'zgaranda qanday o'zgarish bo'lishini ko'rsatib beradi. Chap tarafdagi grafik iste'molchining BC_1 nuqtadagi dastlabki byudjet chegarasini ko'rsatadi BC_2 nuqta esa iste'molchining iste'mol va dam olishdan tashqari optimal tanlovini ko'rsatib beradi. O'ng tarafdagi egri chiziq ishchi kuchi taklifini ko'rsatadi.

Ish haqining ortishi

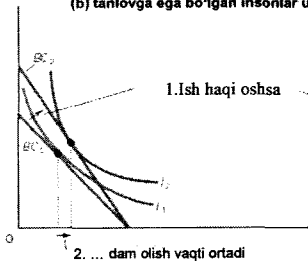
(a) tanlovga ega bo'lgan insonlar uchun...



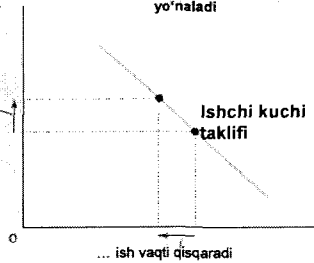
(b) ...ishchi kuchi taklifi egri chizig'i tik va yuqoriga yo'naladi



(b) tanlovga ega bo'lgan insonlar uchun...



(b) ...ishchi kuchi taklifi egri chizig'i pastga yo'naladi



Keys stadi. Mehnat taklifiga daromad ta'siri: tarixiy yo'nalishlar, lotereya g'oliblari va Karnegi taxmini

Orqaga yo'nalgan mehnat taklifi egri chizig'i g'oyasi dastlab oddiy nazariy qiziquvchanlik kabi tuyulishi mumkin, lekin aslida, unday emas. Dalillar mehnat taklifi egri chizig'i uzoq vaqt davomida orqaga yo'nalishini ko'rsatadi. Yuz yil avval, ko'p odamlar bir hafta olti kun ishlashgan. Bugungi kunda, hafta besh kunlik ish norma. Shu bilan birga ish haftasi uzunligi kamayib, tipik ishchi ish haqi (Inflyatsiya o'zgarishi bilan) ortib bormoqda.

Bu yerda iqtisodchilar bu tarixiy voqeani qanday tushuntirishadi: Vaqt o'tishi bilan texnologiya ishchilar samaradorligini va mehnatga talabni oshirdi. Mehnatga talab ortishi muvozanat ish haqini ko'tardi. Ish haqi ko'tarilishi, mehnat uchun mukofot bo'ladi. Biroq, juda ko'p mehnatni rag'batlantirishga javoban, ishchilar ko'proq hordiqni tanlashadi. Boshqa so'zlar bilan aytganda, yuqori ish haqining daromad ta'siri almashtirish ta'siridan baland bo'ladi.

Mehnat taklifiga daromad ta'siri kuchli ekanligining yana boshqa dalillari juda ko'p, masalan: lotereyalar g'oliblari. Lotereyada yirik mukofotlar sovrindorlari, daromadlarini o'zgarishi natijada ularning byudjet sig'imini tashqariga siljitadi. G'ollblarining ish haqi o'zgarmagani sababli ularning byudjet sig'imi o'zgarmay qoladi. Shuning uchun almashtirish ta'siri yo'q. Lotereya g'oliblarini xatti-harakati o'rganilib, biz mehnat taklifiga daromad ta'sirini izolyatsiyalashimiz mumkin.

Lotereya g'oliblarini o'rganish natijalari ajoyib bo'ladi. O'sha g'ollblardan kim \$ 50000 dan ortiq yutsa, deyarli 25 foizi bir yil ichida ishlashni kamaytiradi va boshqa 9 foizi mehnat soati sonini kamaytiradi. Yana \$ 1 milliondan ortiq yutuq g'oliblarining deyarli 40 foizi ishlashni to'xtatadi. Bunday katta yutuq mehnat taklifiga daromad ta'siri sezilarli bo'ladi.

Xuddi shunday natijalar 1993-yilda **Quarterly Journal of Economics** jurnalida chop etilgan vasiyat olish qanday qilib shaxsning mehnat taklifiga ta'sir qilishini o'rganishda topilgan. Tadqiqot bir kishi \$ 150,000 dan ortiq meros olsa, \$ 25,000 dan kam meros olgan shaxsdan ko'ra to'rt marta ko'p ishlashni to'xtatadi degan ehtimol topildi. Ushbu topilma 19-asr sanoatchisi Endryu Karnegini hayron qoldirmadi. Karnegi "Odatda o'g'liga ulkan boylik qoldirgan ota-ona o'g'lining iqtidori va kuchini o'ldiradi va uni foydasiz hamda kam munosib hayot kechirishga olib keladi" deb ogohlantirgan.

Bu Karnegi mehnat taklifiga daromad ta'sirini sezilarlilikini va uning otalik nuqtayi nazardan qayg'ulidir. Karnegi hayoti davomida va vafotidan keyin o'zining ulkan boyligidan ko'p sadaqa berdi.

Foiz stavkalari uy xo'jaliklari jamg'armasiga qanday ta'sir ko'rsatadi?

Har bir kishi bugun qancha iste'mol qilishi va kelajak uchun qancha jamg'arishi kerakligi to'g'risidagi muhim qarorga duch keladi. Biz odamlar bu qarorni qanday qabul qilishlari va jamg'arma miqdori oladigan foiz stavkasiga bog'liqligim iste'molchi tanlovi nazariyasidan foydalanib tahlil qilishingiz mumkin.

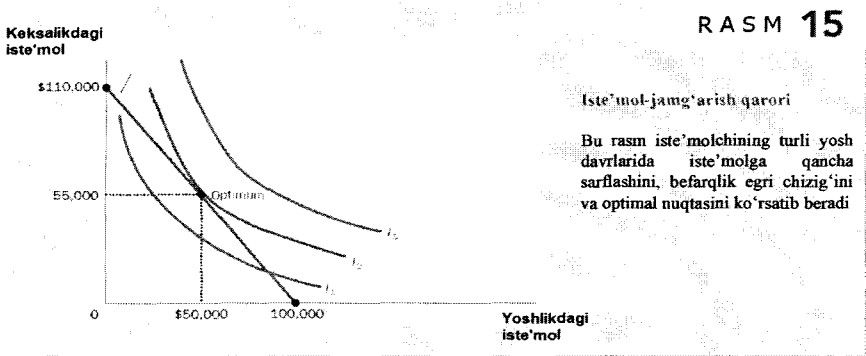
Nafaqani rejalashtirayotgan Sem duch kelgan qarorni ko'rib chiqaylik. Murakkablashtirmasdan Sem hayotini ikki davrga ajratamiz. Birinchi davrida, Sem yosh va ishlayapti. Ikkinchi davrda, u eski va nafaqaga chiqqan bo'ladi. Yosh Sem \$ 100,000 daromad oladi. U bu daromadini joriy iste'mol va jamg'armaga ajratadi. U qariganda jamg'armasini iste'mol qiladi foiz, shu jumladan, omonatdan olgan foizlarni ham.

Foiz stavkasi 10 foizni tashkil etadi deylik. So'ngra Sem jamg'armasining har bir dollar uchun qariganda u \$ 1.10 iste'mol qilishi mumkin. Biz "yoshlikdagi iste'mol" va "qarilikdagi iste'mol"ni tanlashi kerak bo'lgan ikki Tovar sifatida ko'rishimiz mumkin. Foiz stavkasi bu ikki tovarning narxini belgilaydi.

7.15-rasm Semning byudjet sig'imini ko'rsatadi. U hech narsa jamg'armasa, u yoshligida \$100,000 iste'mol qiladi va qariganda hech narsa iste'mol qilmaydi. U hammasini jamg'arsa, yoshligida hech narsa va qariganda \$ 110.000 iste'mol qiladi. Byudjet sig'imi bu barcha oraliq imkoniyatlarini ko'rsatadi.

7.15-rasm ikki davrda befarqlik egri chizig'idan foydalanib iste'molga Semning afzalliklarini ko'rsatadi. Sem har ikki davrda ko'proq iste'molni afzal ko'rgani uchun u yuqori befarqlik chiziqlaridagi

nuqtalarni afzal ko'radi. Berilgan afzalliklaridan Sem iste'molning optimal kombinatsiyasini tanlab byudjet sig'imi eng yuqori befarqlik egri chizig'idagi nuqtani tanlaydi. Bu optimumda, Sem yoshligida \$ 50,000 iste'mol qiladi va keksaligida 55000 \$ iste'mol qiladi.



Endi foiz stavkasi 10 foizdan 20 foizga oshganda nima sodir bo'lishini ko'rib chiqamiz. 7.16-rasm ikki mumkin natijalarini ko'rsatadi. Har ikki holatda ham byudjet sig'imi tashqariga siljiydi va tik bo'ladi. Yangi yuqori foiz stavkasida Sem yoshligida voz kechgan iste'mol har bir dollar uchun qariganida ko'proq iste'mol oladi.

Ikkala qism Semning turli afzalliklari bergan natijalarini ko'rsatadi. Har ikki holatda ham, qariganda iste'mol oshadi. Hali foiz stavkasi o'zgarishiga yoshlikdagi iste'molning javobi ikki holda farq qiladi. (a) qismda Sem yoshligida yuqori foiz stavkasiga javoban kam iste'mol qiladi. (b) qismda Sem yoshligida ko'p iste'mol bilan javob beradi.

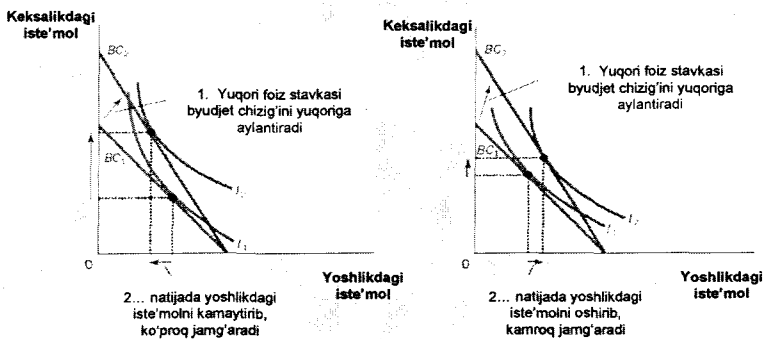
Semning jamg'armasi yoshlikdagi daromadi minus yoshlikdagi iste'mol miqdori orqali hisoblanadi. (a) qismda foiz stavkasi oshsa yoshlikdagi iste'mol tushadi, shuning uchun jamg'arma ko'tarilishi kerak. (b) qismda Sem yoshligida ko'p iste'mol qiladi, shuning uchun jamg'arma tushadi.

(b) qismda ko'rsatilgan holda dastlab g'alati tuyulishi mumkin: Sem jamg'armadan keladigan daromadning oshishi hisobiga kam jamg'aradi. Biroq, bu tuyulishi mumkin bo'lganidek o'zgacha holat emas. Biz buni yuqori foiz stavkasiga daromad va almashtirish ta'sirlari deb olgan holda uni tushunishimiz mumkin.

Birinchi bo'lib almashtirish ta'sirini ko'rib chiqaylik. Foiz stavkasi oshsa, yosh bo'lgandagi iste'molga nisbatan qarigandagi iste'mol arzonroq bo'ladi. Shuning uchun, almashtirish ta'siri Semni yoshlikda kamroq iste'mol qilib, qariganda ko'proq iste'mol qilishga undaydi. Boshqa so'zlar bilan aytganda, almashtirish ta'siri Semni ko'proq jamg'arishga undaydi.

16 RASM

Ikkala rasmda ham qiziqishning ortishi byudjet chizig'ini oldinga siljitadi. (a) panelda iste'molchi iste'mol yoshlikda kamayib, qariganda ortadi. Natijada yoshlikdagi qaraganda jamg'arish ortadi. (b) panelda iste'mol ikkala davrda ham o'sadi. Natijada yoshlik payti jamg'arish kamayadi.



Endi daromad ta'sirini ko'ramiz. Foiz stavkasi ko'tariladigan bo'lsa, Sem yuqoriroq befarqlik egri chizig'ini tanlaydi. U oldingiga qaraganda endi yaxshiroqdir. Modomiki har ikki davrda ham iste'mol normal tovarlardan iborat bo'lar ekan, uning farovonlikning bu ortishidan foydalanish istagi ikki davrda yuqoriroq iste'moldan bahramand etadi.

Boshqa soʻzlar hilan aytganda, daromad taʼsiri kamroq jamgʻarishga undaydi.

Natija daromad va almashtirish taʼsiriga bogʻliq. Agar yuqori foiz stavkasining almashtirish taʼsiri daromad taʼsiridan kattaroq boʻlsa, Sem koʻproq jamgʻaradi. Agar daromad taʼsiri almashtirish taʼsiridan kattaroq boʻlsa, Sem kam jamgʻaradi. Shunday qilib, isteʼmolchi tanlovi nazariyasi foiz stavkasining oʻsishi jamgʻarmani ragʻbatlantiradi yoki qaytaradi deydi.

Bu noaniq natija iqtisodiy nazariya nuqtayi nazaridan qiziqarli boʻlsa-da, u iqtisodiy siyosat nuqtayi nazaridan hafa boʻladigan hol. Bu soliq siyosatidagi muhim masala jamgʻarma foiz stavkasiga javoban qanday boʻlishidir. Baʼzi iqtisodchilar dividend va boshqa kapital daromadga soliqlarni kamaytirishni qoʻllab-quvvatladilar, bunday siyosat oʻzgarishi soliqdan keyingi foiz stavkasini oshirishi va jamgʻaruvchilarni jamgʻarmaga ragʻbatlantiradi degan fikrni ilgari surdi. Boshqa iqtisodchilar daromad va almashtirish taʼsirini siljitgani uchun, bunday soliq oʻzgarish jamgʻarmani oshirmaydi va hatto uni kamaytiradi deb daʼvo qildilar. Afsuski, ilmiy-tadqiqot foiz stavkalari jamgʻarmaga qanday taʼsiri haqida bir toʻxtamga olib bormadi. Natijada, soliq siyosatida oʻzgarishlar, aslida, jamgʻarmani ragʻbatlantirish maqsadida moʻljallangan edimi yoki yoʻqmi degan iqtisodchilar oʻrtasida kelishmovchilikka olib bormoqda.

Nazorat savollari

1. Isteʼmol nazariyasida neʼmat tushunchasi.
2. Isteʼmolchi tanloviga taʼsir qiluvchi omillar.
3. Naflik tushunchasi.
4. Isteʼmolchi ehtiyojini qondirish darajasi.
5. Naflik funksiyasi.

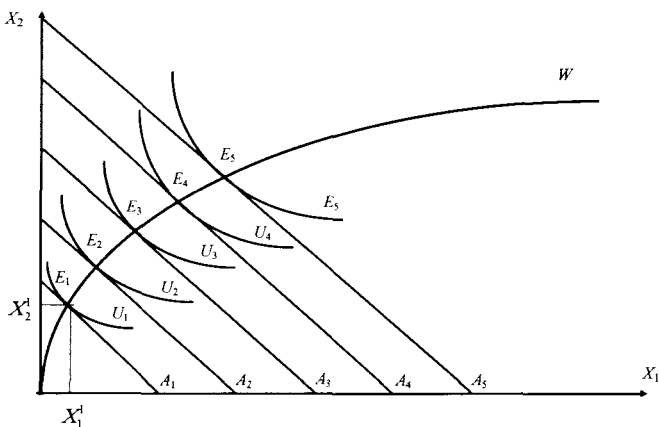
6. Umumiy naflik, chekli naflik, chekli naflikning kamayishi qonuni.
7. Befarqlik chiziqlari kartasi va uning xususiyatlari.
8. Chekli almashtirish normasi.
9. Byudjet chegarasi va uning o'zgarishi.
10. Byudjet chizig'i yotqlik burchagi.
11. Naflikni maksimallashtirish.
12. Iste'molchi tanlovi masalasi yechilishini grafik usulda tahlil qilish.
13. Iste'molchilarning muvozanat shartlari.

VIII BOB DAROMAD SAMARASI VA ALMASHTIRISH SAMARASI

8.1. Daromad samarasi va almashtirish samarasi.

Daromad – iste'mol chizig'i. Daromadning o'zgarishi byudjet chizig'ini o'ziga parallel ravishda siljishiga olib keladi, nima uchun deganda, narxlar nisbati o'zgar olmaydi. Daromad oshganda, byudjet chizig'i o'ngga-yuqoriga siljiydi, kamayganda pastga-chapga siljiydi. Xuddi shunday siljishlar ne'matlar narxi bir xil o'zgarganda ham sodir bo'ladi. Narxlarining pasayishi real daromadni oshiradi, natijada byudjet chizig'i o'ngga-yuqoriga siljiydi. Xuddi shunday narxlarining o'sishi, real daromadni kamaytiradi - byudjet chizig'i pastga-chapga siljiydi.

Real daromadning o'sishi natijasida byudjet chizig'i $A_1, A_2, A_3, \dots, A_5$ holatlarga ketma-ket siljiydi (5.10-rasm).



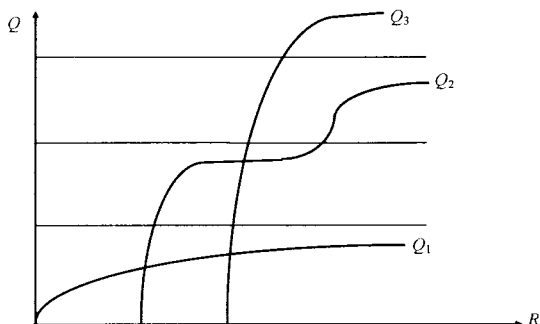
8.1-rasm. “Daromad-iste'mol” chizig'i.

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

Agar “daromad-iste’mol” chizig‘i koordinata boshidan 45° burchak ostidagi to‘g‘ri chiziqdan iborat bo‘lsa, daromadning o‘sishi, iste’molchining iste’mol qiladigan ne‘matlari bir xil proporsiyada o‘sadi. Agar iste’molchi ne‘matlarni har xil proporsiyada xarid qilsa, w chizig‘ining yotiqligi o‘zgaradi. 8.2-rasmda tovarlar sotib olish boshida tez sur‘atda o‘sadi, keyinchalik x_1 tovarni sotib olish, x_2 tovarga nisbatan oshib boradi.

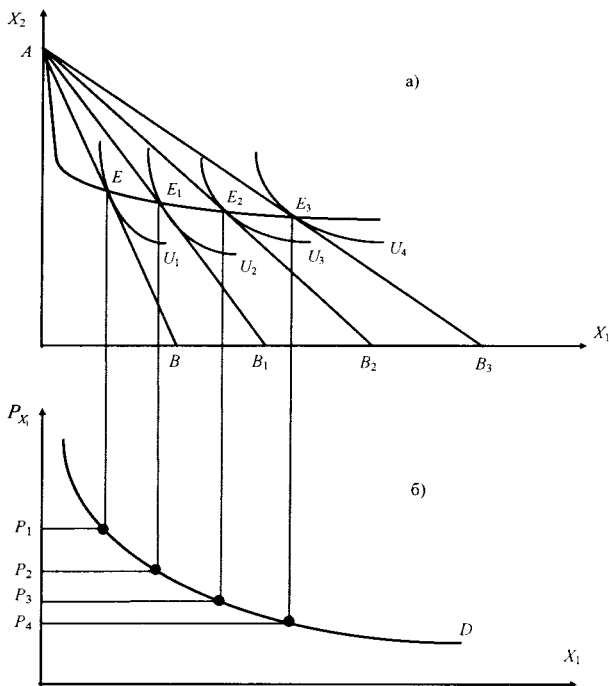
Nemis olimi Ernst Engel (1821-1896) birinchi bo‘lib daromad o‘zgarishining iste’mol tarkibiga ta‘sirini tadqiq qilgan. Tovarlarning tarkibining daromadga nisbatan o‘zgarishini ifodalovchi chiziqlar, *Engel egri chiziqlari* deyiladi (8.3-rasm).

Horizontaal o‘q bo‘yicha iste’molchi daromadi R , ordinata o‘qi bo‘yicha - sotib olinadigan tovarlar miqdori Q belgilangan.



8.2-rasm. Engel egri chiziqlari.

Iste'molchi ehtiyoji birinchi navbatda oziq-ovqat mahsulotlari bilan to'yinadi (Q_1 - oziq-ovqat mahsulotlari), keyin standart sifatli sanoat mahsulotlari (Q_2) bilan va nihoyat, oliy sifatli tovarlar va xizmatlar (Q_3) bilan. Bulardan tashqari, oliy sifatli tovarlar va xizmatlarga o'tganda ham, standart sifatli sanoat mahsulotlariga talabning yangi sakrash qonuniyati kuzatilgan.



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

“Narx-iste’mol” chizig’i. Yuqorida “daromad-iste’mol” chizig’i qaralganda, ne’matlar narxi o’zgaraydi, deb qabul qilingan edi. Endi daromadni o’zgarimas, deb qaraymiz va ne’matlardan bittasini, masalan, x_1 ne’matning narxini o’zgaruvchan deb qaraymiz. Faraz qilaylik, x_1

ne'matning narxi P ketma-ket kamayib bormoqda, ya'ni $P > P_1 > P_2 > P_3$ va hokazo.

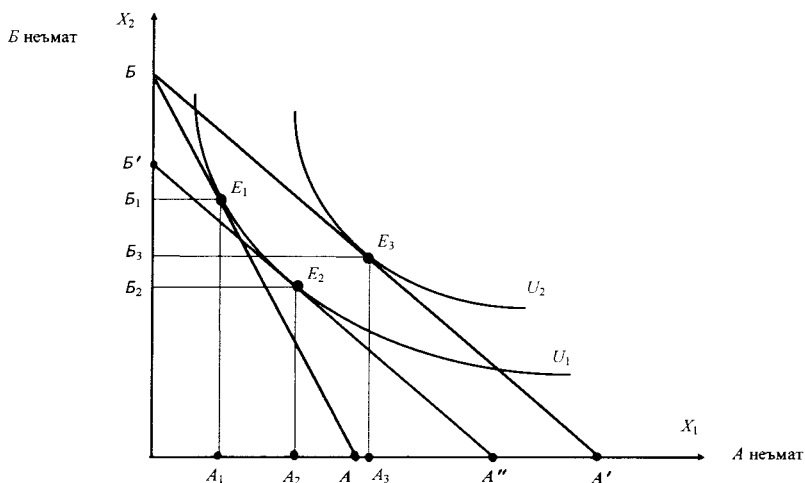
Grafikda narxning bunday o'zgarishi, byudjet chizig'ining AB holatdan AB_1 , AB_2 va AB_3 holatlarga siljitadi (5.12-rasm).

Masalan, x_1 tovar olma bo'lsin, x_2 tovar apelsin bo'lsin. (a) rasmda apelsin narxi o'zgarmaydi, olma narxi pasayib bormoqda. Natijada byudjet chizig'ining x_2 o'q bilan kesishgan nuqtasi o'zgarmaydi, x_1 o'q bilan kesishgan nuqtasi o'ng tomonga siljib boradi. Olma narxining tushishi, real daromadni oshiradi, natijada iste'molchi olma narxi oshmasdan oldin ola olmagan apelsin va olma majmualarini endi olishi mumkin bo'ladi. Ya'ni, berilgan daromadda endi ko'proq olma va ko'proq apelsin olish mumkin bo'ladi. Ikkinchidan, byudjet chizig'i narx pasayishiga mos ravishda yotiqroq bo'lib boradi.

Iste'molchi endi bir birlik qo'shimcha olma olish uchun, oldingidan kamroq miqdordagi apelsindan voz kechadi. Masalan, bitta apelsin narxi 10 so'm va bitta olma narxi 5 so'm bo'lsa, yarimta apelsinga bitta olma to'g'ri keladi, olma narxi 2,5 so'mga tushsa, qo'shimcha bitta olma olish uchun 1/4 qism apelsindan voz kechishi kerak. Olma narxining pasayishi, ma'lum miqdordagi olmani apelsin bilan almashtirish imkoniyatini yaratadi. Natijada optimal majmua (olma va apelsinlarning optimal miqdori) E nuqtadan yuqoriroq naflik darajasiga ega bo'lgan befarqlik egri chiziqlarida joylashgan E_1 , E_2 va E_3 nuqtalarga o'tadi.

Agar biz optimal majmua nuqtalarini (befarqlik egri chiziqlari bilan byudjet chiziqlari kesishgan nuqtalarni) chiziq bilan birlashtirsak, bu chiziq "Narx-iste'mol" chizig'i bo'ladi (a rasmdagi v chizig'i). "Narx-iste'mol" chizig'iga ko'ra, talab chizig'ini aniqlash mumkin (b) rasm. Bu holda ordinata bo'yicha narx, absissa o'qi bo'yicha x_1 ne'mat miqdori belgilanadi.

Daromad va almashtirish samaralari. “Daromad-iste’mol” chizig‘ini tahlil qilganimizda, daromad o‘zgarishini (narxlar o‘zgarganda) iste’molga ta’sirini o‘rgangan edik. “Narx-iste’mol” chizig‘i orqali narxlarning o‘zgarishini bir ne’mat bilan boshqa bir ne’matni nisbiy almashtirishga ta’siri o‘rganiladi. Endi biz x_1 ne’matga bo‘lgan talabni o‘zgarishining qancha qismi narx bilan bog‘liq va qancha qismi daromad bilan bog‘liqligini ko‘rib chiqamiz (35-rasm). Narxning har qanday o‘zgarishi, birinchidan: real daromadni oshiradi, natijada befarqlik egri chizig‘i siljiydi va iste’molchi sotib olishi mumkin bo‘lgan ne’matlar tarkibini o‘zgartiradi; ikkinchidan - narxlar nisbatini o‘zgartiradi va bir ne’mat (B) bilan boshqa ne’mat (A) almashtiriladi.



8.4-rasm. Normal tovarlar uchun daromad samarasi.

Ne’matlar majmuasiga (A va B ne’matlar) bo‘lgan talab o‘zgarishining qancha qismi real daromad ta’siri va qancha qismi narxning pasayishi bilan bog‘liq ekanligini aniqlamoqchimiz. 5.13-rasmda byudjet chizig‘ining boshlang‘ich holati BA va A ne’mat narxi pasaygandan keyingi holati BA' keltirilgan. Boshlang‘ich byudjet

chizig'ida U_1 befarqlik egri chizig'iga mos keluvchi optimal majmua E_1 nuqta bilan ifodalangan.

E_1 nuqtada iste'molchi B ne'matdan B_1 miqdorda, A ne'matdan A miqdorda sotib oladi. A ne'matning narxi tushgandan keyin, yangi optimal majmua BA' byudjet chizig'i bilan U_2 befarqlik egri chiziqdari kesishgan E_3 nuqtaga o'tadi. E_3 nuqtada iste'molchi B_3 miqdorda B ne'matdan va A_4 miqdorda A tovardan sotib oladi.

Demak, A ne'mat narxining pasayishi iste'molchining real daromadini, uning tovar sotib olish imkoniyatini oshiradi, ya'ni uning o'z ehtiyojini qondirish darajasini oshiradi. Bu yerda A ne'matni iste'mol qilish hajmining umumiy o'zgarishi (uning narxi tushishi hisobidan) rasmda A_4A_3 bilan belgilangan. Iste'molchi boshida $0A_4$ miqdorda A ne'matdan sotib oladi, narx o'zgarigandan keyin sotib olish hajmi $0A_3$ ga o'zgaradi. B tovarni sotib olish hajmi $0B_1$ dan $0B_3$ ga qisqardi.

A ne'mat iste'molining umumiy o'zgarishi A_4A_3 ga umumiy samara deyiladi. Endi umumiy samarani daromad samarasiga va almashtirish samarasiga qanday ajralishni ko'ramiz.

Daromad samarasini aniqlash uchun BA' byudjet chizig'iga parallel qilib $B'A''$ byudjet chizig'ini U_1 befarqlik egri chizig'iga urinadigan qilib o'tkazamiz va bu urilgan nuqtani E_2 deb belgilaymiz. E_2 nuqtaga mos keluvchi optimal majmuadagi A ne'mat miqdori A_2 ga teng va u A_4A_3 umumiy samarani ikki qismga ajratadi: A_4A_2 va A_2A_3 . A_4A_2 o'zgarishga *daromad samarasi* deyiladi va A_2A_3 o'zgarishga - *almashtirish samarasi* deyiladi.

Daromad samarasi – bu ne'mat narxi o'zgarishi (almashish samarasi hisobga olimganda) natijasida real daromad o'zgarishining iste'molchi talabiga ta'siridir. Daromad samarasi – bu iste'molchining sotib olish imkoniyatini oshganligini ko'rsatadi va u bir byudjet

chizig'idan boshqa byudjet chizig'iga iste'molchining optimal tovarlar majmuasini o'tishini akslantiradi.

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

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

Bozor talabi

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

8.1-jadval.

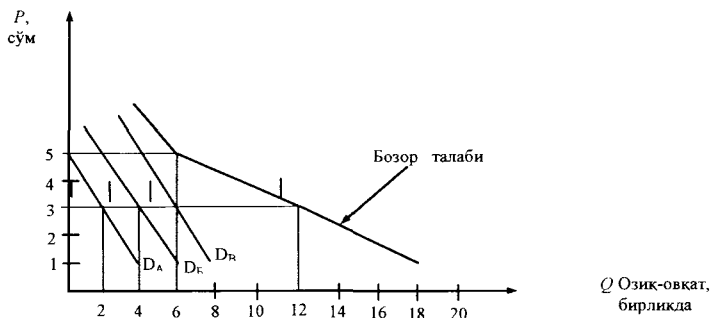
Berilgan narxlarda oziq-ovqatga bo'lgan talab

Iste'molchilar, Oziq-ovqat birlikda narxi, R so'm	A	B	V	Umumiy bozor talabi, birlikda
	1	4	6	8
2	3	5	7	15
3	2	4	6	12
4	1	3	5	9
5	0	2	4	6

Faraz qilaylik, oziq-ovqat bozorida (masalani soddalashtirish uchun) uchta A, B va V iste'molchilar harakat qiladi deylik.

quyidagi jadvalda (8.1-jadval) har bir iste'molchining berilgan narxlarda oziq-ovqatga bo'lgan talabi keltirilgan.

Oxirgi ustunda umumiy bozor talabi keltirilgan va ular iste'molchilarning individual talablarini qo'shish orqali aniqlangan. Masalan, oziq-ovqat narxi 1 so'm bo'lganda, umumiy bozor talabi quyidagicha hisoblanadi: $4 + 6 + 8 = 18$.



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

Quyidagi 8.5-rasmda ushbu iste'molchilarning talab chiziqlari va bozor talab chizig'i keltirilgan. Bozor talabi chizig'i har bir iste'molchining berilgan narxlardagi talablarini qo'shish orqali hosil qilingan.

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

Iste'molchilarning individual talablari chiziqlari to'g'ri chiziqlardan iborat bo'lgani bilan bozor talab chizig'i ham to'g'ri chiziqdan iborat bo'lishi shart emas. Nima uchun deganda, yuqori

narxlarda ba'zi bir iste'molchilar tovarni sotib olmasligi ham mumkin yoki ular har xil miqdorda sotib olishi mumkin.

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

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

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

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

Nazorat savollari

1. "Daromad-iste'mol" chizig'i.
2. Normativ va past kategoriyali tovarlar uchun Engel chiziqlari.

3. “Narx-iste’mol” chizig‘i va normal va Gifen tovarlari uchun talab chizig‘i.
4. Normal tovar uchun daromad samarasi va almashtirish samarasi, umumiy samara.
5. Past kategoriyali tovarlar uchun daromad samarasi va almashtirish samarasi.
6. Almashtirish samarasini va daromad samarasini amalda qo‘llash.
7. Past kategoriyali tovarlar.
8. O‘rnini bosuvchi va to‘ldiruvchi tovarlar.

IX BOB. BOZOR VA TAVAKKALCHILIK

9.1. Tavakkalchilikni o'lash

Tavakkalchilikni o'lashning asosi ehtimol tushunchasi bilan bog'liq. Amerikalik olim F.Nayt (1885-1974) ehtimolni ikki turga bo'ladi: matematik, ya'ni oldindan aniqlash mumkin bo'lgan ehtimol va statistik ehtimol. Birinchi tur ehtimolga tanganing raqam yoki gerb tomonini tushish ehtimoli $1/2$ ga tengligi yoki o'ynaydigan olti qirrall toshning oltita raqamidan bittasini tushishi ehtimolining $1/6$ ga tengligi misol bo'lishi mumkin.

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

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

Birinchi turdagi ehtimolni obyektiv ehtimol desak, u iqtisodiyotda kamroq uchraydi, ikkinchi turdagi ehtimol subyektiv ehtimol bo'lib, biznesga xosdir. Ham obyektiv va ham subyektiv ehtimolar tavakkalchilik darajasini ifodalashda va tanlashda foydalaniladi. Obyektiv ehtimol o'rtacha qiymatni aniqlashga yordam bersa, subyektiv ehtimol olinishi mumkin bo'lgan natijalarning o'zgaruvchanlik mezonini aniqlashga yordam beradi. Tavakkalchilikni miqdoriy aniqlash uchun

biror voqea yoki hodisaning olib kelishi mumkin bo'lgan oqibatlarini va bu oqibatlarining ehtimolini bilish kerak bo'ladi.

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

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

bu yerda x_i - mumkin bo'lgan natija;

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

Masalan, korxonada yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi, agar korxonaning yangi mahsuloti bozorda muvaffaqiyatga erishsa, har bir aksiyaga 1000 so'm olish mumkin, agar muvaffaqiyatga erishmasa, bir aksiya uchun 100 so'm olinadi. Korxonada mahsulotning bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0,6 ga teng bo'lsa, kutiladigan dividend qiymati quyidagicha aniqlanadi:

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

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

Masalan, sizni ishga joylashishingiz uchun ikki variant mavjud. Birinchisi, xususiy korxonada ishlash bo'lsa, ikkinchisi – davlat korxonasida. Xususiy korxonada ishlasangiz daromadingiz, korxonada muvaffaqiyatli ishlasa bir oylik ish haqingiz 6000 so'mni, muvaffaqiyatsizroq ishlasa, aytaylik 3000 so'mni tashkil qilsin. Davlat korxonasida ishlasangiz ish haqi 4510 so'm, korxonada to'liq ishlamaganda beriladigan ish haqi - 3510 so'm. Xususiy korxonaning muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsizlik ehtimollari bir xil bo'lib, 0,5 ga, davlat korxonasidiki mos ravishda 0,99 va 0,01 ga teng deylik. Quyidagi jadvalda mumkin bo'lgan natijalar va ularning ehtimoli keltirilgan.

Ish joylari variantlaridagi daromad

Ish joyi	1- natija		2 – natija	
	Ehtimoli	Daromad, so‘m	Ehtimoli	Daromad, so‘m
Birinchi	0,5	6000	0,5	3000
Ikkimchi	0,99	4510	0,01	3510

Shuni aytish kerakki, ikkala ish joyidan olinishi kutiladigan daromad bir xil miqdorda:

$$0,5 \cdot (6000 \text{ so‘m}) + 0,5 \cdot (3000 \text{ so‘m}) = 0,99 \cdot (6000 \text{ so‘m}) + 0,01 \cdot (6000 \text{ so‘m}) = 4500 \text{ so‘m.}$$

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

Quyidagi jadvalda ikkita ish joyi uchun haqiqiy natijalarning kutiladigan natijalardan chetlanishi keltirilgan.

Haqiqiy natijalarni kutiladigan natijalardan chetlanishi.

(kutiladigan natija 4500 so‘m) (so‘mda)

Ish joyi	1-natija	Chetlanish	2-natija	Chetlanish
Birinchi	6000	Q1500	3000	-1500
Ikkimchi	4510	Q10	3510	-990

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

Birinchi ish joyi uchun:

$$O'rtacha \text{ chetlanish} = 0,5 \cdot (1500 \text{ so‘m}) + 0,5 \cdot (1500 \text{ so‘m}) = 1500 \text{ so‘m}$$

Ikkimchi ish joyi uchun:

$O'rtacha\ chetlanish = 0,99 \cdot (10\ so'm) + 0,01 \cdot (990\ so'm) = 9,9 + 9,9 = 19,8\ so'm.$

Demak, birinchi ish joyidagi tavakkalchilik, ya'ni kutiladigan yo'qotish, ikkinchi ish joyidagiga qaraganda ko'proq. Nima uchun deganda, birinchi ish joyidagi o'rtacha chetlanish 1500 so'm, ikkinchi ish joyidagi o'rtacha chetlanish 19,8 so'mdan ancha ko'p.

Amaliyotda o'zgaruvchanlikni, ya'ni chetlanishni o'lchash uchun bir-biridan farq qiladigan ikkita mezon ishlatiladi. Birinchisi, dispersiya bo'lib, u haqiqiy natijadan kutiladigan natijani ayrilganining o'rtacha o'lchovi miqdori kvadratiga teng, ya'ni:

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

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

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

Birinchi ish joyi uchun: dispersiya:

$$\sigma_1^2 = 0,5(6000 - 4500)^2 + 0,5(3000 - 4500)^2 = 0,5 \cdot 2250000 + 0,5 \cdot 2250000 = 2250000.$$

Standart chetlanish $\sigma_1 = \sqrt{2250000} = 1500\ so'm.$

Xuddi shunday yo'l bilan ikkinchi ish joyi uchun dispersiya, ya'ni $\sigma_2^2 = 0,99(100\ so'm) + 0,01(980100\ so'm) = 9900\ so'm.$

Standart chetlanish esa $\sigma = \sqrt{9900} = 99,5\ so'm.$

Ikkala mezon ham bu yerda bir xil vazifani bajaradi, gap ularning qaysi biri foydalanishda o'ng'ayligida. Ko'rinib turibdiki ikkala holda ham ikkinchi ish joyi birinchiga qaraganda kamroq tavakkalchilikka (yo'qotishga) ega.

9.2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat

Yuqoridagi misolda ko'rdikki, ikkala ish joyida ham kutiladigan daromad 4500 so'mni tashkil qiladi. Demak, kim tavakkalchilikka

borishga moyil bo'lmasa, ikkinchi ish joyiga boradi, nima uchun deganda bu ish joyida kutiladigan daromad kamroq tavakkalchilik bilan bog'liq. Endi faraz qilaylik, birinchi ish joyidagi har bir natijaga 200 so'mdan qo'shaylik. Unda kutiladigan natija 4500 so'mdan 4700 so'mga oshadi.

Quyidagi 9.3-jadvalda yangi daromadning natijalari keltirilgan.

Birinchi ish joyi uchun: kutiladigan daromad = 4700 so'm.
 Dispersiya = 2250000 so'm.

Ikkinchi ish joyi uchun: kutiladigan natija = 4500 so'm. Dispersiya = 9900 so'm.

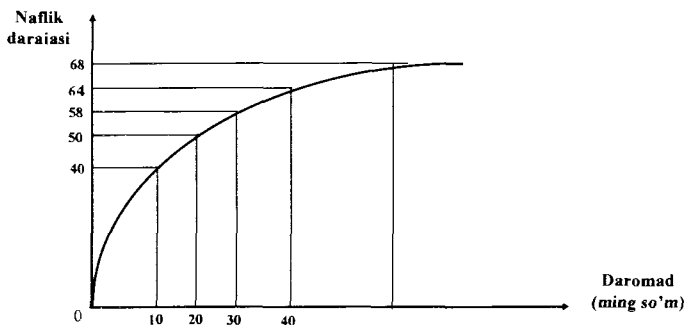
9.3- jadval

Ish joyi	1-natija	Kvadratik chetlanish	2-natija	Kvadratik chetlanish
Birinchi	6200	2250000	3200	2250000
Ikkinchi	4510	100	3510	980100

Birinchi ish joyida kutiladigan daromad ikkinchi ish joyidagidan yuqori, lekin u yuqori tavakkalchilik (yo'qotish) bilan bog'liq. Qaysi ish joyi ustunroq deganda, bu savolning yechimi tanlovchi shaxsning o'ziga bog'liq. Tadbirkor shaxslar yuqori tavakkalchilikka ega bo'lsa ham kutiladigan daromad yuqoriroq bo'lgan ish joyini tanlaydi, konservativroq (o'zgarishlardan o'zini olib qochuvchi) shaxslar kutiladigan daromad kamroq bo'lsa ham, kamroq tavakkalchilik bilan bog'liq ishni, ya'ni ikkinchi ish joyini tanlaydi.

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

Tavakkalchilikga qarshi bo'lgan inson deganda shunday inson tushuniladiki, kutiladigan daromad berilganda, u tavakkalchilik bilan bog'liq natijalarga nisbatan, kafolatlangan natijani ustun ko'radi. Agar tavakkalchilikka qarshi insonni iste'molchi deb qarasaq va u oladigan daromadiga iste'mol tovarlar majmuasini sotib olib, uni iste'mol qilishdan ma'lum darajada naf oladi deb faraz qilsak, biz iste'molchining tavakkalchilik bilan bog'liq daromadining naflik darajasi bilan qanday bog'liq ekanligini ko'rishimiz mumkin (9.1-rasm). Tavakkalchilikka qarshi inson daromadi past darajadagi chekli naflikka ega ekanligini ko'ramiz. Rasmdan ko'rish mumkinki, har bir birlik qo'shimcha daromadga to'g'ri keladigan qo'shimcha naflik daromad oshishi bilan kamayib bormoqda. Masalan, (20-30 ming so'mlik daromad oraliqidagi har ming so'm daromadga 0,8 birlik naf to'g'ri kelsa, 31-ming so'mlik daromadga 0,6 naf birligi to'g'ri kelayapti). Chekli naflikni kamayishi insonlarda tavakkalchilikka salbiy munosabatni kuchaytiradi. Shuning uchun ham tavakkalchilikka borishga moyillikning yo'qligi ko'pchilik insonlarga xosdir. Tavakkalchilik ular uchun og'ir sinovdek hisoblanadi va ular ma'lum kompensatsiya bo'lgandagina tavakkalchilikka borishi mumkin.



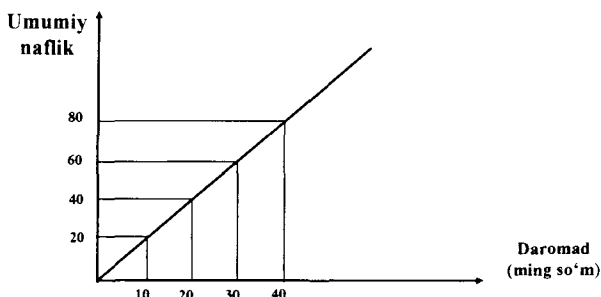
9.1-rasm. Tavakkalchilikka moyil bo'lmagan holat

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

O‘rtacha qiymatga nisbatan cheklanishlar bir-biri bilan qisqarib, umumiy chetlanishlar nolga teng bo‘lgani uchun ham ushbu chetlanishlar uni qiziqtirmaydi. Tavakkalchilikka befarqlik koordinata boshidan chiqadigan to‘g‘ri chiziq sifatida ifodalanishi mumkin (9.2-rasm).

Daromadning bir tekisda o‘zgarishi umumiy naflikni to‘g‘ri chiziq bo‘yicha o‘shisha olib keladi.

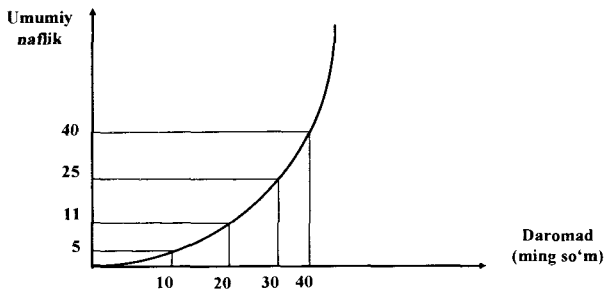
Tavakkalchilikka moyil bo‘lgan inson, shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda u kafolatlangan natijaga ko‘ra tavakkalchilik bilan bog‘liq natijani ustun ko‘radi.



9.2-rasm. **Tavakkalchilikka befarqlik**

Tavakkalchilikka qiziqadigan inson undan bahra oladi. Bunday turdagi insonlarga o‘z taqdirini sinab ko‘rishdan bahramand bo‘lish uchun barqaror daromaddan voz kecha oladigan insonlar kiradi. Ular yutish ehtimoliga yuqori baho berib yuboradilar. Tavakkalchilikka

moyillik grafigi keskin sur'atda ortib borayotgan parabola grafigi orqali ifodalanishi mumkin (8.3-rasm).



9.3-rasm. **Tavakkalchilikka moyillik**

Hayotda va umuman barcha bozor subyektlari tavakkalchilikni e'tiborga oladi. Ko'chalardagi, bozorlardagi har xil firibgarlar tavakkalchilikka moyil insonlar hisobidan boylik ortirsa, sug'urta kompaniyalari tavakkalchilikka moyil bo'lmagan insonlarni yo'qotishlarini kamaytirishga hizmat qiladilar.

9.3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish

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

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

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

kamayganda ikkinchi turdagi mahsulotga bo'lgan talab oshadi. Quyidagi 4-jadvalda ikki turdagi mahsulotdan olinadigan daromadlar keltirilgan.

9.4-jadval

Tovarlarni sotishdan tushgan daromad.

Tovarlarni turi	Yoz fasli	Qish fasli
1-tur (muzqaymoq)	6 mln. so'm	1 mln. so'm
2-tur (issiq choy)	1 mln. so'm	6 mln. so'm

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

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

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

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

Tavakkalchilikni taqsimlash – ushbu usulga ko'ra zarar ko'rish ehtimoli bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik bilan qatnashuvchi

subyektlar o'rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir subyektning kutiladigan yo'qotishi nisbatan kichik bo'ladi.

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

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

9.4. Asimmetrik axborotlashgan bozor.

“Men sen bilmaydigan bir narsani bilaman”. Bu bolalar orasida juda mashhur hazil, shu bilan birga uning tagida odamlar ba'zida o'zaro qanday muomalada bo'lishlarini ko'rsatuvchi haqiqat bor. Hayotda ko'pincha bir odam atrofda nima bo'layotganini boshqasidan ko'ra ko'proq biladi. Hozirgi hodisaga taalluqli bo'lgan turlicha bilimlar farqi *axborot asimmetriasi* deyiladi.

Misollar. Ishchi o'z ish beruvchisiga qaraganda o'z ishiga qancha kuch ketishini ko'proq biladi. Ishlatilgan mashina egasi xaridorga qaraganda mashinaning holati haqida ko'proq ma'lumotga ega. Birinchisi *yashirin faoliyatga* misol bo'lsa, ikkinchisi *yashirin tavsifga* misol bo'la oladi. Ikkala holatda ham ma'lumotga ega bo'lmagan taraf (ish beruvchi, xaridor) haqiqiy ma'lumotni bilmoqchi, lekin unga ega bo'lgan taraf (ishchi va sotuvchi) ataylab haqiqatni bir qismini berkitishi mumkin.

Assimetrik axborot juda keng tarqalgani sababli iqtisodchilar yaqin o'n yilliklarda uning ta'sirini o'rganish uchun juda ko'p kuch sarflashdi. Asimetrik axborot - bu shunday holatki, bozordagi bozor subyektlari o'rtasida bo'ladigan savdo-sotiqda ularning bir qismi kerakli, muhim axborotga ega, qolgan qismi esa ega emas.

Bozordagi tovarlarni taqsimlanishi optimal bo'lishi tovarlar narxi va tovar to'g'risida qanchalik to'g'ri axborot berishi bilan bog'liq. Raqobatlashgan bozorni qaraganimizda biz axborotni simmetrik ravishda taqsimlangan, ya'ni sotuvchilar va sotib oluvchilar axborot bilan to'liq ta'minlangan, deb faraz qilgan edik. Bunday holatda narxlar sotiladigan ne'matlarning alternativ xarajatlari to'g'risida to'liq axborot beradi. Aniq va to'liq axborotning bo'lishi bozordagi ne'matlarning optimal taqsimlanishiga yordam beradi. Lekin, bozorda ahvol butunlay boshqacha. Sotuvchilar o'z tovarlari sifatini yaxshi bilsada, ushbu axborotni xaridordan yashiradi. Xuddi shunday xaridorlar ham o'zlarining bozordagi xatti-harakatlarini yashirib, har xil yo'l bilan savdo-sotiqda bir tomonlama yutuqqa erishishga harakat qiladi. Bozor narxi o'zida juda ko'p axborotni mujassamlashtiradi. Ushbu axborotni bozor qatnashchilari qancha to'liq bilsa, savdo-sotiq ikki tomon uchun shuncha samarali bo'ladi, ya'ni ikki tomon ham maksimal foyda ko'radi. Yuqoridagidan kelib chiqib aytish mumkinki, bozorda axborotlar asimetrik (to'liq) bo'lmaganligi uchun bozor mexanizmi ham yetarli darajada mukammal emas.

Haqiqatdan 2001-yil iqtisod sohasida Nobel mukofoti sovrindorlari bo'lgan uchta iqtisodchi (Jorj Akerlof, Maykl Spens va Jo'zef Stiglitz) larga aynan shu yo'nalishdagi ilk qadamlari uchun ushbu mukofot berilgan. Keling bu izlanishlar ochib bergan ba'zi tushunchalarni ko'rib chiqamiz.

*Yashirin faoliyat: prinsipal-agent,
agent va ma'naviy tavakkalchilik*

Ma'naviy tavakkalchilik bu muammo bo'lib, u **agent** deb atalgan bir shaxs **prinsipal-agent** deb atalgan boshqa bir shaxsning topshirig'ini bajarishida vujudga keladi. Agar prinsipal-agent agentning xatti-harakatini to'liq nazorat qila olmasa, u holda agent prinsipal-agent o'ylaganidan ko'ra kamroq samara bilan ishlaydi. *Ma'naviy tavakkalchilik* bu tavakkal yoki "xavf" bo'lib, unda agent noto'g'ri yoki axloqsiz xatti-harakat qiladi. Bunday holatlarda prinsipal-agent koproq mas'uliyat bilan ishga yondashishi uchun har xil rag'batlantirishlardan foydalanadi.

Ish bilan bandlik munosabatlari klassik misoldir. Prinsipal-agent bu ish beruvchi, agent bu ishchi. Axloqiy xavf muammosi bu yaxshi nazorat ostida bo'lmagan ishchining o'z javobgarligidagi ishdan qochishi. Ish beruvchilar bunga turlicha javob qaytarishlari mumkin:

- Yaxshiroq nazorat qilish. Ota-onalar yonlangan enagalarni ular yo'qligida bolalariga munosabatini ko'rish uchun uyga yashirin kameralar o'rnatishadi. Maqsad mas'uliyatsiz munosabatni tutish.

- Yuqori darajadagi oylik. Ish haqi samaradorligi nazariyasiga ko'ra, ba'zi ish beruvchilar o'z ishchilariga oylikni mehnat bozoridagi narxdan yuqoriroq to'lashni afzal deb bilishadi. Oddiy darajadan yuqoriroq oylik oladigan ishchi o'z ishidan noto'g'ri yo'lda foydalanishi kamroq ehtimolda, chunki agar u qo'lga tushsa va haydalsa u qayta bunday oylik to'lanadigan joy topa olmasligi mumkin.

Ish beruvchi axloqiy xavf kamaytirish uchun ushbu yo'llardan istaganini tanlashi mumkin.

Mahsulot sifati noaniqligi. Avtomobil va sug'urta bozoridagi asimmetrik axborot. Faraz qilaylik, bozorda foydalanilgan

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Bozordagi asimmetrik axborotlarni yo'qotish yo'llari

Bozor signallari. Bozorda sotiladigan tovar to'g'risida, tovarni ishlab chiqaruvchi firmaning nomi to'g'risidagi axborotlar, tovar markasi, firma belgisi, firmaning obro'i, tovar sifati va kafolati to'g'risidagi axborotlar bozor signallari bo'lib hizmat qiladi va bu signallar tovar sotib olishdagi tavakkalchilikni kamaytiradi. Masalan, siz

sotib olmoqchi bo'lgan tovar siz bilgan, sifatli mahsulot ishlab chiqaradigan firmaning mahsuloti bo'lsa, siz mahsulotni yo'qotishsiz sotib olasiz.

Firmalar xaridorlar ularda yaxshi sifatdagi mahsulot borligini bilishi uchun reklamaga mablag' sarflashlari mumkin. Oldingi bo'limda ko'rganimizdek, talabalar ishga oluvchilar ularning bilimlari yetarli darajada ekanligini bilishlari uchun oliy o'quv dargohlarini diplomini olishlari mumkin. Bilimning signal nazariyasi odam kapitali nazariyasidan farq qiladi. Odam kapitali nazariyasida diplom mavjudligi odamning qobiliyatlari mavjudligidan emas, balki ish mahsulligini ko'rsatadi. Signal qilishning bu ikki misoli umuman turlicha ko'rinishi mumkin biroq tashqi ko'rinish ostida ular deyarli bir xil: ikkala misolda ham xabardor taraf (firma, talaba), xabardor bo'lmagan tarafga (xaridor, ishga oluvchi) signal orqali ular yaxshi sifatli narsani taklif qilayotganlari haqida xabar berishmoqda.

Biror-bir harakat yaxshi signalga aylanishi uchun nima kerak bo'ladi? U qimmatga tushishi ravshan. Agar signal tekin bo'lganida hamma undan foydalanar va u hech qanday ma'lumotni uzatmas edi. Xuddi shu sababga boshqa bir talab bor: yuqoriroq sifatli mahsuloti bo'lgan odamga signal kam xarajatli yoki yuqori foydali bo'lishi kerak. O'zga holda barcha signalni ishlatishni xohlab qoladi va u hech narsani bildirmay qo'yadi.

Yuqoridagi ikki misolimizni yana bir bor ko'rib chiqamiz. Reklama holatida, sifatli mahsuloti bo'lgan firma reklamaga pul ketkazib yanada ko'proq daromad ko'radi, chunki mahsulotni bir bor ishlatib ko'rgan iste'molchi uni yana sotib olish ehtimoli yuqoriroq. Shuning uchun yaxshi mahsulotga ega firmaga signal (reklama) uchun mablag' sarflash foyda, iste'molchiga esa signalni mahsulotni sifati haqida xabar beruvchi ma'lumot sifatida qarash foyda desak bo'ladi. Ta'lim misoliga

kelsak, iqtidori bor odam maktabni bitirishi osonroq iqtidorsiz odamga qaraganda. Shunday ekan shaxsga signalni (ta'lim) narxini to'lash, ishga oluvchiga esa bu signalga shaxsning qobiliyatlari haqida ma'lumot sifatida qabul qilish to'g'ri bo'ladi.

Dunyo signallarga to'lib ketgan. Jurnallardagi reklamalarda ba'zida "televizorda ko'rganingizdek" yozuvi bo'ladi. Nega jurnalda reklamasi bor firma bu faktga urg'u bermoqchi bo'ladi? Bunga sabab korxonada qimmat signaldan (televizorda) foydalanayotgani sizga uning mahsuloti yuqori sifatli ekanligidan darak bermoqchiligidadir. Xuddi shu sababga ko'ra nufuzli maktablarni bitirganlar bu faktni o'z rezumyalarida aks ettirishadi.

Keys stadi. Sovg'alar signallar o'rniga

Bir bola o'z yoqtirgan qiziga qanday sovg'a olishni o'ylayapti. "Bilaman" deydi u o'ziga, "men unga naqd pul beraman. Uning didini o'zichalik yaxshi bilmayman. Pulga esa o'zi xohlagan narsani sotib oladi". Lekin u pulni berganida qiz xafa bo'ladi. U meni sevmas ekan deb o'ylab, munosabatlarni tugatadi.

O'ylab qarajak sovg'a berish bu g'alati odat. Misolimizdagi yigit aytganidek odamlar o'z didlarini boshqalarnikiga qaraganda yaxshiroq biladilar, shuning uchun biz hammani pulni sovg'aning bir shakli deb qabul qilishini kutishimiz mumkin. Agar sizning ish beruvchingiz oylingizni tovarlar shaklida berganida siz bunga qarshi chiqardingiz. Lekin sizning reaksiyangiz sizni (umid qilganingizdek) sevuvchi odam shunday qilsa umuman boshqacha bo'ladi.

Sovg'a berishning bir talqini u o'zida asimmetrik ma'lumot va signalni saqlaganligidadir. Bizning misolimizdagi yigitning qiz bilmovchi bo'lgan shaxsiy ma'lumoti bor: Haqiqatdan ham u qizni sevadimi? Qiz uchun yaxshi sovg'a tanlashi bu uning signali. Sovg'a

tanlash pul bergandan ko'ra signal bo'lish uchun to'g'riroq xarakteristikalariga egaligi aniq. U qimmat (vaqt oladi), va uning narxi shaxsiy ma'lumotga asoslangan (qanchalik sevishi). Agar yigit haqiqatdan ham qizni sevsa, to'g'ri sovg'a tanlash oson bo'ladi, chunki u qiz haqida ko'p o'ylaydi. Agar uni sevmasa to'g'ri sovg'a tanlash qiyinroq bo'ladi. Shunday qilib to'g'ri sovg'a tanlash uning sevgisi haqidagi shaxsiy ma'lumotini izhor etishning bir yo'li. Pul berish esa u hatto sovg'a tanlashga harakat qilmaganini ko'rsatadi.

Signal nazariyasining sovg'a berish bilan bog'liqligini yana bir kuzatuvi mavjud: Odamlar ta'sir kuchi muhim bo'lgan odatlar haqida ko'proq qayg'urishadi. Shunday ekan yigit yoki qizga pul berish odatda noma'qul harakat. Lekin kollej o'quvchilari ota-onalaridan chek olganlarida ular kamdam-kam xafa bo'lishadi. Ota-ona muhabbati shubhada bo'lishi mumkin emas, shuning uchun qabul qiluvchi pulni e'tiborsizlik signali deb qabul qilmaydi.

Ma'lumotni aniqlash uchun tekshirish

Xabardor taraf o'z ma'lumotini oshkor etish uchun qilgan harakati signal berish deyiladi. Xabari yo'q bo'lgan taraf esa ma'lumotni bilish uchun qilgan harakati tekshirish deyiladi.

Ba'zida tekshirish bu oddiy holat. Ishlatilgan mashinani sotib olayotgan shaxs uni avtomexanik tomonidan tekshirib ko'rilishini so'rashi mumkin. Bu talabni rad etgan sotuvchi o'z shaxsiy ma'lumoti, ya'ni uning mashinasi limon ekanligini oshkor etib qo'yadi. Xaridor narxni tushirishni so'rashi yoki boshqa mashinani ko'rishni afzal deb bilishi mumkin.

Tekshirishning boshqa misollari nozikroq. Misol uchun, avtomobil sug'urtasi bilan shug'ullanuvchi tashkilotni ko'raylik. Tashkilot ehtiyotkor haydovchilar uchun past narxdagi badal va tavakkal

haydovchilar uchun yuqori badal narxlarini o'rnatishni xohlaydi. Lekin ularni qanday ajratish mumkin? Haydovchilar ular ehtiyotkor yoki tavakkal haydovchil ekanliklarini bilishadi, lekin tavakkallari buni tan olishmaydi. Haydovchining tarixi bu bir qancha ma'lumot (sug'urta kompanialari undan foydalanishadi), lekin avariyaarning tasodifiy sodir bo'llshini hisobga olgan holda haydovchining tarixi kelajakdagi xatarlardan xabar beruvchi yaxshi indikator emas.

Sug'urta kompaniyasi ikki xil toifadagi haydovchilarni ikki xil sug'urta shartlarini o'rnatib, haydovchilarni o'zini-ozini ajratishiga undashi mumkin. Birinchi sug'urta shartlari yuqori badalli bo'ladi lekin u avariyaadan ko'rilgan zararni to'liq qoplab beradi. Boshqa sug'urta shartlari esa past narxdagi badalga ega bo'ladi, lekin misol uchun \$1000 franshizaga ega bo'ladi (bu degani haydovchi zararning birinchi \$1000 ni to'lashi kerak bo'ladi, tashkilot esa qolgan zararni to'lab beradi). E'tibor bering, franshiza tavakkalchi haydovchilar uchun ortiqcha tashvish bo'ladi, chunki ularni avariya uchrash ehtimoli kattaroq.

Shunday ekan yetarlicha yuqori franshiza bor biroq past narxdagi badali bo'lgan sug'urta ehtiyotkor haydovchilarni, franshiza bo'lmagan lekin yuqori narxdagi badali bo'lgan sug'urta tavakkal haydovchilarni qiziqtiradi. Bu ikki sug'urta shartlarini ko'rib chiqib ikki toifadagi haydovchilar o'zlarining shaxsiy ma'lumotlarini qaror qabul qilib oshkor etadilar.

Axborot assimetriyasi va ijtimoiy siyosat

Biz ikki turdagi axborot assimetriasini ko'rib chiqdik: axloqiy xavf va zararli tanlov. Biz odamlarni tekkirish va signal berish muammolarida qay tarzda o'zini tutushini ko'rib chiqdik. Endi, assimetrik ma'lumotni o'rganish bizga ijtimoiy siyosatni olib borishda qanday yordam berishini ko'rib chiqaylik.

Bozorning yutuq sari borishi va muvaffaqiyatsizlikka erishishi orasidagi keskinliklar mikroiqtsodiyotning asosiy mavzusidir. 7-bo'limda aytib o'tilganidek, talab va taklifning tenglik nuqtasi samaradorligi uning jamiyat olishi mumkin bo'lgan bozordagi jami ortiqlikni (taklifning talabdan ortishi) ko'paytirib beradi. Adam Smitning ko'rinmas qo'li to'liq o'z ishini qilayotganday ko'rinadi. Bu xulosa, tashqi ta'sir (10 bo'lim) ijtimoiy xomashyolar (11 bo'lim), nomukammal bozor raqobatdoshligi (15-17 bo'limlar) va qashshoqlik (20 bo'lim) kabi vaziyatlarning ta'sirini o'rganib chiqilganidan so'ng yo'qqa chiqarildi. Bu kabi hodisalar, hukumatni ba'zida bozorning ahvolini yaxshilay olishini ko'rsatadi.

Assimetrik ma'lumotni o'rganib chiqish, bizga bozordagi hodisalardan ogoh bo'lishga yangi sabab beradi. Ba'zi odamlarning boshqalarga nisbatan bozor haqida ko'proq bilishi, tovar aylanishini yomonlashtirishi mumkin. Masalan, sifati yaxshi bo'lgan haydalgan mashina sotuvchilari, xaridorlarning yomon mol olib qo'yish qo'rquvidan mashinasini sotishi qiyin bo'ladi. Yoki, Sug'urta kompaniyalarimig qattiq kasal bo'lmaganlar va jiddiy kasalligi bor odamlar bilan birga ishlashi sababli, jiddiy kasal bo'lmagan odamlarga past narxdagi sog'liq sug'urtasini olish muammo bo'ladi.

Ya'na, ba'zi vaziyatlarda assimetrik ma'lumot hukumatni aralashishiga ham olib keladi va 3 ta faktlar bu muammoni yanada chigallashtiradi. Birinchisi, yuqorida aytib o'tilganiday shaxsiy sektorning assimetrik ma'lumotni o'zining shaxsiy tekhirish va signal berish yo'llari bilan hal etishi mumkin. Ikkinchisi, hukumat kamdankam holatlarda shaxsiy guruhlardan ko'proq ma'lumotga ega bo'ladi. Shuning uchun ham assimetrik muammo paydo bo'lganida siyosatchilar natijaning noaniqligi sababli bozorni ahvolini yaxshilashda qiynalishadi. Uchinchidan esa, hukumatning o'zi nomukammal institutdir, bu haqida esa kelgusi mavzularda aytib o'tiladi.

9.5.Siyosiy iqtisodiyot

Aytib o'tilganiday, bozorni hukumat ta'sirisiz qoldirish har doim ham qoniqarli resurs taqsimotiga olib kelmaydi. Biz bozor natijalarini nohaq yoki samarasiz deb baho berganimizdagina, hukumatning aralashishi va vaziyatni yaxshilashi o'rinli bo'lishi mumkin. Faol hukumat tarafdori bo'lishdan oldin, biz uning nomukammal tashkilot ekanligini yodda tutishimiz lozim. Siyosiy iqtisodiyot esa shu hukumatni qanday ishlashini iqtisodiy metodlar orqali o'rganadi.

Kondorsetning ovoz berish paradoksi

Ko'pgina yetakchi jamiyatlar demokratik asoslarga tayanib siyosatni olib borishadi. Masalan, shahar ikki joydan qaysi biriga park qurishni tanlaydigan bo'lsa, eng ko'p ovoz olgan joyda shu park quriladi. Shunga qaramay, ko'pgina siyosiy muammolarning yechimi 2 tadan ko'p bo'ladi, va park qurish muammosiga to'g'irlaydigan bo'lsak, qurish mumkin bo'lgan joylar juda ko'p bo'ladi. Bu holatda, 18-asrning mashhur siyosat nazariyachisi Markis de Kondorset aytib o'tganiday, demokratiya ba'zida eng ma'qul natijaga erishaman deb muammolarga yuz tutishi mumkin.

Masalan, sodir bo'lishi mumkin bo'lgan 3 xil natija bor: A,B va C, yana jadvalda ko'rsatilganiday o'z afzalliklariga ega bo'lgan 3 xil ovoz beruvchilar bor. Bizning shahar hokimi shu uch kishining afzalliklarini butun jamiyat afzalligi sifatida ko'rib chiqmoqchi. U nima qilishi kerak?

Birinchi bo'lib u juft natijalarni ovozga qo'yishi mumkin. Agar u B va C ni ovozga qo'ysa va 1 va 2, B ni tanlashsa, B natija ustunlikga ega. Agar u A va C ni ovozga qo'ysa va 1 va 3, A ga ovoz bersa, A ustunlikga ega. Natijalarga nazar tashlansa, A Bdan ustun, B esa C dan

ustun, demak A aniq ovoz beruvchilarning ustunlikka ega bo'lgan xohishi.

Lekin, tasavvur qilingki, keyinchalik hokim ovoz beruchilardan A yoki C ni tanlashni so'rasa, va bu holda 2 va 3 C ga ovoz berishdi, C bu holatda ustunlikka ega. Shunday qilib juftlikda soralgan savolda, A B dan ustun, B esa C dan ustun, C esa Adan ustun. Odatda biz afzalliklarni ketma-ketlik (transitivity) turishini kutamiz, masalan: A B dan ustun, B esa C dan ustun, va ikkisi A ni C dan ustunligini ko'rsatadi. Kondorset paradoksi esa aynan shu xususiyatlarni demokratik yo'l bilan qabul qilingan najjalarda har doim ham kuzatilmaydi deb takidlaydi. Juftlik bilan berilgan ovozlarda ba'zi hollarda jamiyat uchun ketma-ketlikda tuzulgan afzalliklarni kelib chiqaradi, ammo bizning holatimizda bu noto'g'ri yo'ldir.

Kondorset paradoksining ma'nolaridan biri, ketma-ketlikni tuzilishi, berilgan ovozlarda natijasiga ta'sir ko'rsatishidir. Agar hokim birinchi bo'lib ovozga A va B ni qo'ysa, va keyin yutganini C bilan ovozga qo'ysa C g'olib chiqadi. Ammo birinchi bo'lib B va C ni ovozga qo'yilsa, va keyinchalik yutganini A bilan birga ovoz berishga qo'ysa, A yutadi. Va shunga o'xshash hollar, birinchi A va C, keyin esa B bo'lsa, shahar B ni tanlaydi.

1 JADVAL

kondorset paradoksi Agar ovoz beruvchilarda A, B va C chiquvchilar ustidan shunday afzalliklarga ega bo'lsa, unda A B dan ustun keladi, B, C dan ustun keladi va C, A dan ustun keladi.

	Kondorset paradoksi		
	1 tur	2 tur	3 tur
Saylovlar foizi	35	45	20
Birinchi tanlov	A	B	C
Ikkinchi tanlov	B	C	A
Uchinchi tanlov	C	A	B

Arrovning imkonsizlik teoremasi

Kondorset paradoksi ikki xulosaga ega. Birinchisi, muammo ikkidan ortiq natijaga ega bo'lsa, ketma-ketlikni qay tarzda tuzilishi demokratik ovoz berishning yakuniy natijasiga katta ta'siri bor. Ikkinchisi esa, o'zi ovoz beruvchilarning asosiy qismi (ko'pchilik) bizga jamiyatni rostan nimani istashini aytib bermaydi.

Siyosatchilar Kondorset paradoksini bilishganidan so'ng, mavjud ovoz berish sistemasi va ularning yangilarini o'ylab topish ustida ko'pgina tadqiqot ishlarini olib borishdi. Masalan, hokim juft natijalarni tanlash usulini o'rniga natijaga baho usulini qo'llasa bo'ladi. Bu usulda, har bir ovoz beruvchi eng yoqmagani natijasiga 1 ball beradi, eng yoqmagani bitta oldin turadiganga 2 ball, undan yana bitta oldin turadiganga 3 ball va davom etaveradi. Ovoz berishni yakunida jami eng ko'p ball yig'gan natija yutib chiqadi. Jadvalda ko'rsatilganidek B ballar hisobi bilan eng ma'qul natija deb topiladi. Bunday ovoz berish usuli 18 asrda yashagan fransuz matematigi va siyosiy teoretigi Bordaga tegishli bo'lib "Borda sanog'i" deb ataladi. Bu usul odatda sport komandalariga ovoz berishda qo'llanadi.

1951-yil ingliz iqtisodiyotchisi Kenet Arrov, "mukammal ovoz berish usuli mavjudmi?" degan savolni o'zining "Ijtimoiy tanlov va individuallarning qadriyatlari" kitobida yozib o'tgan. Kitobning boshi, Arrovning mukammal ovoz berish usuli qanday bo'lishi kerakligi haqidagi fikri bilan boshlangan. U individuallarning jamiyatda ustunlikga ega bo'lgan afzalliklar bor deb faraz qiladi. Va u jamiyatni ovoz berish usuli bilan bir necha shartlarni qondirishi kerakligini faraz qiladi:

- Yakdillik: barcha A ni B dan ustun ko'rsa, A B ni yutishi.
- Ketma-Ketlik: A B dan ustun, B C dan ustun, va A C dan ustun bo'lishi.

- Bo'g'liq bo'lmagan alternativani erkinligi: baho berishda, A va B ning tanlovi, uchinchi (C) natija borligiga bog'liq bo'lmashligi zarur.

- Diktatorlarning bo'lmashligi: boshqalar xohish istagiga ta'sir ko'rsata oladigan odam bo'lmashligi zarur.

Yuqoridagilarning barchasi istalgan shartlardek tuyiladi. Lekin Arrov, matematik va rad qilib bo'lmaydigan yo'llar bilan bunday shartlarni barchasini qondiradigan ovoz berishi usuli mavjud emasligini isbotlab beradi. Bu xulosa Arrovning imkonsizlik teoremasi deb ataladi.

Matematiklar Arrovning teoremasini isbotlashlari bu kitob mavzusidan chetraq, lekin biz teorema nima uchun to'g'riligini bir nechta misollar orqali ko'rishimiz mumkin. Biz ko'pchilik qoidasi muammosini ko'rdik va Kondorsetning paradoksi bu qoidani noto'g'ri ekanligini natijalar orasida ketma-ketlik yo'qligi bilan ko'rsatdi.

Yana bir boshqa misol, Borda muvafaqqiyatsizliklarni, erkin bog'liq bo'lmagan alternativani qondirish uchun deb biladi. Bordaning usuli qo'llanganida, B ni 9.5-jadvalda yutib chiqishini ko'ramiz. Lekin, faraz qiling, C alternative sifatida birdan yo'q bo'lib qoladi. Shunda Borda usulida sanalsa yana bir alternativasi mavjud bo'lmagan A va B ni solishtiradi va bu holda A yutib chiqadi. Shuning uchun ham C ni olib tashlanishi baholashga ta'sir ko'rsatadi. Buning sababi, baholash usulida qanchalik ko'p alternativalar bo'lsa, ular yig'gan ballar ham shuncha katta bo'ladi.

Arrovning imkonsizlik teoremasi juda chuqur va chigal natijadir. Unda demokratiyani, hukumat tuzulishi sifatida yomonligi yozilmagan. Ammo teoremda individuallarning xohish-istaklarini inobatga olgan holda qilinadigan barcha ovoz berish sistemalari, noto'g'ri jamiyat mexanizmi deb ta'kidlanadi.

O'rtacha ovoz beruvchi qirol

Arrovning teoremasiga qaramasdan, ovoz berish ko'pchilik jamiyatlarda o'z yurtboshini tanlashda, muhim qonunlarni qabul qilishda ishlatiladi. Hukumatni o'rganib chiqishdagi keyingi qadam, bu hukumatni ko'pchilik boshqaruvini ishlashini ko'rib chiqishdir. Demokratik jamiyatda, qonunlarni kim qabul qiladi? Ba'zi hollarda demokratik boshqaruv bu savolga juda oddiy javob beradi.

Faraz qiling, jamiyat armiyaga yoki parklarga o'xshash, ijtimoiy ishga pul ajratishga qaror qildi. Har bir ovoz beruvchi o'ziga yarasha mablag'i mavjud va u natijalar orasidan o'ziga eng ma'qul bo'lgan natijani tanlaydi va shu tariqa, biz ovoz beruvchilarni katta mablag' ajratuvchilar va kam mablag' ajratuvchilarga bo'lsak bo'ladi. Pastdagi kalonnalarga nazar tashlang. Unda 100 ovoz beruvchilar, 0 dan 20 milliard orasida mablag' ajrata olishi tasvirlangan. Berilgan afzalliklar bo'yicha demokratiya qanday natijani ko'rsatadi?

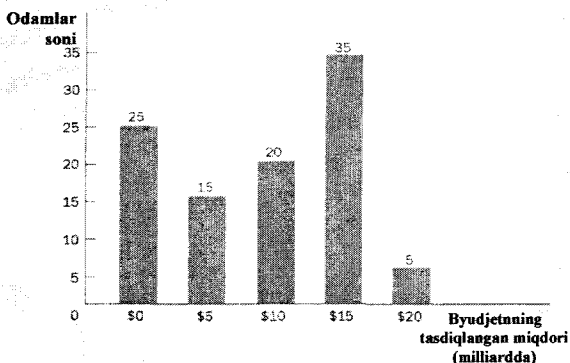
Mashhur tadqiqot natijasi O'rta ovoz beruvchi teoremasiga asosan, chiqariladigan qonunlarni asosiy qismi aynan shu mablag' ajratuvchilarning o'rta mablag' ajratadigan ovoz beruvchilarga tegishli bo'ladi. O'rta ovoz beruvchi taqsimotning qoq o'rtasida joylashgan bo'lishadi. Olgan misolimizda, taqsimotni oxiridan yoki boshidan 50 ta ovoz beruvchini sanab ko'ring, va siz ularni 10 milliard dollar ajratishayotganini ko'rasiz. Aksincha, taqsimotni hisoblab chiqsak o'rta arifmetik qiymati 9 milliard dollarga tengligini va taqsimotda eng ko'p uchraydigan ovoz beruvchilar turi 15 milliard dollarlik ovoz beruvchilardir.

O'rta ovoz beruvchi ustunlikka ega, chunki ular ustunlikka egalik qilishni ikki tomonli poygasini yutishadi. Misolimizda, ikki xil odamlar mavjud: 1) 10 mlrd dan ortiq mablag'lilar va 10mlrd dan kamini

xohlovchilar. Agar kimdir 10 mlrd o‘rniga 8mlrdni tanlasa, qolgan 10mlrd dan ortiq bermoqchi bo‘lganlar 10mlrd ga tushishadi va o‘rta ovoz beruvchi bo‘ladi. 2) Aksincha kimdir 12 mlrdni taklif qilsa, qolgan 10 mlrddan kam bermoqchi bo‘lganlar 10 mlrdga ko‘tarilishadi. Bularning ikkisi ham ko‘rib chiqqanimizday o‘rta ovoz beruvchilar ko‘pchilikni tashkil qilishadi.

1 Rasm

O‘rtacha ovoz beruvchi teoremasi: misol uchun Bu rasm qay darajada 100 saylovchining afzal byudjetlarini 5 varianti orasida taqsimlanishini ko‘rsatadi, 0 dan 20 mlrd. \$ oralig‘ida o‘zgartiradi. Agar jamiyat ko‘pchilik saylovchi o‘rtasida tanlov qilsa (kimki bu yerda 10 mlrd. \$ni afzal ko‘rgan) ishlab chiqarish ko‘rsatkichlarini belgilab beradi.



Kondorset ovoz berish paradoksi haqida o‘ylayotgan bo‘lsangiz, yuqoridagi holatda har bir odam bir paytda qatorda o‘zining ajrata oladigan mablag‘iga ega va bu paradoksni keltirib chiqarmaydi. O‘rta ovoz beruvchining eng yoqtirgan natijasi qolganlarnikidan ustun.

Bu teoremani bir tomoni mavjuddir. Masalan, hukumatda ikkita siyosiy partiya o‘rta ovoz beruvchilarni ular tomondagi sonini ko‘paytirishga intilganida sodir bo‘ladi. Demokratik partiya va Respublikachilar partiyasi misolida oladigan bo‘lsak, Demokratlar 15 mlrd liklar tarafdori bo‘lib chiqdi, Respublikachilar 10 mlrd liklarni tarafdori bo‘lib chiqdi. Yuqorida ko‘rganimizday o‘rta ovoz beruvchilar (10mlrd) ko‘pchilikni tashkil qilishdi va Demokratlar o‘zining 15 mlrd ni 10 mlrdga tushiradi. Hayotda ham xuddi shunday, siyosiy partiyalar o‘rtahol aholini tarafini olishga harakat qilishadi.

Yana bir holat mavjuddir. Unda, ovoz beruvchilarni ikki xili mavjud. Masalan, pulni park qurishga sarflashni xohlovchilar 40% va pulni umuman sarflanishini xohlamaganlar 60%. Bu holatda, o'рта ovoz beruvchilar mavjud emas. Demokratiyada ham shunday, kompromisga kelish o'rniga, ko'pchilik qoidasi qoilaniladi va o'рта ovoz beruvchilar har doimgday o'zi istaganiga erishishadi.

Siyosatchilar ham odamlar

Iqtisodisodchilar iste'molchilar xulqini o'rganganida, ular xaridor o'ziga eng katta naflilik darajasini beradigan tovar yoki hizmat turini tanlaydi deb faraz qilishadi. Agar iqtisodisodchilar firmalar xulqini o'rganadigan bo'lsa, u firmalarni eng katta daromad olib keladigan hizmat va tovarlarni ishlab chiqaradi deb faraz qiladi. Nima deb o'ylaysiz, iqtisodisodchilar, siyosat bilan ishlaydigan odamlarni qanday qilib o'rganishadi?

Siyosatchilar ham o'z maqsadlariga ega. Siyosatchilar xalqning faravonligi va tinchligini o'ylab yashashadi va tenglikga harakat qilishadi deb faraz qilsak yaxshi bo'lardi. Yaxshi bo'lardiyu, ammo haqiqatga yaqin emas. Xaridorlar va firmalar kabi siyosatchilar uchun o'zining manfaati yuqori turadi. Ba'zi siyosatchilar, yana bir bor saylanish umidida xalqqa jon kuydirib qattiq harakat qiladi. Ba'zi bir siyosatchilarning jon kuydirishiga sabab, nafsdir. Agarda bunga qarshi bo'lsangiz, dunyoning qashshoq davlatlariga nazar tashlang va u yerda korrupsiyani oddiy holga aylanib qolganini ko'rasiz.

Bu kitob siyosiy nazariyalarni o'rganib chiqmaydi, ammo shuni aytib o'tish kerakki, barcha qabul qilinadigan qonunlar odamlar tomonidan qabul qilinadi va ularning barchasi ham jamiyatni o'ylab qabul qilishmagan bo'lishi mumkin.

9.6. Xulq-atvor iqtisodiyoti

Iqtisodiyot odamni xatti-harakatini o'rganadi, lekin bu o'sha tasdiqni qiluvchi yagona soha emas. Ijtimoiy fan psixologiyasi odamlar hayotlarida qiladigan tanlovlarga ta'sir ko'rsatadi. Iqtisodiyot va psixologiya sohalari odatda mustaqill ravishda davom etadi, chunki ular turli savollar doirasiga o'z e'tiborlarini qaratishgan. Lekin oxirgi paytda iqtisodchilar asosiy psixologik qarashlarni tushuntirishayotgan xulq-atvor iqtisodiyoti deb ataluvchi soha paydo bo'ldi. Keling ulardan ba'zilarini ko'rib chiqamiz.

Odamlar har doim ham ratsional emaslar

Iqtisodiy nazariya odamlarni ma'lum xususiyatiga qarab joylashtiradi, ba'zida u *Homo economicus* deb ataladi. Bu tur a'zolari har doim ratsionaldir. Firma menejeri sifatida ular foydani maksimallashtiradi, iste'molchi sifatida ular nafililikni maksimallashtiradi. Ular duch keladigan to'siqlarni inobatga olib, ular ratsional ravishda barcha daromadlarni va xarajatlarni taqqoslaydi va har doim eng munosib yo'lni tanlaydilar.

Haqiqiy insonlar *Homo sapiens*lardir. Garchi ular ko'p jihatdan ratsional insonga o'xshasa ham, iqtisodiy nazariyadagi tejamkor insonlar ancha murakkab hisoblanadi. Ular ta'sirchan, sarosimaga tushuvchi, emotsional va kaltabin bo'lishadi. Odam fikr yuritishidagi bu kamchiliklar psixologlar uchun asos bo'lib bisoblangan lekin yaqingacha ularga e'tibor berishmagan.

Iqtisodiyot va psixologiya chegaralarini birinchilardan bo'lib o'rgangan Gerbert Simon odamlarga ratsional maksimalistlar sifatida emas, balki qoniquvchilar sifatida qarashni taklif qilgan. Har doim eng yaxshi yo'nalishni tanlagandan ko'ra, ular shunchaki yaxshi bo'lgan qarorni qabul qilishadi. Shuningdek, boshqa iqtisodchilar odamlar faqat

“ratsionalga yaqin” yoki ular cheklangan ratsionallikka ega deb taxmin qilishadi.

Odamlar qarorlar qabul qilish izlanishlari odamlar qiladigan doimiy xatolarni ochishga harakat qildi. Quyida ba’zi topilmalar:

- O‘ziga ishonuvchi insonlar. Tasavvur qiling, sizga bir nechta sonli savollar berishdi. Masalan: BMT tarkibidagi Afrika davlatlari soni, Shimoliy Amerikadagi eng baland tog‘ning balandligi va hokazo...

- Odamlar jonli kuzatuvdagi kichik sonlarga juda katta e’tibor berishadi. Tasavvur qiling, siz X markadagi.

- mashinani sotib olishni rejalashtiryapsiz. Siz uning ishonchligini bilish uchun X markadagi mashinaning 1000 ta egalari tomonidan ko‘rib chiqilgan xaridor hisobotini o‘qiysiz. Keyin siz X markadagi mashinasi bor do‘stingiz yoniga borasiz va u sizga uning mashinasi bo‘lmag‘ur ekanini aytadi. Do‘stingizni fikriga qanday munosabat bildirardingiz? Agar siz ratsional fikrlasangiz, siz u faqat sizning sinov ko‘rsatkichlaringizni 1000 ta dan 1001 ta ga ko‘paytirganiga tushinib yetasiz. Lekin do‘stingiz hikoyasi ishonarli bo‘lgani uchun siz qaror qabul qilishda bunga ko‘proq e’tibor berasiz.

- *Fikrlarini ozgartirishni xohlamaydigan insonlar.* Odamlar o‘zlari allaqachon ega bo‘lgan fikrlarini isbotlab berishga o‘rganib qolishgan. Bir kuzatuvda subyektlardan jinoyatchiga o‘llm jazosi berilishi kerakmi yo‘qmi degan kuzatuv hisobotlarini o‘qish va unga baho berish so‘raldi. O‘qib bo‘lishgach, boshidanoq o‘llm jazosini tanlagan insonlar o‘zlarining fikrlarida qat’iy qolishgan va boshidanoq o‘llm jazosiga qarshi bo‘lganlar ham o‘zlarining fikrlarida qolishgan....

Hayotingiz davomida qabul qilgan qarorlaringiz haqida o‘ylang. Bulardan ba’zilarini ko‘rsatib bera olasizmi?

Axloqiy namuna 401(k) rejasini ya’ni ba’zi firmalar o‘z ishchilariga taklif etadigan pensiya fondi solig‘ini o‘rganishda yuzaga keladi. Ba’zi firmalarda ishchilar rejada qatnashishni oddiy anketani to‘ldirish orqali

tanlashlari mumkin. Boshqa firmalarda ishchilar to'g'ridan-to'g'ri qabul qilinishadi va anketa to'ldirish orqali rejadan bosh tortishlari mumkin. Bu ko'pchilik ishchilar 1-holatdan ko'ra 2-holatda qatnashishni ko'rsatadi. Agar ishchilar mukammal ratsional-maksimalistlar bo'lishganida, ular ish beruvchilari taklif qilgan majburiyatni bajarmaslikka e'tibor bermasdan pensiya fondining eng muqobilini tanlagan bo'lardilar.

Adolat haqida qayg'uradigan insonlar

Insonlar fe'l-atvorini tushunishda *ultimatum* o'yin deb ataluvchi tajribani misol qilib ko'rsatamiz. O'yin bunday bo'lsin: 2 nafar ko'ngillilarga (bir-biriga mutlaqo begona bo'lgan) bir o'yin o'ynashni va umumiy holda 100\$ yutib olishlari mumkinligi aytiladi. O'yin ko'ngillilarni A o'yinchiga va B o'yinchi rollariga belgilash uchun tanga tashlash bilan boshlanadi. A o'yinchining vazifasi 100\$ ni o'zi va boshqa ishtirokchi o'rtasida taqsimlashni taklif etishdir. A o'yinchi o'zining taklifini bildirgandan so'ng, B o'yinchi bunga rozi bo'ladimi yo'qmi qaror qiladi. Agar B o'yinchi taklifni rad etsa, ikkala o'yinchi ham hech narsasiz qolishadi. Ikkala holatda ham o'yin tugaydi.

Davom etishdan avval shoshmang va siz bu vaziyatda nima qilishingizni o'ylab ko'ring. Agar A o'yinchi bo'lganingizda 100\$ni qanday bo'lishni taklif etardingiz? Agar B o'yinchi bo'lganingizda qanday taqsimotga rozi bo'lardingiz?

Odatdagi iqtisodiy nazariyalar bu vaziyatdagi ratsional odamlarni yirik maksimalistlar deb taxmin qilishadi. Bu taxmin oddiy bashoratga olib keladi: A o'yinchi o'zi 99\$ va B o'yinchi 1\$ olishini taklif etishi lozim va B o'yinchi taqsimotga rozi bo'lishi lozim. Bitta taqsimot bajarilgandan so'ng, B o'yinchi toki undan nimadir olishni bilsa, uni qabul qilishga imkoni mavjud bo'ladi. Bundan tashqari A o'yinchi taqsimotga rozi bo'lish B o'yinchining foydasiga ekamini biladi va A o'yinchida 1\$ dan ko'p taklif qilishga sabab yo'q. O'yin nazariyasining

tilida (17-bobda yoritilgan) 99-1 taqsimot bu Nash muvozanati hisoblanadi. Tajribali iqtisodchilar to'g'ri odamlardan ultimatum o'yinni o'ynashni so'rashganlaridan beri natijalar bu bashoratdan farqlanadi. B rolidagi insonlar odatda ularga faqatgina 1\$ berishgani yoki shunga o'xshash kam mablag' berishgani uchun taqsimotni rad etadi. Buni oldindan bilib A o'yinchi rolidagi insonlar B o'yinchiga 1\$ dan ko'proq berishni taklif etadi. Ba'zi insonlar 50-50 taqsimlashni taklif etadi, lekin A o'yinchilar ko'proq o'zlariga ko'proq qismni olib qolib, B o'yinchiga 30\$ yoki 40\$ mablag'lar taklif qilishadi. Bu vaziyatda B o'yinchi bu taqsimotga rozi bo'lishadi.

Bu yerda nima yuz berayapti? Buning tabiiy izohi shuki insonlarni adolatlilikning ba'zi tug'ma tuyg'ulari boshqaradi. 99-1 taqsimoti ko'pchilik odamlar uchun juda nohaqlikdek tuyiladi va buni rad etishadi, xatto o'zlarining zarariga ishlasa ham. 70-30 taqsimoti ham hanuz adolatsizlikdek, lekin bu unchalik adolatsizlik emas va bu ularning normal shaxsiy manfaatlarini to'xtatishga majburlaydi.

Xo'jalik va firmalar tabiatidagi bizning har tomonlama izlanishimizda adolatlilik tug'ma tuyg'usi hech qanday rol o'ynamaydi. Lekin ultimatum o'yini natijalari balkim shunday bo'lishi kerakligini taklif qiladi. Masalan, 18-19 boblarda biz qanday qilib ish haqi ishchi kuchi talabi va taklifi orqali belgilanishini ko'rib chiqdik. Ba'zi iqtisodchilar firmalar ishchilariga pul to'lash adolatliligini rasmda ham kiritilishini taqdim etishgan. Shu sababli firmalarda yil juda foydali bo'lganida, (B o'yinchi kabi) ishchilar mukofot pullarini kutishlari mumkin. Xattoki standart muvozanat buni ko'rsatmasa ham. (A o'yinchi kabi) firmalar adolatlilik uchun ishchilariga o'rnatilgan muvozanat maoshdan ko'proq berishlari haqida qaror qilishi mumkin. Ishchilar firmalarni ishlashni sekinlashtirish, ish tashlash yoki vandalizm bilan jazolashga harakat qiladi.

Zamonga mos bo'lmagan insonlar

Bir nechta zerikarli vazifalarni masalan, kirlaringizni yuvayotganingizni, mashina yo'lidagi qorni kurashni yoki daromad solig'i anketasini to'ldirishni ko'z oldingizga keltiring. Quyidagi savollarni ko'rib chiqamiz.

1. Siz bu vazifani hozir bajarish uchun 50 daqiqa sarflashni (A) tanlaysizmi yoki vazifani ertaga bajarish uchun 60 daqiqa sarflashni (B) tanlaysizmi?

2. Siz bu vazifani 90 kunda 50 daqiqa sarflab bajarishni (A) tanlaysizmi yoki 91 kunda 60 daqiqa sarflab bajarishni (B) tanlaysizmi?

Ko'pchilik insonlar bunday savollar berilganda, 1-savol uchun B javobni, 2-savol uchun A javobni tanlashadi. 2-savoldagidek agar kelajakka nazar tashlasak, insonlar zerikarli vazifani bajarishga ketadigan vaqtni minimallashtiradi. Lekin 1-savol kabi mashqni zudlik bilan qilishga to'g'ri kelsa, ular buni orqaga surishni tanlashadi. O'ylab ko'rsak, bu harakat ajablanarli emas. Har kim vaqtni orqaga suradi. Lekin ratsional inson nazariyasidan kelib chiqsak, quyidagi jumboqni yuzaga keltiradi va o'ylantirib qo'yadi: masalan, 1-savolga bir inson 90 kun ichida 50 minut sarflashni tanladi desak, keyin 90-kun kelsa va unga o'z fikrini o'zgartirishga imkon bersak. Natijada u 1-savol bilan to'qnashadi va u vazifani keyingi kunga qoldirishga qaror qiladi. Lekin nega vaqtning arzimagan o'zgarishi uning qarorlariga ta'sir qilyapti?

Hayotining ko'p qismida odamlar o'zlari uchun rejalar tuzishadi, lekin keyin unga mos ravishda muvaffaqiyatsizlikka uchrashadi. Sigareta chekuvchilar o'zlariga chekishni tashahni va'da berishadi, lekin o'zlarining oxirgi sigaretasini chakayotgan so'nggi damlarda u yana chakishni xohlaydi va va'dasini buzadi. Ortiqcha vazndan qutilmoqchi bo'lgan insonlar boshqa desert yemaslikka va'da berishadi lekin ofitsant desert aravachasini olib kelganida u va'dasi haqida unutadi. Ikkala

holatda ham bir zumlik rohat bo'lgan istak oldingi qarorlarni unitishga sabab bo'ladi.

Ba'zi iqtisodchilar iste'molni tejashni odamlarning davr bilan hamnafas emasliklarini namoyon etishdagi yaqqol misol ekanligiga ishonishadi. Jamg'arish bu sigaretani yoki desertni tashlashga o'xshaydi va uzoq kelajak mukofoti uchun hozirda qurbonlik qilish va ko'pchilik chiquvchilar kabi chekishni tashlashni xohlashadi va ko'pchilik ortiqcha vazn egalari kamroq ovqatlanishga harakat qilishadi, ko'pchilik xaridorlar foydasini ko'proq qismini tejashga harakat qilishadi. Bir tekshiruvga ko'ra, 76% amerikaliklar nafaqa uchun yetarlicha pul jamg'armaganini aytishgan.

Sigareta chekuvchi sigaretani ulotirib yuborish orqali chekishni tashlashi mumkin va diyetadagi inson muzlatkichga qulf osib qo'yishi mumkin. Judayam kam tejaydigan inson nima qilishi mumkin? U pullarini ishlatishdan avval ularni qulflashni yo'lini topishi lozim. Ba'zi 401(k) kabi pensiya schyotlarida aynan shunday qilinadi. Ishchi u hali ko'rmagan to'lov qog'ozidan pul olishlariga rozi bo'lishi mumkin. Hisob raqamiga qo'yilgan mablag'dan nafaqaga chiqishdan avval faqatgina jarima to'lab foydalanish mumkin. Balkim bu nafaqa hisob fondi mashhurligining bir sababidir. Ular odamlarni ularning ikkilamchi ehtiyojlaridan himoya qiladi.

Nazorat savollari

1. Axloqiy xavf nima? Ish beruvchi bu muammoning qattiqqo'llikni kamaytira oladigan 3 ta narsani izohlang.

2. Noqulay tanlov nima? Noqulay tanlov muammosi bo'lishi mumkin bo'lgan bozorga misol keltiring.

3. Xabar berish va tahrirlashni tushuntiring va har biriga misollar keltiring.

4. Condorcet paradoksini saylovining noodatiy xususiyati nima?

5. Nega ko'pchilik qoidalar o'rtacha saylovchilardan ko'ra saylovchilarni xohishlarini hurmat qiladi?

Ultimatum o'yinini tasvirlang. Bu o'yin odatiy iqtisodiy nazariyadagi qaysi holatni tasvirlaydi? Tajribalar bu vaziyatlarni tasdiqlaydimi? Izohlang.

X BOB ISHLAB CHIQRISH NAZARIYASI

10.1. Ishlab chiqarish texnologiyasi.

Soʻnggi uch bobda biz eʼtiborimizni bozor talabi — isteʼmolchilarning afzal koʻrishi va xatti-harakatiga qaratdik.

Endi taklifga murojaat qilamiz va ishlab chiqaruvchilarning xatti-harakatini koʻrib chiqamiz. Biz firmalar qanday qilib ishlab chiqarishni samarali tashkil qila olishlarini va ishlab chiqarish omillarining hamda ishlab chiqarilayotgan mahsulotning qiymati oʻzgarishi bilan ishlab chiqarish sarflarining oʻzgarishini koʻramiz. Shuningdek, firmalar va isteʼmolchilar qoʻllayotgan optimal yechimlar oʻrtasida oʻxshashlik borligini koʻramiz, isteʼmolchi xatti-harakatini oʻrganish bizga ishlab chiqaruvchi xatti-harakatini tushunishda yordam beradi.

Firmani iqtisodiy boshqarishda ishlab chiqarish va sarflar (sarflar) nazariyasi markaziy oʻrin egallaydi. Ayrim muammolar, masalan, «Jeneral motors» kompaniyasi muntazam duch keladigan muammolar bilan tanishib chiqamiz. Yigʻuv liniyalarining texnikaviy taʼminlanganlik darajasi qanday boʻlishi va uning yangi avtomobil zavodlariga qancha miqdorda mehnat resurslari jalb etilishi kerak? Agar kompaniya ishlab chiqarishni koʻpaytirmoqchi boʻlsa, ishchilarni koʻproq yollashi lozimmi yoki yangi zavodlar qurish ham zarurmi? Nima maqsadga muvofiq: bitga avtomobil zavodi turli modellar ishlab chiqarganmi yoki har bir model alohida zavodda ishlab chiqarilganmi? «Jeneral motors» oʻzining ishlab chiqarish sarflarini kelgusi yilda qanday rejalashtirmoqda va vaqti kelganda bu ishlab chiqarish sarflari qanday tarzda oʻzgaradi, ularga ishlab chiqarish hajmi qanday taʼsir koʻrsatadi? Bu savollar faqat sanoat firmalariga qoʻllanib qolmasdan,

balki tovarlar ishlab chiqaruvchi, hizmatlar ko'rsatuvchi, hukumatga qarashli va notijorat muassasalarga ham tegishlidir.

Ushbu bobda biz firmada ishlab chiqarish texnologiyasini o'rganib chiqamiz, bu jarayonda ishlab chiqarish omillari (mehnat va kapital kabilar)ning birgalikda amal qilishi tayyor mahsulot (avtomobillar va televizorlar) ishlab chiqarish bilan yakunlanadi. Biz buni bir nechta bosqichda amalga oshiramiz. Birinchidan, ishlab chiqarish texnologiyasini ishlab chiqarish funksiyasi shaklida tasavvur etamiz. Keyin, ishlab chiqarish funksiyasidan foydalanib firmada ishlab chiqarish omillari o'zgarganda mahsulot ishlab chiqarish qanday o'zgarayotganligini ko'rsatamiz.

Firma faoliyatining miqyosiga alohida e'tibor qaratamiz.

Firma ishlab chiqarish hajmini uning ko'lami oshgan sari ko'paytiruvchi texnologik afzalliklar mavjudmi?

Shuningdek, biz ko'p tarmoqli firmalardagi ishlab chiqarishni ham o'rganamiz. Masalan, ikki xil mahsulot ishlab chiqaruvchi firma rahbari har ikkala mahsulot ishlab chiqarish hajmini (maksimumlashtirish) uchun taqchil ishlab chiqarish omillarini qanday joylashtirishini ko'rishimiz mumkin.

Nihoyat, biz firmaning ishlab chiqarish jarayoni to'g'risidagi empirik axborotni, jumladan, ishlab chiqarish miqyosining o'sishi natijasida mahsulot tannarxining pasayishi to'g'risidagi axborotni qanday olinishi va undan qanday foydalanilishini ko'ramiz.

Ishlab chiqarish firma faoliyatining asosiy sohasidir. Firmalar ishlab chiqarish omillarini qo'llaydilar, bular, shuningdek, jalb etiladigan (kiritiladigan) ishlab chiqarish omillari deb ataladi. Masalan, non pishiruvchi korxonaga egasi kiritiladigan ishlab chiqarish omillari bo'lmish — ishchilar mehnati, un va shakardan iborat xomashyo, shuningdek, pech, xamirqorgich va boshqa asbob-uskunalarga qo'yilgan

kapitaldan non, gümna va qandolat mahsulotlari ishlab chiqarishda foydalanadi.

Ishlab chiqarish omillarini yirik toifalar — mehnat, materiallar va kapitalga ajratishimiz mumkin, bularning har biri kichikroq guruhlarni o‘z ichiga oladi. Masalan, mehnat ishlab chiqarish omili sifatida mehnat sig‘imi ko‘rsatkichi orqali ham malakali (duradgorlar, muhandislar), ham malakasiz mehnat (qishloq xo‘jaligi ishchilari)ni, shuningdek, firma rahbarlarining tadbirkorlik faoliyatini birlashtiradi.

Po‘lat, plastik ashyolar, elektr quvvati, suv va boshqa turli ashyolar borki, ular firma sotib olib tayyor mahsulotiarga aylantiradigan materiallar hisoblanadi. Binolar, uskunar va tovar-moddiy buyumlar kapitalga taalluqlidir. Kiritiladigan omillar, ishlab chiqarish jarayoni va pirovard mahsulot yaratish o‘rtasidagi o‘zaro munosabat ishlab chiqarish funksiyasi orqali ifodalanadi.

Ishlab chiqarish funksiyasi firma ishlab chiqarish omillarining har biri alohida nisbatda qo‘llanganda Q mahsulotni maksimal ishlab chiqarishini ko‘rsatadi.

Soddalashtirish uchun ikkita kiritiluvchan omil — mehnat L va kapital K mavjud deb faraz qilamiz. Bunda ishlab chiqarish funksiyasini

$$Q = F(L, K) \quad (6.1)$$

tarzida yozishimiz mumkin.

Tenglamadan ko‘rinadiki, mahsulot ishlab chiqarish hajmi ikki ishlab chiqarish omilining miqdoriga bog‘liq. Masalan, ishlab chiqarish funksiyasi bir yilda kattaligi ma‘lum bir zavodning mavjud texnologiya va yig‘uv konveyerida band bo‘lgan muayyan miqdordagi mehnat resurslari yordamida ishlab chiqariladigan shaxsiy kompyuterlar maksimal sonini aniqqbash imkonini beradi. Fermer u yoki bu ob-havo sharoitida, mehnatning fondlar bilan ta‘minlanganlik darajasi va ishda band ish kuchi bilan oladigan maksimal hosil hajmini hosil ishlab

chiqarish funksiyasi yordamida aniqlash mumkin. Demak, ishlab chiqarish funksiyasi muayyan hajmda mahsulot ishlab chiqarish uchun ishlab chiqarish omillarining turli usullarda birlashtirishni ifodalaydi.

Masalan, vinoni ko'p mehnat talab qiluvchi qo'lda tayyorlash usulida yoki uzumni ezish uchun mashina, asbob-uskunalardan foydalanib ko'p kapital sarflash usuli bilan tayyorlash mumkin. Ta'kidlash zarurki, tenglamani (9.1) ma'lum texnologiyaga (ya'ni, mahsulot ishlab chiqarish jarayonida ishlab chiqarish omillarini o'zaro bog'lanishning turli usullari to'g'risidagi muayyan bilimga ega bo'lgan holat uchun) qo'llash mumkin. Chunki, texnologiya borgan sari takomillashib bormoqda, firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini ishlab chiqarish omillarini qat'iy belgilangan tarkibda ko'paytirishi mumkin.

Ishlab chiqarish funksiyasi nuqtayi nazaridan «mahsulotni maksimal ishlab chiqarish» iborasi juda muhim hisoblanadi. Ishlab chiqarish funksiyalari serchiqimlik yoki samarasiz ishlab chiqarish jarayonlariga yo'l qo'ymaydi — ular firmalarning iqtisodiy samaradorligini e'tiborda tutadi, ya'ni, firmalar ishlab chiqarish omillarining har qanday o'zaro bog'lanishidan maksimal darajada samarali foydalanadilar. Ishlab chiqarish funksiyalari ishlab chiqarish omillarining o'zaro ma'lum nisbatda bo'lishi mahsulotni maksimal ishlab chiqarilishiga erishish bilan bog'liq bo'lgani uchun, hech qachon mahsulot ishlab chiqarishni pasaytiruvchi kombinatsiyalar qo'llanilmaydi.

Ishlab chiqarish har doim ham iqtisodiy samarali deb o'ylash hamma vaqt ham haqiqatga to'g'ri kelavermaydi, lekin shuni kutish mumkinki, maksimal foyda olish uchun intilgan firmalar hech qachon resurslarni behuda sarflamaydi.

Ko'pgina savollarni ko'rib chiqishda biz firmalar bitta aniq mahsulot turini ishlab chiqaradi, degan farazga amal qilamiz.

10.2. Izokvantlar

Firma ishlab chiqarishning ikkita omili — mehnat va kapitalni almashtira oladigan ishlab chiqarish texnologiyasini o‘rganishdan boshlaymiz. Faraz qilaylik, oziq-ovqat mahsuloti (tayyor mahsulotlar) mehnat va kapitaldan foydalanib ishlab chiqariladi. 9.1-jadvalda ishlab chiqarish omillarining turlicha o‘zaro birikishida mahsulotni maksimal ishlab chiqarish keltirilgan.

9.1-jadvalda ko‘rsatilgan har bir natija mahsulot ishlab chiqarishning maksimal hajmi bo‘lib, uni kapital va mehnatni tegishli nisbatga qo‘llash tufayli ishlab chiqarish mumkin (masalan, kapital 2 birligi va mehnat 4 birligidan foydalanish 85 birlik oziq-ovqat mahsuloti beradi).

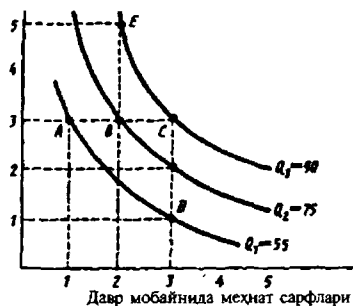
Ishlab chiqarish omillarini turlicha nisbatda qo‘llagan chog‘da 10.1-jadval mahsulot ishlab chiqarish natijasi

Kapital qo‘yilmalari (kapital sarfi)	Mehnat sarfi (mehnat sig‘imi)				
	1	2	3	4	5
1	20	40	55	65	85
2	40	60	75	85	90
3	55	75	90	100	105
4	65	85	100	110	115
5	75	90	105	115	120

Jadvaldagi har bir qatorga nazar tashlasak, kapital sarfi o‘zgarmagan holda mehnat sarflari ko‘paygan sari ishlab chiqarishning umumiy hajmi o‘sib borishini ko‘ramiz. Har bir ustunni yuqoridan pastga tomon kuzatsak mehnat sarfi o‘zgarmagan holda kapital sarflari ko‘paygan sari mahsulot ishlab chiqarish o‘sib borishini ko‘ramiz.

10.1-jadvaldagi ma‘lumot izokvantlardan foydalanib, rasm shaklida qam berilishi mumkin. Izokvant egri chiziqdan iborat bo‘lib,

unda joylashgan ishlab chiqarish omillarining barcha nisbatlarda qoʻllanishi ulardan foydalanishda bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni taʼminlaydi. 10.1-rasmda uchta ishlab chiqarish izokvanti aks ettirilgan (Rasm oʻqlarida muayyan muddatda qoʻllangan ishlab chiqarish omillari joylashgan).



10.1-rasm. Ikkita ishlab chiqarish omili maʼlum vaqt mobaynida oʻzgarganda mahsulot ishlab chiqarish rasmi.

Izokvantlar 10.1-jadval maʼlumotlariga mos keladi, biroq mayda koʻrsatkichlardan foydalanishga imkon berish uchun bir tekis egri chiziq shaklida chizilgan. Masalan, Q₂ izokvantida ishlab chiqarish omillarining barcha oʻzaro nisbati berilgan, ulardan foydalanish 55 birlik mahsulotni beradi. Nuqtalardan ikkitasi, A va D, 10.1-jadvalga muvofiq belgilangan, biroq egri chiziqning qolgan qismlari izokvantning oddiy koʻrinishida berilgan. A nuqtada bir mehnat birligi va uch kapital birligi 55 birlik mahsulot olishni taʼminlaydi; ayni vaqtda D nuqtada shu hajmda mahsulot chiqarishga uch mehnat birligi va bir kapital birligining oʻzaro nisbati bilan erishiladi. Q₂ izokvantda 75 birlik mahsulot ishlab chiqarishni taʼminlovchi ishlab chiqarish omillarining barcha oʻzaro nisbati joylashgan, bulardan toʻrtga nuqta 10.1-jadvalda chizib koʻrsatilgan mehnat bilan kapitalning oʻzaro nisbatiga muvofiq

joylashgan. Q_3 izokvant Q -dan yuqori va o'ng tomonda yotibdi, chunki unda ikkala ishlab chiqarish omillarining shunday o'zaro nisbati berilganki, ularda Q , da ishlab chiqariladigan mahsulot hajmidan ko'proq mahsulot ishlab chiqariladi.

Izokvantlar farqsizlik egri chizig'iga o'xshash, biz ulardan iste'mol tanlovi nazariyasini o'rganishda foydalanganmiz. Farqsizlik egri chizig'i iste'molni qondirish darajasining pastdan yuqoriga borishini ifodalaydi, izokvantlar esa mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko'rsatadi. Biroq, farqsizlik egri chizig'idan farqli o'laroq har bir izokvant mahsulot ishlab chiqarishning ma'lum darajasi bilan bog'liq. Ayni vaqtda, farqsizlik egri chizig'iga mos keluvchi «raqamlar» ifodasi faqat tartib shaklida e'tiborga sazovor, ya'ni yuqoriroq darajadagi nafillik «yuqoriroq» farqsizlik egri chizig'i bilan bog'liq. Biroq biz izokvant vositasida mahsulot ishlab chiqarishning alohida darajasini aniqlash usuli bilan nafillikning alohida darajasini o'lchay olmaymiz.

Izokvantlar kartasi alohida izokvantlar yig'indisidan iborat bo'lib, ularning har biri, omillarning muayyan nisbatida erishiladigan maksimal mahsulot ishlab chiqarishni ko'rsatadi. Izokvantlar kartasi ishlab chiqarish funksiyasini ifoda etishning muqobil usuli bo'lib, xuddi farqsizlik egri chiziqlari kartasi kabi nafillik funksiyalarini ifoda etuvchi uslublardan biri hisoblanadi. Izokvantlarning cheksiz miqdori izokvantlar kartasini tashkil etadi. Har bir izokvant turli hajmda mahsulot ishlab chiqarish bilan tasvirlanadi va bu hajmlar rasmda yuqoriga va o'ngga siljish bilan ortib boradi.

Izokvantlar firmalarning ishlab chiqarish bo'yicha echimlarining qanchalik moslashuvchan ekanligini ko'rsatadi. Ko'p hollarda, firmalar ishlab chiqarish omillarining turlicha nisbatidan foydalanib, ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarishga erishishlari mumkin. Firma rahbari bunday moslashuvchanlikning tabiatini tushunishi zarur. Bu

rahbarga ishlab chiqarish omillarining shunday o‘zaro nisbatini tanlab olish imkonini beradiki, ular ishlab chiqarish xarajatlarini minimumlashtiradi va foydani maksimumlashtiradi.

10.3.Qisqa va uzoq muddatli ishlab chiqarish

Ishlab chiqarish va uning xarajatlari to‘g‘risida gapirganda, ular qisqa muddatda va uzoq vaqtda amal qilishining farqiga borish muhimdir. Qisqa muddatli deb ishlab chiqarish omillarining hech bo‘lmaganda birontasini ham o‘zgartirib bo‘lmaydigan vaqtga aytiladi. Shu vaqt davomida o‘zgara olmaydigan omillarni doimiy ishlab chiqarish omillari deyiladi. Masalan, firmaning kapitalidan foydalanish yo‘nalishini o‘zgartirish uchun odatda uzoq vaqt talab qilinadi. Yangi zavod loyihalashtirilishi va qurilishi, stanoklar va boshqa asbob-uskunalar buyurtirilishi va joylashtirilishi kerak, buning uchun bir yil va undan ortiq vaqt ketadi. Uzoq muddatli davr deb barcha omillarga o‘zgartirish kiritish uchun yetarli bo‘lgan vaqt mobayniga aytiladi. Bunday omillar o‘zgarib turadigan omillar deyiladi. Qisqa muddatli vaqt davomida firmalar ma‘lum bir zavoddan va asbob-uskunalardan foydalanish intensivligini o‘zgartirishi mumkin. Uzoq muddat davomida esa ular zavodning quvvatini ham o‘zgartirishi mumkin. Barcha jalb etilgan ishlab chiqarish omillarining qisqa muddatli davrdagi holati firmalarning uzoq vaqtga mo‘ljallangan yechimlari bilan bog‘liq bo‘lib, bu yechimlar ma‘lum tovarlarni sotishdan tushadigan foydaning hisob-kitobiga asoslangan. Har bir alohida holatda qisqa muddatdagi va uzoq muddatdagi omillar harakatini farqlash zarur. Masalan, idishdan quyib sotiladigan bolalar limonadi uchun uzoq muddatli vaqt bir yoki ikki kuni, neftkimyo yoki avtomobil qurilishi firmalari uchun esa 10 yilni tashkil etadi.

Rasm qisqa va uzoq muddatda omillar harakati o'rtasidagi farqni o'rganish imkonini beradi. Faraz qilaylik, (A nuqtada) firma bir dona (birlik) mehnat resurslari va 3 birlik kapitaldan foydalanib 55 birlik (dona) oziq-ovqat mahsulotini ishlab chiqarmoqda, biroq u mahsulot ishlab chiqarishni 90taga yetkazmoqchi. Mehnat sarflari 30 dollar/soatni, kapital sarfi atigi 10 dollarni tashkil etgani uchun 55 dona mahsulot ishlab chiqarishning, umumiy qisqa muddatli xarajatlari 60 dollarga teng.

Uzoq muddatli davrda kapital ham, mehnat ham o'zgarib turadigan ishlab chiqarish omillari bo'lgani uchun, masalan, E nuqtada mahsulotni qo'shimcha ishlab chiqarish xarajatlari 110 dollarni tashkil etishi mumkin. Bu, bir dona mehnat resursi va ikki dona kapitaldan qo'shimcha foydalanish bilan bog'liq. Biroq, qisqa muddatli davr davomida biz ikkala omilni bir vaqtda qo'llay olmaymiz. Demak, 90 dona mahsulot ishlab chiqarishning birdan-bir usuli A nuqtadan S nuqtaga siljigan holda mehnat omilini, ya'ni, mehnat sig'imini 1dan Zgacha ko'paytirishdir. Afsuski, 90 dona mahsulot ishlab chiqarishning qisqa muddatli xarajatlari 120 dollarni tashkil etadi, bu uzoq muddatli xarajatlarga (E nuqta) qaraganda 10 dollar ortiq.

Firmalar doimo qisqa muddatli ishlab chiqarishga doir qarorga keladilar va ayni vaqtda uzoq muddatli davrda omillarni o'zgartirishni rejalashtiradilar. Qisqa muddatli davrda mahsulot ishlab chiqarishni 55dan 90 donagacha ko'paytirish firmaga soatiga 60 dollarga tushadi. Biroq, uzoq muddatli davrda agar ishlab chiqarish jarayoni ikki dona (birlik) kapital qo'shimcha ravishda foydalanilsa bu sarflar 50 doll. soatga pasayishi mumkin.

Shunday qilib, bizning firmamiz qo'shimcha kapitalga buyurtma beradi, biroq ayni vaqtda uch mehnat birligidan foydalanib 90 dona mahsulot ishlab chiqaradi. Qo'shimcha kapital kelib qo'shilgan vaqtda

firma o'zi kiritadigan mehnat omilini kamaytirishi va foydani ko'paytirishi mumkin.

Bitta o'zgaruvchan ishlab chiqarish omili sharoitida ishlab chiqarish

Kapital qat'iy belgilangan ishlab chiqarish omili bo'lib, mehnat esa o'zgaruvchan hisoblanuvchi holatni ko'rib chiqamiz. Bu holda firma ishlab chiqarishni asosan mehnat resurslaridan foydalanish hisobiga ko'paytiradi. Tasavvur qiling, masalan, Siz kiyim ishlab chiqaruvchi fabrikani boshqaryapsiz. Ixtiyoringizda doimiy (o'zgarmas) miqdorda asbob-uskuna mavjud, ammo Siz asbob-uskunani foydalanish va kiyim tikish uchun oz yoki ko'p ishchi yollashingiz mumkin. Siz qancha kishi yollash va qancha kiyim ishlab chiqarishni hal qilishingiz kerak. Bir qarorga kelish uchun ishlab chiqariladigan mahsulot Q miqdori foydalaniladigan mehnat resurslari L o'sgan sari qanday ko'payishini (agar umuman ko'paysa) bilish zarur.

Jadvalda mehnat sarfi turlicha va kapital sarfi doimiy bo'lgan sharoitda 10 birlikka teng ishlab chiqarish hajmi keltirilgan (birinchi ustun — mehnat sarfi, ikkinchisi — kapitalning o'zgarmas miqdori va uchinchisi — ishlab chiqarish hajmi). Mehnat sarfi no'lga teng bo'lganda, ishlab chiqarish hajmi ham no'l bo'ladi. Mehnat sarfi sakkiz birlikkacha oshganda ishlab chiqarish hajmi o'sib boradi. Bu nuqtadan yuqorida ishlab chiqarish hajmi kamayadi. Bungacha har bir qo'shimcha mehnat sarfi asbob-uskunalarning mehnat unumdorligini oshirgan, biroq ko'rsatilgan bu nuqtadan keyin qo'shimcha mehnat sarflari to'la bo'lmay qoladi va samaraga qarshi bo'lib qolishi mumkin (yig'ish liniyasidan ikki kishiga qaraganda besh kishi yaxshi foydalanishi mumkin, biroq o'n kishi bir-biriga xalaqit berib ishlaydi).

Bitta o‘zgarib turuvchi omil qo‘llangandagi ishlab chiqarish natijalari:

Mehnat sarfi (L)	Kapital sarfi (K)	Ishlab chiqarish hajmi (Q)	O‘rtacha mahsulot (Q /L)	Chegarali mahsulot (DQ /DL)
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

10.4.O‘rtacha va chegarali mahsulot

Ishlab chiqarish jarayonida jonli mehnatdan foydalanishni o‘rtacha va mehnat chegarali mahsuli tushunchalari yordamida ifodalash mumkin. 10.2-jadvalning 4-ustuni mehnat o‘rtacha mahsuli API ni ko‘rsatib turibdi, bu foydalanilgan omil birligiga to‘g‘ri keladigan mahsulot ishlab chiqarish hajmini o‘zida aks ettiradi. O‘rtacha mahsulot ishlab chiqarish hajmi Q ni umumiy mehnat sarflari L ga taqsimlab aniqlanadi. Bizning misolimizda o‘rtacha mahsulot dastlab ko‘payadi, biroq mehnat sig‘imi 4 birlikdan oshgan sari kamaya boshlaydi. 5-ustunda mehnat chegarali mahsulotlari MPL ko‘rsatilgan bo‘lib, bular mehnat sarfi bir birlikka ko‘payishi natijasida ishlab chiqarilgan qo‘shimcha mahsulot hajmidir.

Masalan, kapital miqdorga o'zgarmagan holda ya'ni u 10 birlik bo'lgani holda mehnat sarfini 2 dan 3 birlikka ko'paytirish mahsulot hajmini 30 dan 60 birlikka oshiradi, ya'ni qo'shimcha ravishda 30 birlik mahsulot (60—30) hosil qiladi. Mehnat chegarah mahsuli AQ/AL tarzida yoziladi (ya'ni, mehnat sarfi AL bitta birlikka ko'payishi natijasida ishlab chiqarish hajmining o'zgarishi ya'ni AQ). Mehnat chegarah mahsuloti foydalaniladigan kapital miqdoriga ham bog'liq. Masalan, kapital sarfl 10 dan 20gacha ko'paysa, mehnat chegarali mahsulotining ko'payishi ehtimoli bo'ladi. O'rtacha mahsulot singari chegarali mahsulot ham avval ko'payadi, keyin esa pasayadi, biroq u faqat mehnat sarflari 3 birlikdan oshgandagina pasaya boshlaydi.

Yakun chiqaramiz: Mehnat o'rtacha mahsuloti = ishlab chiqarish hajmi / mehnat sarflari = Q/L .

Mehnati chegarali mahsuloti = ishlab chiqarish hajmining ko'payishi / mehnat sarflarining ko'payishi / AQ/AL.

10.2-jadvalda berilgan axborotning rasm tasviri hisoblanadi. Biz rasmdagi barcha nuqtalarni yaxlit chiziqlar orqali birlashtirdik. 10.2-a rasm ishlab chiqarish hajmi o'sishini, biroq maksimum 112 birlikdan iborat maksimumga yetmaganini va kelgusida pasayishini ko'rsatadi. Ishlab chiqarish egri chizig'ining bu qismi uzuq-uzuq chiziq bilan belgilangan bo'lib, u bilan mehnat sarfi 8 birlikdan yuqori bo'lganda ishlab chiqarish texnologik jihatdan samarali emasligini ko'rsatadi, demak u ishlab chiqarish funksiyasining qismi hisoblanmaydi. «Samaradorlik» tushunchasi manfiy chegarali mahsulotni inkor etadi. 9.2-rasmda o'rtacha va chegarali mahsulotlar egri chizig'i ifodalangan.

O'rtacha mehnat mahsuli — bu kiritilgan mehnat omili miqdoriga bo'lingan umumiy mahsulotdir. V nuqtada o'rtacha mahsulot ishlab chiqarish hajmi (60)ni kiritilgan omil Zga bo'linmasini aks ettiradi, yoki 20 birlikka teng kiritilgan mehnat omilini yoki mehnat sarflarini ko'rsatadi. Ko'rinadiki, ushbu o'rtacha mahsulot umumiy mahsulot egri

chizig'ining dastlabki holatdan V nuqtasigacha bo'lgan egilishi bilan o'lchanadi. Umuman, o'rtacha mahsulot umumiy mahsulot egri chizig'ining qaysi bir nuqtasida keskin egiladi. Bu egilish boshlang'ich nuqtadan to shu nuqtagacha bo'ladi. Hatto yuzaki o'rganish ko'rsatib turibdiki, o'rtacha mehnat mahsuli o'zining maksimal miqdoriga V nuqtada etadi. Bu nuqtada chiziq o'zining dastlabki holatiga nisbatan eng katta burilishga ega bo'lib, keyin pasayadi.

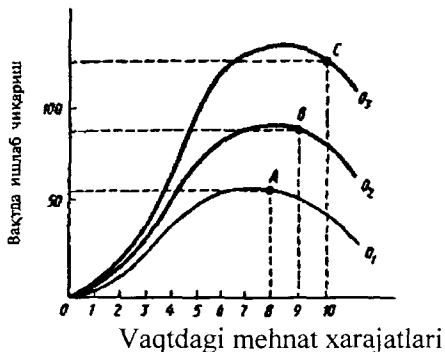
Mehnat chegarali mahsuli — bu umumiy mahsulotni kiritilgan omil mehnatning yoki mehnat sarflarining unchalik katta bo'lmagan o'zgarishiga javoban siljishini ifodalaydi. Geometrik jihatdan chegarali mahsulot, ishlab chiqarish egri chizig'ining qaysi bir nuqtasida mahsulot chiqarish egri chizig'ining xuddi shu nuqtadagi egilish burchagiga teng. Mahsulot ishlab chiqarish egri chizig'ining og'ish burchagi o'z navbatida shu nuqta orqali o'tkazilgan urinma chiziqning egilish burchagiga teng. Shunday qilib, A nuqtada chegarali mahsulot 20 birlikka teng bo'ladi, chunki urinma chizig'ining burchak koeffitsiyenti mahsulot ishlab chiqarish egri chizig'iga nisbatan 20ga teng. Urinma chiziqni mahsulot ishlab chiqarish egri chizig'iga nisbatan burchak koeffitsiyentlarini o'rganar ekanmiz, mehnat chegarali mahsuli dastlab o'sib borishi, mehnat sarflari 3 birlik bo'lganda o'zining cho'qqisiga chiqishi, keyin esa S nuqtadan D nuqtagacha siljigan sari pasayib borishini ko'ramiz. D nuqtada ishlab chiqarish hajmi maksimumlashadi, urinma chiziqning mahsulot ishlab chiqarish egri chizig'iga nisbatan egilishi Oga teng va chegarali mahsulot ham Oga teng bo'ladi. Bu nuqtadan yuqorida chegarali mahsulot manfiylashadi.

Kamayib boruvchi qaytim qonuni

Mehnat chegarali mahsulining (kiritiladigan boshqa omillarning chegarali mahsuli ham) kamayib borishi anchagina kuchli bo'lgani uchun uni ifodalashda kamayib boruvchi qaytim qonuni iborasidan tez-tez foydalaniladi.

Kamayib boruvchi qaytim qonuni biron ishlab chiqarish omilidan foydalanish ko'payib borgan sari (boshqa omillar o'zgarmagan holda), pirovard natijada shunday nuqtaga yetib borilishi va unda shu omildan qo'shimcha foydalanish mahsulot ishlab chiqarish hajmining pasayishiga olib kelishini bildiradi.

Ishlab chiqarish omili sifatida mehnatdan foydalaniladigan bo'lsa (kapital o'zgarmagan holda), mehnat sarflarining ozgina bo'lsa-da, o'sishi mahsulot ishlab chiqarishni ancha (sezilarli) darajada ko'paytiradi, chunki ishchilar qo'shimcha ravishda ixtisoslashish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Ammo oxir-oqibat, kamayib boruvchi qaytim qonuni o'z kuchini ko'rsatadi. Agar ishchilar soni ortiqcha ko'payib ketsa, ayrim ish jarayon (tur)lari samarasiz bo'lib qoladi va mehnat chegarali mahsuli kamayadi.



10.3-rasm Texnologik takomillashtirishning mahsulot ishlab chiqarish hajmiga ta'siri.

Kamayib boruvchi qaytim qonuni qisqa muddatli davr oralig'ida qo'llanadi, chunki bu oraliqda hech bo'lmaganda bitta ishlab chiqarish omili o'zgarmay qoladi. Qonun chegarali mahsulotning kamayishini tasvirlaydi, lekin bu manfiy miqdorga tushib qolishi shart emas. Masalan, 10.3-rasmda kamayib boruvchi qaytim qonuni mehnat sarflari

3 va undan ko'proq birlikda bo'lgan ishlab chiqarish jarayonida qo'llanishi mumkin, biroq chegarali mahsulot mehnat sarflari 8 birlikdan oshmaguncha manfiy bo'lmaydi.

Aytilgan qonunni ishlab chiqarishning ma'lum texnologiyasida qo'llash mumkin. Biroq, vaqti kelganda, kashfiyotlar va boshqa texnologik yangiliklar 10.2-rasmdagi mahsulot ishlab chiqarish egri chizig'ining butunlay ko'tarilishiga olib kelishi mumkin va shunday qilib, mavjud kiritilgan omillar o'zgarmagan holda ko'proq mahsulot ishlab chiqarish mumkin. Bunday imkomiyatni 10.3-rasm ko'rsatib turibdi.

Dastlab ishlab chiqarish egri chizig'i O, sifatida berilgan, ammo texnologiyaning takomillashuvi egri chiziqni O_2 egri chizig'i tomon yuqoriga siljitadi, texnologiyaning yanada takomillashuvi uni O_3 egri chizig'iga aylantiradi.

Faraz qilaylik, ishlab chiqarishda foydalanilayotgan mehnat miqdori ko'paygandan keyin ma'lum bir vaqt o'tgach texnologik takomillashtirish amalga oshiriladi. Oqibatda, mahsulot ishlab chiqarish A dan (O, egri chizig'ida mehnat xarajatlari 8 birlikka teng bo'lgan holatdan) V ga (O2 egri chizig'ida mehnat xarajatlari 9 birlikka teng bo'lgan holatga) va S ga (O3 egri chizig'ida 10 birlikda mehnat xarajatlari bo'lgan holatga) aylanadi. A dan V va S ga tomon harakatlanish mahsulot ishlab chiqarishning ko'payishini mehnat xarajatlari ko'payishi bilan bog'laydi, shuning uchun ham bunda kamayib boruvchi qaytim qonuni amal qilmaganga o'xshaydi. Biroq, amalda bu qonun bajariladi. Mehnat xarajatlari 8 birlikdan ortiq bo'lganda har bir alohida egri chiziq jonli mehnatdan foydalanish keltirayotgan qaytim kamayishini namoyish etadi.

Mahsulot ishlab chiqarish egri chiziqlarining siljishi kamayib boruvchi qaytim qonuni harakatini ifodalaydi va bu qonun iqtisodiy

o'sishga uzoq muddatli davrda salhiy ta'sir ko'rsatmasligi taxmin qilinadi.

Mehnat unumdorligi

Biz ayrim vaqtlarda o'rtacha mehnat mahsuli to'g'risida gapirganda sanoatga yoki butun iqtisodiyotga taalluqli mehnat unumdorligini tilga olamiz. Mehnat o'rtacha mahsuloti mehnat sarflari birligiga ishlab chiqarilgan mahsulotni ifodalaydi. Shuning uchun ham sanoatning barcha tarmoqlarida, shuningdek, alohida tarmoq esa unumdorlikni uzoq muddatli davrga tatbiqan qiyoslash foydali, nisbatan oson ish (chunki umumiy mehnat sarflari va mahsuloti hamda ishlab chiqarishning umumiy hajmi sizga kerak bo'lgan birdan bir ma'lumotdir). Ustiga-ustak mehnat unumdorligi ko'rsatkichi nihoyatda muhim, chunki u alohida mamlakat aholisining real turmush darajasini ifodalaydi.

Mehnat unumdorligi bilan turmush darajasi o'rtasida oddiy bog'liqlik mavjud. Har qanday yilda ishlab chiqarilgan tovarlar va ko'rsatilgan hizmatlarning jami qiymati — to'lovlar tarzidagi barcha ishlab chiqarish omillari uchun berilgan to'lovlar tarzidagi qiymatga tengki, bunga ish haqi, ijara haqi va firmaning foydasi ham kiradi.

Oqibatda bu to'lovlar yig'indisi, ularning shaklidan qat'iy nazar, jamiyat tomonidan ishlatiladi. Bas shunday ekan, iste'molchilar o'zlarining iste'mol darajasini uzoq muddatli davrda faqat ishlab chiqarilgan mahsulotning umumiy miqdorini ko'paytirish hisobigagina oshirishlari mumkin.

Jadvaldan ko'rinib turibdiki, Qo'shma Shtatlarda aholi jon boshiga mahsulot ishlab chiqarish boshqa rivojlangan mamlakatlardagiga qaraganda birmuncha yuqori. Ammo, urushdan keyingi davrda namoyon bo'layotgan ikki tamoyil e'tiborni o'ziga tortadi. Birinchidan, AQShda mehnat unumdorligining o'sish sur'atlari boshqa rivojlangan mamlakatlarga qaraganda sekin bo'lgan, ikkinchidan, keyingi 15—20

yilda mehnat unumdorligi barcha rivojlangan mamlakatlarda avvalgi davrga nisbatan sezilarli darajada past bo'lgan.

Mehnat unumdorligi o'sishining eng asosiy manba'i jamg'arilayotgan kapitalning o'sishidir. Uning ko'payishi uskunalarning miqdor va sifat o'zgarishini anglatadi va shu sababli har bir ishchi bir ish soati mobaynida ko'proq mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Mehnat unumdorligining o'sishi, shuningdek, iqtisodiyotning xomashyo sektori bilan ham bog'liq. Neft, tabiiy gaz va boshqa resurslar kamayib borgani sari har bir ishchiga to'g'ri keladigan mahsulot ishlab chiqarish birmuncha pasayib boradi. Bu hol atrof-muhit muhofazasi to'g'risida qonunchilik qabul qilinishi bilan yanada kuchayadi

Mehnat unumdorligining pastligi sabablaridan biri nisbatan past malakali ish kuchidan foydalanish bo'lib, uni urushdan keyingi yillarda tug'ilish darajasining yuqoriligi keltirib chiqargan edi. Bunday ahvol sog'liqni saqlash, mehnat va atrof-muhit muhofazasiga oid hukumat qarorlarining ba'zilar amalga oshishiga to'sqinlik qilgan. Mehnat unumdorligining o'sish sur'atlari pastligining sabablari turlicha va murakkab bo'lganligidan oldingi davrga qaytish bilan turmush darajasining o'sishiga erishib bo'lmaydi. Ammo istiqbol noaniq bo'lmasligi kerak. Kapital qo'yilmalarni rag'batlantiruvchi soliq siyosati yordami bilan asosiy kapitalni ko'paytirish mumkin. Mehnat unumdorligining o'sishiga ko'maklashuvchi tadqiqotlarni va ishlanmalarni rag'batlantirish uchun katga kuch-g'ayrat zarur.

Ikkita o'zgaruvchan omil sharoitida ishlab chiqarish

Ishlab chiqarish va unumdorlik o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik bilan tanishib chiqqanimizdan keyin, endi firmaning uzoq muddatdagi ikki omilli (bitta emas) ishlab chiqarish strategiyasini ko'rib chiqamiz. Izokvant guruhlarining shakliga ko'ra biz ishlab chiqarishning muqobil variantlarini o'rganib chiqa olamiz. 10.4-rasmdagi izokvantlar 10.1-

rasmdagilarning qayta ko'chirilgani. Ularning barchasi pastga tomon og'adi, chunki mehnat va kapital ham musbat chegarali mahsulotga egadir. U yoki bu ishlab chiqarish omilining katta bo'lishi mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytiradi. Shuning uchun agar, mahsulot ishlab chiqarish hajmini birdek ushlab turilsa, unda bir omildan qancha ko'p foydalanilsa ikkinchi omil shuncha kam qo'llanadi.

10.5. Ishlab chiqarish omillari bir-birining o'rnini bosishi

Har bir izokvantning burchak koeffitsiyenti, mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'zgarmagan holda bir ishlab chiqarish omilining o'rnini ikkinchisi qanday qilib bosishini ko'rsatadi. Burchak koeffitsiyentining mutlaq ko'rsatkichi texnologik o'rnini bosishning chegarali me'yori deyiladi(MRTS).

Kapitalni — mehnat bilan MRTS belgilangan mahsulotni ishlab chiqarishda bitga qo'shimcha mehnat birligidan foydalanish hisobiga kapital qisqartirilishi mumkinligini ko'rsatadi. Bu ko'rsatkich, iste'mol nazariyasida esga olingan chegarali o'rnini bosish me'yori (MRS)ra o'xshashdir.

MRS kabi MRTS ham hamisha musbat ko'rsatkich hisoblanadi. Matematik shaklda $(MRTS) = - \text{foydalanilgan kapital miqdorining o'zgarishi} / \text{mehnat sarflarining o'zgarishi}$, yoki

$$MRTS = - \Delta K / \Delta L,$$

bunda AK va AL alohida izokvant (yoki doimiy Q) dagi kapital va mehnatning katta bo'lmagan o'zgarishini ifodalaydi.

Ta'kidlash joizki, 10.5-rasmda mehnat sarflari 1 dan 2 birlikka ko'paygan va mahsulot ishlab chiqarish 75 birlik darajasida bo'lganda texnologik o'rnini bosish me'yori $(-\Delta K / \Delta L)$ 2 ga teng. Biroq, mehnat sarflari 2 dan 3 birlikka ko'payib va keyinchalik, 2/3 dan 1/3 gacha kamayganda MRTS 1 gacha pasayadi. Kapital qancha ko'p mehnat o'rnini qoplasa mehnat unumdorligi shuncha past bo'ladi, kapitaldan

foydalanish esa samaraliroq bo'ladi. Shuning uchun, mahsulot ishlab chiqarish hajmini doimiy miqdorda ushlab turish uchun kapitalni minimal miqdorda kamaytirish zarur. Bunday holatda izokvant bir tekis tus oladi.

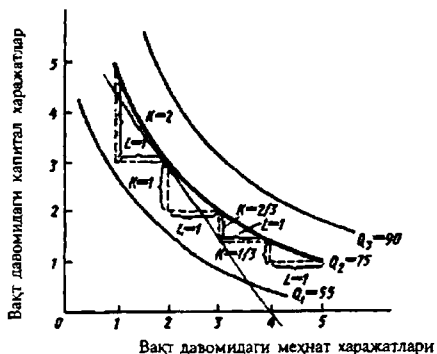
Izokvantlar egri chiziqlari botiq shaklda bo'ladi, ya'ni MRTS izokvant bo'ylab pastga siljigan sari qisqaradi. Texnik o'rmini bosishning chegarali me'yori har qanday ishlab chiqarish omilining ishlatish samaradorligi cheklanganligini ko'rsatadi. Ishlab chiqarish jarayonida kapitalning o'rmini ko'proq mehnat bosishi uning unumdorligini pasaytiradi. Xuddi shunday tarzda mehnatning o'rmini ko'proq kapital bosishi uning qaytimini kamaytiradi. Ishlab chiqarish uchun ikkala omilning mutanosibligi zarur.

Taxmin qilganimizdek, MRTS mehnatning chegarali mahsuli MPL va kapitalning chegarali mahsuloti MRK bilan jips bog'liq.

Buni ko'rish uchun faraz qlaylik, mehnat sarflari bir oz ko'paytirilgan va kapitaldan foydalanish miqdori bir oz kamaytirilganda mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'zgarmay qoladi. Mehnat xarajatiarining ko'payishi natijasida mahsulot ishlab chiqarishning o'sishi qo'shimcha mehnat birligiga (mehnat chegarali mahsuliga) to'g'ri keladigan qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishni qo'shimcha mehnat birligi ko'paytmasiga teng.

Xuddi shunday tarzda foydalanilgan kapitalni kamaytirish natijasida ishlab chiqarish hajmining kamayishi — bu kapital birligiga hisoblagan ishlab chiqarish hajmi kamayishining (kapital chegarali mahsulini), qisqartirilgan kapital miqdoriga ko'paytmasiga teng: kapitalni kamaytirish natijasida ishlab chiqarishning pasayishi = (MRK) (DK) bo'ladi.

Barcha izokvantlarda mahsulot ishlab chiqarish hajmi doimiy qoldirilgani uchun mahsulot ishlab chiqarish hajmining o'zgarishi no'lga teng bo'ladi.



10.4-rasm. Texnik o‘rnini bosishning chegarali (marginal) me‘yori

Shunday qilib:

$$(MPL)(AL) + (MRK)(DK) = 0$$

Endi, shartlarni o‘zgartirgan holda, ko‘ramizki:

$$(MPL)(MRK) = -(AK/AL) = MRTS \quad (6.2.)$$

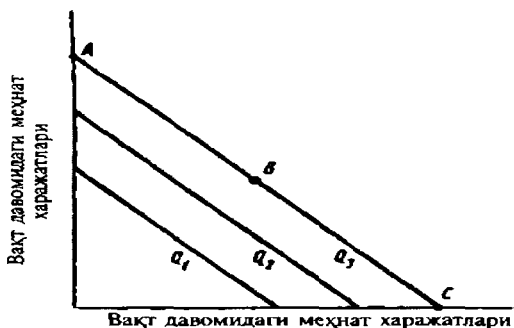
Tenglama (10.2.)dan ko‘rinib turibdiki, alohida izokvant uchun ishlab chiqarish jarayonida kapitalning o‘rnini mehnat bosishi chegarali kapital chegarali mahsulotini ko‘paytiradi va mehnatning chegarali mahsulotini kamaytiradi. Ikkala o‘zgarishning umumiy natijasi, bu texnik o‘rnini bosishning chegarali me‘yori pasayishi va izokvantlarning tenglashish holatidir.

Ishlab chiqarish funksiyalari — ikki alohida holat.

Ishlab chiqarish jarayonida bir omilning o‘rnini boshqasi bosish imkoni chegaralarini hisobga olish uchun ishlab chiqarish funksiyasining ikkita alohida holatidan foydalanish mumkin. 10.6-rasmda ko‘rsatilgan birinchi holatda omillar eng maqbul ravishda bir-birining o‘rnini bosadi.

Bu holatda MRTS izokvantning barcha nuqtalarida doimiy (o‘zgarmas). Bu holatda bir miqdordagi mahsulot faqat mehnat bilan,

faqat kapital bilan yoki har ikkalasi o‘zaro bog‘liq holda ishlab chiqarilishi mumkin. Masalan, Q hajmda mahsulot ishlab chiqarish faqat kapital hisobiga (A nuqtada), faqat mehnat hisobiga (S nuqtada) yoki

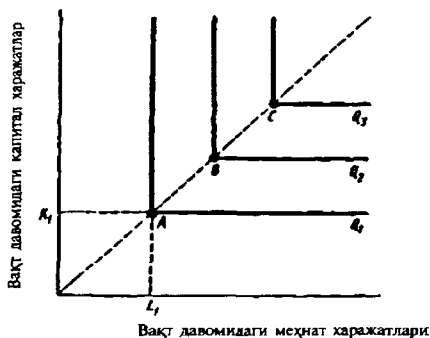


10.5-rasm. **Ishlab chiqarish omillari eng maqbul o‘rin almashganda ishlab chiqarish funksiyasining o‘zgarish tavsifi.**

ikkala omillar hisobiga (V nuqtada) yuz beradi. Odatda bunday holat uchramaydi, biroq bir qator holatlarda firmaning ishlab chiqarish jarayoniga oqilona yondashishini ta‘minlaydi. Masalan, yo‘l yoki ko‘prik ustidagi telefon-avtomatga avtomatik ravishda yoki texnik-xodimlar yordamida hizmat ko‘rsatilishi mumkin. Boshqa misol, musiqa asboblari ishlab chiqarish to‘la avtomatlashgan mashinalarda yoki yuqori malakalari mutaxassislar mehnati bilan amalga oshadi. 10.7-rasm mutlaqo teskari holatni — omillar tarkibi o‘zgarishsiz holdagi ishlab chiqarish funksiyasini ko‘rsatadi. Bu holatda bir omilni boshqa omil bilan almashtirish mumkin emas (iloji yo‘q). Mahsulot ishlab chiqarishning har bir ma‘lum hajmi mehnat va kapitalning ma‘lum nisbatda o‘zaro bog‘liqligini talab qiladi. Ishlab chiqarishni o‘stirish uchun mehnat va kapital sarflarini ma‘lum nisbatda ko‘paytirish zarur. Natijada, 10.7-rasmda izokvantlar to‘g‘ri burchak shakliga ega bo‘ladilar. Bunday funktsiya uchun betondan qilingan sayrgoh yo‘lakchalarini pnevmatik bolg‘alar yordamida ta‘mirlash misol bo‘la

oladi. Ikkita ishchi va bitta bolg'ani yoki ikkita bolg'a va bitta ishchining ishlashi bilan mehnat unumdorligi o'smaydi. Boshqa misol — taksi hizmatiga, kundalik sharoitda bir haydovchi va bir mashina kerak.

10.7-rasmda A, V va S nuqtalari kiritilgan omillarning texnik jihatdan o'zaro samarali bog'lanishini ko'rsatadi. Masalan, Q hajmdagi mahsulotni ishlab chiqarish uchun A nuqtada L miqdorda mehnat va K miqdorda kapital foydalaniladi. Agar K₂da kapital o'zgarmas bo'lsa mehnat sarflarining ko'payishi mahsulot ishlab chiqarish hajmini o'zgartirmaydi.



10.6-rasm. Omillar tarkibi o'zgarmas bo'lgan holdagi ishlab chiqarish funksiyasi

Shuningdek, L₂ da mehnat sarflari o'zgarmas bo'lsa, kapitalning ko'payishi mahsulot ishlab chiqarish hajmini, o'zgartirmaydi. Shunday qilib, to'g'ri burchakli izokvantlarning tik va yotiq qismlarida mehnatning chegarali mahsuloti ham, kapitalning chegarali mahsuloti ham no'lga teng. Ham kapitaldan ham mehnatdan foydalanish ko'paysa, ya'ni ishlab chiqarish omillarining ma'lum nisbatda o'zaro bog'lanishi A dan V ga o'zgarsa, mahsulot chiqarish ko'payishi mumkin.

Ishlab chiqarish omillari tarkibi o'zgarmay (doimiy) qolgandagi ishlab chiqarish funksiyasi shunday vaziyatni ifodalaydiki, bunda firma ishlab chiqarish usulini tanlashi cheklangan bo'ladi.

Masalan, televizion spektaklni sahnalashtirish kapital (kamer ovoz asboblari va hokazo) bilan mehnat (rejissyor, ijrochi va b.)ning ma'lum nisbatda o'zaro bog'lanishini talab etadi. Televizion spektakllar sonini ko'paytirish uchun barcha ishlab chiqarish omillarini ko'paytirish kerak bo'ladi. Xususan, mehnat sarflarini qisqartirish hisobiga kapital sarflarini ko'paytirish murakkab, chunki ijrochi (aktyor)lar zaruriy ishlab chiqarish omili hisoblanadi (ehtimol hayvonlar to'g'risidagi filmlar bundan mustasnodir. Xuddi shuningdek, kapitalni mehnat bilan almashtirish qiyin, chunki filmlar va spektakllarni qo'yish juda murakkab asbob-uskunalarini talab etadi.

10.6 Ko'lam samarasi

Firmaning uzoq muddatli strategiyasini tahlil qilish xususiy tadbirkorlikdan to jamoat maktablarigacha, kommunal va xususiy hizmat hamda korxonalar faoliyatini tartibga solish kabi vaziyatlar uchun juda muhim. Masalan, o'rta maktab ishini tahlil qilish shunday xulosaga olib kelishi mumkinki, agar maktab tizimida uchta kichik, har birida 1000 tadan o'quvchi bo'lgan maktab o'rniga bitga katta 3000 o'quvchisi bor maktab bo'lsa, maktabda o'qitish dasturlari samaraliroq (fanlar ko'p va asbob-uskunalar hamda qo'llanmalari yaxshi) bo'ladi. Telefon kompaniyalari faoliyatini o'rganish asosida taxmin qillsh mumkinki, hududiy telefon kompaniyalari mahallly telefon hizmatini yagona milliy telefon kompaniyasiga qaraganda yaxshiroq ko'rsatishi mumkin. Uzoq muddatli tahlilni firma faoliyati ko'lamidan boshlagan yaxshiroq. Ishlab chiqarish hajmi ko'payishi barcha omillardan foydalanishga bog'liqligi firmaning uzoq muddatdagi faoliyatidagi

ayrim xususiyatlarini ochib beradi. Foydalanilgan ishlab chiqarish omillari mutanosib tarzda oshganda firmaning mahsulot ishlab chiqarishi qanday o'zgaradi?

Masalan, agar omillardan foydalanish ikki baravar ko'paysa mahsulot ishlab chiqarish ham ikki marta ko'paydimi yoki u ko'proq yoki ozroq ko'paydimi? Agar mahsulot ishlab chiqarish hajmi ikki baravadan ortiq ko'paysa (ishlab chiqarish omillari ikki marta ko'paygan holda), bunday o'sish ko'lamning musbat samarasi deyiladi.

Ishlab chiqarish shuning uchun o'sadiki, katta ko'lamdagi ishlab chiqarish rahbarlarga va ishchilarga o'z vazifalarini bajarishda ixtisoslashuvni chuqurlashtirish va yanada murakkabroq hamda quvvatliroq asbob-uskunalardan foydalanish imkoniyatini beradi. Avtomobil yig'uv konveyerining ijobiy samarasi ko'lami mashhur misol hisoblanadi.

Daalat siyosatini ishlab chiqishda ko'lam musbat samarasini hisobga olish zarur. Agar ijobiy musbat ko'lam samarasi amal qilayotgan bo'lsa, unda mahsulot ishlab chiqaruvchi ko'pgina mayda firmalardan ko'ra (nisbatan ko'p sarfli) bitta yirik firmaga (nisbatan kam xarajatli) ega bo'lish iqqisodiy jihatdan foydaliroq bo'ladi. Bunday yirik firma o'zi belgilagan narxni nazorat qilishi mumkin va shu munosabat bilan narxlarni tartibga solish uchun kompaniyalar faoliyatiga davlatning aralashuvi kerak bo'lib qoladi. Masalan, elektr energiyasini ishlab chiqarishda ko'lam ijobiy samarasi mavjudligi yirik energetika kompaniyalari faoliyatini tartibga solib turishda davlatning aralashuviga sabab bo'ldi.

Ishlab chiqarish ko'lami o'sishi ta'sir etishning ikkinchi toifasi ishlab chiqarish omillari ikki marta ko'payganda mahsulot ishlab chiqarish hajmi ham ikki baravar o'sishidir. Bunda, ishlab chiqarish ko'lam samarasi o'zgarmagan sharoitda amalga oshadi. Ko'lam

samarasi o'zgaras bo'lgan sharoitda firma faoliyatining miqyosi foydalaniladigan omillar mahsuldorligiga ta'sir qilmaydi. Firmaning ishlab chiqarish omillarining o'rtacha va chegarali unumdorligi katta korxonalar uchun ham, mayda korxonalar uchun ham o'zgaras bo'lib qolaveradi. Ko'lam samarasi o'zgaras bo'lganda ma'lum texnologiyadan foydalanuvchi bitta zavodning o'rniga, ikki marta ko'p mahsulot ishlab chiqaradigan ikkita zavod qurish mumkin. Misol uchun, yirik sayohat idorasi bir mijozga hisoblaganda kichik turistik korxonasi bilan bir xilda sarflar va bir xil kapital (boshqaruv binosi) bilan mehnat (xodimlari) nisbatiga ega bo'lishi mumkin.

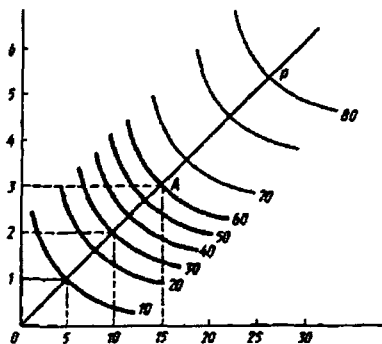
Nihoyat, ishlab chiqarish omillari ikki baravar ko'payganda mahsulot ishlab chiqarish hajmi 2 martadan kamroq o'sishi mumkin. Bunday holatda biz manfiy (teskari) ko'lam samarasiga duch kelamiz, uni har qanday yirik firmalarda qo'llash mumkin. Yirik firmalardagi boshqaruv qiyinchiliklari va murakkab jarayonlarni amalga oshirishdagi sarflar kapital va mehnat qaytimining pasayib ketishiga olib kelishi mumkin. Shunday qilib, ko'lamning manfiy samarasi vazifalarni uyg'unlashtirish muammolari va rahbariyat bilan ishchilar o'rtasidagi munosabatlarning ta'minlanishi bilan bog'liq.

Ko'lamning musbat va manfiy samarasi 10.8-rasmda ko'rsatilgan. Ishlab chiqarish jarayoni kapital va mehnatdan ishlab chiqarish omili sifatida foydalanish bo'lib, bunda 1 mashina-soat vaqtga 4 soat mehnat sarfi to'g'ri keladi.

OR taraladigan chiziqda mehnat bilan kapitalning turlicha bog'lanishini aks ettiradi, ulardan ishlab chiqarish omillari o'zgaras nisbatini ta'minlagan holda mahsulot ishlab chiqarishda foydalanish mumkin.

OA kesmasida ko'rsatilganidek, nisbatan katta bo'lmagan hajmda mahsulot chiqarish uchun ishlab chiqarish funksiyasi mushat ko'lam

samarasini namoyish etadi. Ishlab chiqarish omillari nisbati — 5 soat mehnat va 1 soat mashina vaqti bo'lganida (rasmning pastki qismida ko'rsatilgandek) 10 birlik mahsulot ishlab chiqariladi. Ishlab chiqarish omillari ikki baravar ko'payganda mahsulot chiqarish 3 marta (Yudan 30 gacha) ko'payadi.



10.7-rasm. Ko'lamning musbat va manfiy samarasi

Ishlab chiqarish omillari yarmiga ko'payganda (mehnat 10 dan 15 gacha va mashina vaqti 2 dan 3 gacha) mahsulot ishlab chiqarish 2 marta ko'payadi (30 dan 60 birlikkacha).

AR kesmada ko'rsatilganidek, nisbatan katta hajmda mahsulot chiqarish uchun ishlab chiqarish funksiyasi manfiy ko'lam samarasini namoyish etadi. Omillar nisbati U_3 gacha ko'tarilganda (mehnat 15 dan 20 soatgacha) va mashina vaqti (3 dan 4 soatgacha) ko'payganda mahsulot ishlab chiqarish faqat $1/6$ gacha (60 dan 70 donagacha) ko'payadi.

Ishlab chiqarish omillari 50%ga (mechnat 20 dan 30 soatgacha) va mashina vaqti 4 dan 6 soatgacha ko'payganda mahsulot ishlab chiqarish a (70 dan 80 donagacha) o'sadi, xolos

Rasmdan ko‘rinadiki, ko‘lam samarasi musbat bo‘lganda agar foydalanilgan omillar mutanosib oshsa izokvantlar bir-biriga juda yaqinlashadi. Ammo, ko‘lam samarasi manfiy bo‘lganda izokvantlar bir-biridan uzoqlashadi, chunki borgan sari ko‘proq miqdorda ishlab chiqarish omillari kerak bo‘ladi. Ko‘lam samarasi o‘zgaras bo‘lganda izokvantlar teng masofada joylashgan bo‘ladi (6.9-rasmga qarang).

AQShda va butun dunyoda firmalar uchun ko‘lam samarasi muhim ahamiyatga ega. Boshqa tamoyillarni hisobga olmaganda ko‘lam samarasi katta bo‘lgan sanoat tarmoqlarida yirik firmalar faoliyat yurgizadi. Odatda sanoatning ishlab chiqaruvchi tarmoqdari hizmat ko‘rsatuvchi soha tarmoqlariga qaraganda katta ko‘lam samarasiga ega bo‘ladi, chunki firmalar eng samarali faoliyat yuritishi uchun ishlab chiqarishdagi asbob-uskunalarga yirik miqdorda kapital qo‘yish kerak bo‘ladi

Xizmat ko‘rsatuvchi soha tarmoqlari sermehnat bo‘lganlari uchun odatda ham katga hajmdagi, ham kichik hajmdagi sarflarning samarali bo‘lishini ta‘minlaydilar.

Ko‘pchilik ishlarda (kitoblarda) «ishlab chiqarish ko‘lami o‘sishi bilan bog‘liq bo‘lgan tejash» tushunchasini «ko‘lam samarasining o‘sib borish» tushunchasiga sinonim sifatida foydalaniladi. Biroq, birinchi tushunchani qo‘llash mumkin, qachonki, firmaning faoliyat qo‘lami o‘sib borsa va unga etarli vaqt (aytaylik bir yoki ikki yil) berilsa, toki u kiritiladigan omillarni almashtirish yo‘li bilan ishlab chiqarishni arzonlashtira olsin. Ko‘lam samarasi ishlab chiqarishni kengaytirish bilan bir xil bo‘lishi mumkin, qachonki kiritilayotgan omillar mutanosib ravishda o‘zgarasdan qolsalar. Shunday qilib, firma barcha omillarni ikki martadan kamroq oshirib mahsulot ishlab chiqarishni ikki marta ko‘laytirishi mumkin. Bu bilan, ko‘lam samarasining oshib borishiga erishish mumkin.

Ishlab chiqarish ko‘lamini o‘stirish orqali erishilgan tejam tarkibiga demak, alohida holat sifatida oshib borayotgan ko‘lam samaradorligi kiradi. Biroq, umumiyroq shaklda ko‘lam samaradorligi mahsulot ishlab chiqarish hajmi o‘zgarishi bilan barcha kiritilgan omillarning o‘zaro nisbati o‘zgarishiga yo‘l beradi. Ishlab chiqarish funksiyasi foydalanilgan ishlab chiqarish omillarining har bir muayyan nisbati mavjud bo‘lganda firma ishlab chiqarishi mumkin bo‘lgan mahsulot hajmini ifodalaydi.

Izokvanta egri chiziq bo‘lib, ma‘lum hajmda mahsulot ishlab chiqarish imkonini beruvchi ishlab chiqarish omillarining ma‘lum nisbatda o‘zaro bog‘likdigi ko‘rsatadi. Firmaning ishlab chiqarish funksiyasi gurlı darajada ishlab chiqarish hajmi bilan bog‘liq bo‘lgan bir guruh izokvantlar bilan berilishi mumkin.

Qisqa muddatli davrda hech bo‘lmaganda bitta ishlab chiqarish omili o‘zgarmay (doimiy) qoladi, uzoq muddatli davrda esa barcha ishlab chiqarish omillari o‘zgaradi.

O‘zgarib turuvchi bir omil vositasida (mehnat bilan) amalga oshgan ishlab chiqarishni mehnatning o‘rtacha mahsuloti (o‘rtacha ishchining mehnati unumdorligini aks ettiruvchi) va mehnatning chegarali mahsuloti (bu ishlab chiqarish jarayomiga qo‘shilgan oxirgi ishchining mehnat unumdorligini aks ettiruvchi) tushunchalaridan foydalangan holda ifodalash mumkin.

Bir yoki undan ko‘p ishlab chiqarish omillari doimiy bo‘lganda o‘zgarib turuvchi omil (odatda mehnat sarflari) chegarali mahsulotga ega bo‘lishi zarur, bu esa o‘zgarib turuvchi omildan foydalanish o‘zgarib borgan sari qisqaradi. Kamayib boruvchi qaytim qonuni ishlab chiqarish jarayonida chegarasi mahsulotning kamayib borishini bildiruvchi umumiy tendensiyani aks ettiradi.

Izokvantlar hamma vaqt pastga og‘gan bo‘ladi, chunki barcha ishlab chiqarish omillarining chegarali mahsulotlari musbatdir. Har bir izokvantning shakli uning har bir nuqtasida texnik o‘rmini bosishning chegarali me‘yori vositasida ko‘rsatilishi mumkin. Mehnatni kapital bilan texnologik almashtirishning chegarali me‘yori (MRTS) shunday miqdorki, qo‘shimcha mehnat birligi foydalanilgan vaqtda unga teng miqdorda kapital sarflari kamayishi mumkin, mahsulot ishlab chiqarish esa o‘zgarmasdan qolaveradi. MRTS firmaning bir ishlab chiqarish omilini boshqalari bilan almashtirish imkoniyatlarini ko‘rsatadi.

Mamlakat aholisining turmush darajasi shu mamlakatdagi mehnat unumdorligi darajasi bilan chambarchas bog‘liq. Rivojlangan mamlakatlarda mehnat unumdorligi o‘sishi sur‘atlarining pasayishi, qisman, kapital qo‘yishlarni yetarli ravishda o‘smaganligi bilan izohlanadi.

Har bir ishlab chiqarish funksiyasi uchun ishlab chiqarish jarayonida bir ishlab chiqarish omilini boshqasi bilan almashtirish imkoniyati turlicha: bu omillarni almashtirish imkoniyati nihoyatda mukammal bo‘lgan funksiyadan tortib, to ishlab chiqarish omillaridan foydalanish nisbatlari o‘zgarmaydigan funksiyagacha (omillardan foydalanish tarkiban o‘zgarmagan holda ishlab chiqarish funksiyasi) boradi.

Uzoq muddatli taxdilda biz e‘tiborni firma faoliyatining zarur bo‘lgan ko‘lamini yoki miqyosini tanlab olishga qaratdik. Ko‘lamning o‘zgarmas samarasi shuni bildiradiki barcha ishlab chiqarish omillaridan foydalanishning ikki baravar o‘sishi mahsulot ishlab chiqarishning ikki marta ko‘payishiga olib keladi. Ko‘lamning musbat samarasi mahsulot ishlab chiqarishning ikki martadan ko‘proq o‘sganligini anglatadi, ko‘lamning kamayib boruvchi samarasi esa mahsulot ishlab chiqarishni ikki baravardan kamroq o‘sganini anglatadi.

Nazorat savollari

1. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida ishlab chiqarish korxonalarini modernizatsiya qilish.
2. Ishlab chiqarish omillari va ularning turlari.
3. Ishlab chiqarish funksiyasi tushunchasi.
4. Izokvanta tushunchasi.
5. Izokvantalar kartasi va uning xususiyatlari.
6. Qisqa va uzoq muddatlardagi ishlab chiqarish.
7. Bir o'zgaruvchan omil (mehnat) asosida ishlab chiqarishni tashkil etish.
8. Ishlab chiqarish omillarining o'zaro almashuvi.
9. Ishlab chiqarish omillari sarfini ininimallashtirish.
10. Minimallashtirish masalasini grafik usuldagi yechimi va optimallik sharti.

XI BOB ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI

11.1. Umumiy daromad, umumiy xarajat va foyda

Iqtisodchilar odatda yuqori darajada foyda olishni ko'zlab ishga kirishadi va ular ko'p hollarda qobilyatli ishchilar topishga harakat qiladilar.

Firmaning ishlab chiqargan mahsulotlarini sotishlaridan kelgan tushumlari yig'indisini **umumiy daromad** deb ataladi. Ishlab chiqarishni tashkil etish uchun resurslarni sotib olishga to'lanadigan firma to'lovlari yig'indisi **umumiy xarajat** deyiladi. Firma olgan daromad faqatgina uning xarajatlarini qoplashi kerak degani emas, chunki u o'z ish faoliyatini foyda olish maqsadida tashkil etadi. Foyda bu umumiy daromaddan umumiy xarajatlarni ayirmasiga teng:

$$\text{Foyda} = \text{umumiy daromad} - \text{umumiy xarajat}$$

Firmaning maqsadi o'z foydasini iloji boricha ko'proq qilishdir.

Firmaning yuqori darajada foyda olishini ko'rib chiqishimiz uchun, biz uning umumiy daromadlarini va umumiy xarajatlarini hisob-kitob qilishimiz kerak. Umumiy daromad oddiygina hisoblanadi: Bu firma ishlab chiqaradigan mahsulotlari miqdorini mahsulot sotilgan narxga ko'paytirish natijasidir. Agar firma 10000 ta mahsulot ishlab chiqarsa, har bir mahsulotni 2\$ dan sotsa, u 20000\$ umumiy daromad oladi.

Firma o'z xarajatlarini hisoblaganda, iqtisodiyotning o'nta tamoyillaridan birini hisobga olishiga to'g'ri keladi, ya'ni biror narsaning qiymati unga erishish uchun nimadandir voz kechishdir. Bu mahsulotning muqobil qiymati deb ham nomlanadi, ya'ni bu o'sha birlikni qo'shib olish uchun voz kechilishi shart bo'lgan narsalarning hammasi, deb qaralishi mumkin. Iqtisodchilar firmaning ishlab chiqarish

xarajatlari haqida soʻz yuritganlarida, ular tovarlar va hizmatlarni muqobil xarajatlarini ham inobatga oladilar.

Baʼzi firmalarning muqobil xarajatlari ochiq oydin koʻzga tashlanib turadi, boshqalarniki esa, aksincha. Masalan, firma oʻzi uchun zarur boʻlgan mahsulot uchun \$1000 toʻlaydi, bu \$1000 muqobil xarajat hisoblanadi, chunki firma yana biror narsa sotib olish uchun ushbu \$1000dan boshqa foydalanmaydi. Shuningdek, firma sifatli mahsulotlar ishlab chiqarish uchun malakali ishchilarni ishlatadi, firma xarajatlarining maʼlum qismini ishchilar oylik maoshi tashkil qiladi. Firmaning muqobil xarajati firmaning toʻlovlarini toʻlashi uchun kerak boʻladi va bu **yaqqol xarajatlar** deyiladi.

Taqqoslab qaraydigan boʻlsak, firmaning baʼzi muqobil xarajatlari noyaqqol xarajatlar deb nomlanadi va ular qoʻshimcha toʻlovini talab qilmaydi. Tasavvur qiling, firma xoʻjayini kompyuter mutaxassisi va har bir dastur uchun soatlik toʻlovi 100\$ga teng. Har soat uchun firma xoʻjayini oʻzining firmasida ishlaydi, u daromaddan 100\$dan hisoblaydi, va bu ham xarajatlarning bir qismi boʻlib hisoblanadi. Firmaning umumiy xarajati yaqqol va noyaqqol xarajatlar yigʻindisidan iborat.

Yaqqol va noyaqqol xarajatlar oʻrtasidagi farq iqtisodchi va hisobchilar biznesni qanchalik darajada tahlil qilishidek muhim tafovut singari hisobga olinadi. Iqtisodchilar firmaning narxlar belgilashdagi qaror qabul qilishga va mahsulot ishlab chiqarishni oʻrganishga qiziqadilar. Chunki, bu qarorlar har ikkala yaqqol va noyaqqol xarajatlarga asoslanadi, iqtisodchilar firma xarajatlarini hisob-kitob qilishda ikkalasini ham hisobga oladilar. Taqqoslaydigan boʻlsak, hisobchilar firmaga kiradigan va chiqadigan yaqqol xarajatlarni hisoblaydilar. Natijada noyaqqol xarajatlar hioblanmasdan qoladi.

Yuqorida keltirilgan firmani oladigan boʻlsak, iqtisodchilar va hisobchilar oʻrtasidagi farq osongina koʻrinib turadi. Firma xoʻjayini

kam pul keltiradigan kompyuter dasturchiligidan voz kechdi, uning hisobchisi buni firma xarajatlarini hisoblashda inobatga olmaydi, chunki, unga to'lanadigan xarajat firmaning tashqarisiga chiqib ketmaydi. Bu hech qachon hisobchining moliyaviy holatini ko'rsatib bermaydi. Iqtisodchi bo'lsa, har qanday kirim-chiqim xarajatlarini hisoblaydi, chunki bu qaror muhokamasi firmaga katta foyda keltiradi. Misol uchun, firma xo'jayini kompyuter dasturchining maoshini 100\$ dan 500\$ga ko'tarsa, u soatiga maoshining anchagima yuqoriligi uchun unumli ishlashi va to'liq vaqtini kompyuter dasturchiligida davom ettirishi mumkin.

Deyarli har bir biznesning muhim noyaqqol xarajatlari bu investitsiya qilingan biznesdagi moliyaviy kapitalning muqobil qiymatidir. Misol uchun, taxmin qilish mumkinki, firma xo'jayini o'zining firmasini tashkil qilish uchun o'z fondidan \$300000 ishlatdi. Agar firma xo'jayini pulini 5foizli omonat qo'yganida edi, u har yili \$15000 dan mablag'ga ega bo'lardi. Uning maqsadi firmasiga xo'jayinlik qilish, shu sababli u yiliga keladigan \$15000dan voz kechdi. \$15000 firma xo'jayimining noyaqqol muqobil xarajatlari hisoblanadi.

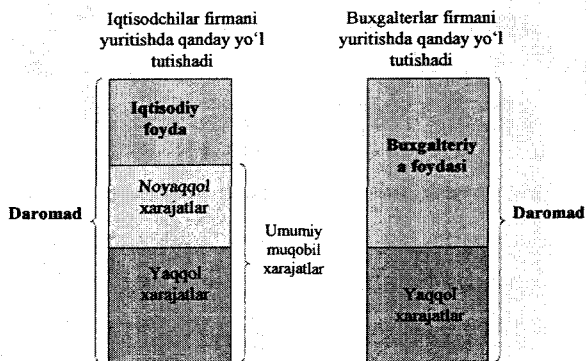
Iqtisodchi va hisobchilar o'rtasidagi farqni chuqurroq o'rganadigan bo'lsak, uncha katta bo'lmagan narsalardan boshlaymiz. Tasavvur qilaylik, hozir firma xo'jayini bu firmani sotib olish uchun \$300000 sarflamadi, ammo, o'rniga \$200000ni bankka 5 foizli omonatga qo'ydi hamda \$100000ni o'z shaxsiy jamg'armalari uchun ishlatdi. Firma xo'jayinining faqatgina yaqqol xarajatlarini hisobga oladigan hisobchisi, har yili bank krediti bo'lgan \$10000ni hisobladi, ya'ni bu firmaning chiqib ketadigan summasining yigindisi hioblanadi.

Biroq iqtisodchilar fikriga ko'ra, biznes boshlash uchun muqobil xarajat haligacha \$15000, ya'ni kamida \$15000siz biznes boshlab bo'lmaydi. Muqobil qiymat bankdan olingan qarzning foizi \$10000 va

jamg'armadagi mablag'dan olinishi mumkin bo'lgan foiz \$5000 yigindisiga teng. Shundan kelib chiqqan holda, iqtisodchilar va hisobchilar qiymatni har xil o'lchaydilar, shuningdek, ular foydani ham har xil hisoblaydilar. Iqtisodchi firmaning umumiy daromadidan sotiladigan mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarishga ketgan barcha xarajatlarni ayirish orqali firmaning iqtisodiy foydasini hisoblaydi. Hisobchi firmaning foydasini aniqlash uchun firmaning umumiy daromadidan faqatgina yaqqol xarajatlarini ayirib tashlaydi.

11.1-rasm bu farqni ko'rsatadi. Hisobchi noyaqqol xarajatlarni hisobga olmagan uchun u hisoblagan foyda iqtisodchi hisoblagan foydadan ko'proq bo'ladi. Iqtisodchi nuqtayi nazaridan qaraganda, biznes daromadli bo'lishi uchun umumiy daromad barcha ishlab chiqarish xarajatlarini, ya'ni yaqqol va noyaqqol xarajatlarni qoplashi kerak.

1



Iqtisodiy foyda bu muhim tushuncha, chunki, u firmani tovar va xizmatlar yetkazib berishga undaydi, ko'rib turibmizki firma ijobiy iqtisodiy foyda qilsagina, biznes dunyosida mavjud bo'ladi. U barcha ishlab chiqarish xarajatlarini qoplaydi va firma egalarini rag'batlantirish

uchun biroz foydaga ham ega bo'ladi. Agar firma iqtisodiy zarar ko'rsagina (ya'ni iqtisodiy foyda salbiy bo'lsa) biznesmenlar barcha ishlab chiqarish xarajatlarini qoplashga yetarlicha daromad jamg'ara olmaydilar. Agar bu holat o'zgarishsiz davom etsa, firma egalari biznesni to'xtatishadi va korxonani tark etishadi. Biznesda qaror chiqarishni tushunish uchun ba'zida iqtisodiy foydani kuzatib borishimiz zarur.

Firma sotishni rejalashtirib, tovar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun resurslarni sotib olganda xarajatga duch keladi. Bu holda biz firmaning ishlab chiqarish jarayoni va uning umumiy qiymati o'rtasidagi bog'liqlikni tekshiramiz.

Tahlil natijasi shuni ko'rsatadiki, firma hajmi o'zgarmas u faqatgina ishlab chiqariladigan mahsulotlar miqdorini o'zgartirishi mumkin. Bu taxmin faqat qisqa muddatli davrga xos, biroq uzoq muddatli davrda unday emas. Ya'ni, firma xo'jayini kutilmaganda o'z firmasini birdaniga kengaytira olmaydi, ammo u bir yoki ikki yil ichida shunday qila olishi mumkin. Bu tahlil qisqa muddatli davr mobaynida qabul qilinadigan ishlab chiqish qarorini tasdiqlaydi.

11.1-jadval firma ishchilar soniga bog'liq holda bir soatda ishlab chiqariladigan mahsulotlar miqdori qanday bog'liqligini ko'rsatadi. Jadvaldan ko'rish mumkinki, birinchi ikkita ustunda, agar firmada ishchilar bo'lmasa, firma mahsulot ishlab chiqarmaydi. Agar bitta ishchi bo'lsa, 50 ta mahsulotni ishlab chiqaradi. Agar 2 ta ishchi bo'lsa, 90 ta mahsulotni ishlab chiqaradi va hakoza. 11.2-rasmda (a) ikki ustunning raqamlarini ko'rsatadi. Ishchilar soni (ishchilar) gorizontal o'qda, ishlab chiqarilgan mahsulotlar somi vertikal o'qda aks ettirilgan. Resurslar miqdori (ishchilar) va yaratilgan mahsulot miqdorlari o'rtasidagi bu bog'liqlik ishlab chiqarish funksiyasi deb ataladi.

JADVAL 1

Ishlab chiqarish funksiyasi va umumiy xarajat

Ishchilar soni	Resurslar (bir soatda ishlab chiqarilgan mahsulotlar miqdori)	Mehnatning chekli mahsuloti	Firmaning xarajalari	Ishchilar uchun xarajat	Resurslar umumiy xarajalari (Firma xarajati + ishchilar uchun xarajati)
0	0	50	\$30	\$0	\$30
1	50	40	30	10	40
2	90	30	30	20	50
3	120	20	30	30	60
4	140	10	30	40	70
5	150	5	30	50	80
6	155		30	60	90

Yanada yaxshiroq tushinish maqsadida jadvalning uchinchi ustunida bitta ishchining chekli mahsuloti ko'rsatilgan. Ishlab chiqarish jarayonidagi har qanday xarajatning **chekli mahsuloti** – bir qo'shimcha xarajat birligi hisobiga erishilgan ishlab chiqarish hajmining miqdoran ortishidir. Ishchilar soni bittadan ikkitaga oshirilsa, mahsulot ishlab chiqarish 50 tadan 90 taga ortadi va ortgan 40 ta mahsulot chekli mahsulot hisoblanadi. Agarda ishchilarni yana bittaga oshirsak, mahsulot ishlab chiqarish 90 tadan 120 taga ortadi va 30 ta mahsulot chekli mahsulot bo'ladi. Jadvalda chekli mahsulot ikki qator orasida aks ettirilgan, chunki ishchilar soni bir pog'onadan boshqasiga o'zgarsa, ishlab chiqarish hajmi ham o'zgaradi.

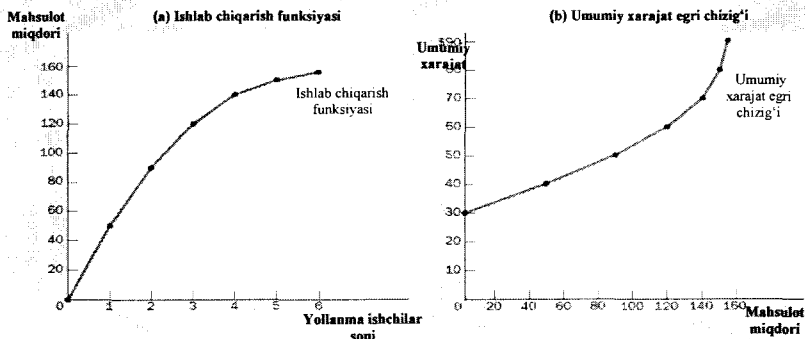
E'tibor bilan qaraydigan bo'lsak, ishchilar soni ortgani sayin, chekli mahsuloti kamayadi. 2-ishchining chekli mahsuloti 40 ta mahsulot edi. 3-ishchiniki 30 ta, 4-ishchiniki 20 ta va h.k. Bu xossa **kamayib boruvchi chekli mahsulot** deb ataladi. Boshida, ya'ni ishchilar soni kam bo'lganida firmadagi uskunalardan foydalanish qulay bo'lgan. Ishchilar soni ortgani sari, vositalardan birgalikda foydalanish va tiqilinch muhitda ishlashga majbur bo'lishadi. Oxir-oqibatda ishchilar bir-biriga halal berishadi. Shu sababli yangi yollangan ishchining umumiy ishlab

chiqarishga qo'shgan hissasi oldin yollangan ishchilikiga qaraganda kamroq bo'ladi.

2 RASM

Firmaning ishlab chiqarish funksiyasi va umumiy-xarajat egri chizig'i

(a) rasmdagi ishlab chiqarish funksiyasi yollangan ishchilar miqdori va ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi. Bu yerda yollangan ishchilar miqdori (gorizontal kesimda) birinchi jadvalda va birinchi ustunda berilgan va yaratilgan mahsulot miqdori (vertikal kesimda) ikkinchi ustunda berilgan. Ishchilar miqdori oshgan sari ishlab chiqarish jarayoni tekislanib boradi, bu qo'shimcha mahsulot kamayishini aks ettiradi. (b) rasmdagi umumiy narx elastikligi yaratilgan mahsulot miqdori va umumiy ishlab chiqarish xarajati o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi. Bu yerda yaratilgan mahsulot miqdori (gorizontal kesimda) birinchi jadvaldagi ikkinchi ustunda berilgan va umumiy xarajat (vertikal kesimda) oltinchi ustunda berilgan. Chekli mahsulot kamayishi tufayli, umumiy xarajat elastikligi yaratilgan mahsulot ortishi bilan ko'tarilib borgan.



Ikkinchi rasmda kamayib boruvchi chekli mahsulot ham tasvirlangan. Ishlab chiqarish funksiyasi egri chizig'i har bir qo'shilgan mehnat sarfi uchun ishlab chiqarish hajmining o'zgarishini ko'rsatib beradi. Ushbu ishlab chiqarish funksiyasi egri chizig'i bir ishchining chekli mahsulotini ham ko'rsatib beradi. Ishchilar soni ortgani sayin, uning chekli mahsuloti kamayib boradi, va ishlab chiqarish funksiyasi yanada bukiladi. Jadvalning oxirgi uchta ustuni firmaning mahsulot ishlab chiqarish xarajatini ko'rsatadi. Bu misolda, firmaning xarajati soatiga 30\$ va bir ishchining maoshi soatiga 10\$. Agar u yana bitta yangi ishchi yollasa, uning xarajati soatiga 40\$ bo'ladi. Agarda 2 ta ishchi yollasa, bu ko'rsatkich 50\$ ga yetadi. Bu ma'lumotlar keltirilgan jadval firma yollaydigan ishchilar soni ishlab chiqariladigan mahsulotlar

miqdori va uning umumiy xarajatlari qanchalik o‘zaro bog‘liqligini ko‘rsatadi.

Endi rasm (b) dagi umumiy xarajat egri chizig‘i bilan rasm (a) dagi ishlab chiqarish funksiyasini taqqoslab ko‘ramiz. Bu egri chiziqlar tanganing ikki tomoniga o‘xshaydi. Ishlab chiqarish hajmi ortganda, umumiy xarajat egri chizig‘i ko‘tariladi, undan farqli ravishda ishlab chiqarish funksiyasi pasayadi. Bu o‘zgarishlar bir xil sababga ko‘ra sodir bo‘ladi. Yuqori ishlab chiqarish firma ishchilar bilan to‘la ekanligini bildiradi, chunki har bir qo‘shilgan yangi ishchi kamayib boruvchi chekli mahsulot evaziga ishlab chiqarishga kamroq hissa qo‘shadi. Bundan shuni ko‘rish mumkinki, umumiy xarajat kamayib boruvchi chekli mahsulotga nisbatan teskari bog‘liqlikda bo‘ladi. Shu sababli ishlab chiqarish funksiyasi nisbatan tekisroq. Endi bu mantiqni atroflicha ko‘rib chiqamiz: firma ishchilar bilan to‘lgan bo‘lsa, qo‘shimcha mahsulot ishlab chiqarish qo‘shimcha mehnat talab etadi va hu juda qimmat. Shu sababli, qachonki ishlab chiqarish hajmi yuqori bo‘lsa, umumiy xarajat ham yuqori bo‘ladi.

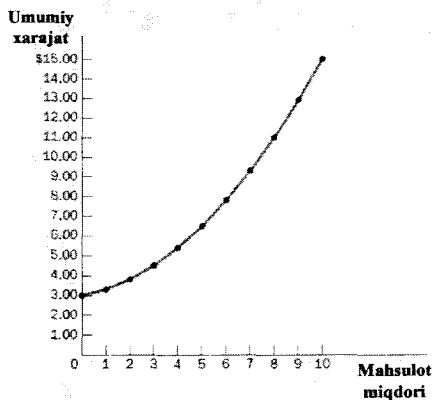
11.2. Doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlar

Firmaning umumiy xarajatini ikki turga bo‘lish mumkin.

2 JADVAL

	Mahsulot miqdori	Umumiy xarajat	O‘zgarmas xarajat	O‘zgaruvchan xarajat	O‘rtacha o‘zgarmas xarajat	O‘rtacha o‘zgaruvchan xarajat	O‘rtacha umumiy xarajat	Chekli xarajat
	0	\$ 3.00	\$3.00	\$ 0.00	-----	-----	-----	\$0.00
	1	3.30	3.00	0.30	\$3.00	\$0.30	\$3.30	0.30
	2	3.60	3.00	0.60	1.50	0.40	1.90	0.70
	3	4.50	3.00	1.50	1.00	0.50	1.50	0.90
	4	5.40	3.00	2.40	0.75	0.60	1.35	1.10
	5	6.50	3.00	3.50	0.60	0.70	1.30	1.30
	6	7.90	3.00	4.90	0.50	0.80	1.30	1.50
	7	9.30	3.00	6.30	0.43	0.90	1.33	1.70
	8	11.00	3.00	8.00	0.38	1.00	1.38	1.90
	9	12.90	3.00	9.90	0.34	1.10	1.44	2.10
	10	15.00	3.00	12.00	0.30	1.20	1.50	

Ulardan biri doimiy xarajatlar va uni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga aloqasi yo‘q. Ular firma hech narsa ishlab chiqarmasa ham mavjud bo‘ladi. Firmaning doimiy xarajati, masalan, u to‘laydigan ijaralardan iborat. Agarda firma hisobchi yo‘llasa, uning maoshi doimiy xarajat hisoblanadi, chunki hisobchi ishlab chiqarish miqdoriga ta’sir etmaydi. 11.2-jadvalning 3-ustunida firmaning doimiy xarajati misolda 3.00\$ miqdorida ko‘rsatilgan.



3

Umumiy xarajat egri chizig'i
 Bu yerda 2-jadval birinchi ustundan ishlab chiqarilgan mahsulot (gorizontal kesimda) va umumiy xarajat (vertikal kesimda) ikkinchi ustundan o‘rin olgan. 2-rasmdan ko‘rinib turganidek, umumiy xarajat egri chizig'i kamayib boruvchi chekli mahsulot sababli mahsulot miqdori tezroq o‘shishni aks ettirgan.

Firma xarajatlarining yana bir turi **o‘zgaruvchan xarajat** deyiladi. Bu firma ishlab chiqaradigan mahsulot miqdorining o‘zgarishi bilan o‘zgaradigan xarajattir. Firmaning o‘zgaruvchan xarajatlari mahsulotni ishlab chiqarishda qo‘llaniladigan xomashyo va uni ishlab chiqarish uchun bevosita sarflanadigan xarajatlardir. Firma qancha ko‘p mahsulot ishlab chiqarsa, shunchalik resurslarga ehtiyoj sezadi va bundan uning xarajatlari ortadi. Mahsulot hajmini ko‘tarish maqsadida qo‘shimcha ishchilar yollash ham mumkin va bu ishchilarning ish haqisi ham o‘zgaruvchan xarajat hisoblanadi. Jadvalning 4-ustuni firmaning o‘zgaruvchan xarajatlarini ko‘rsatadi. Agarda, firma hech narsa ishlab

chiqarmasa, o'zgaruvchan xarajat ham bo'lmaydi. Agar firma hech nima ishlab chiqarmasa o'zgaruvchi xarajat 0, 1 dona mahsulot ishlab chiqarsa 0,30\$, 2 dona mahsulot ishlab chiqarsa 0,80\$ va h.k. Firmaning umumiy xarajati doimiy va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisiga tengdir. 2-jadvaldagi umumiy xarajat 3-ustundagi doimiy xarajat va 4-ustundagi o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisiga teng. Firma xo'jayini qancha mahsulot ishlab chiqarish to'g'risida qaror qabul qiladi. Mazkur qarorning ahamiyati shundaki, u ishlab chiqarish darajasini o'zgartirganida uning xarajatlari qanday o'zgaradi.

Ishlab chiqarilgan mahsulotning birligi uchun xarajatni topish uchun, firmaning xarajatini yaratiladigan mahsulot hajmiga bo'lamiz. Masalan, agar firma soatiga 2 dona mahsulot ishlab chiqarsa, uning umumiy xarajati 3.80\$ bo'ladi va odatiy bir dona mahsulotning xarajati $3.80/2$ yoki 1.90 bo'ladi. Umumiy xarajatning ishlab chiqarish hajmiga nisbati **o'rtacha umumiy xarajat deyiladi**. Umumiy xarajat doimiy va o'zgaruvchi xarajatlar yig'indisi bo'lganligi uchun, o'rtacha umumiy xarajat o'rtacha doimiy va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisiga teng. Doimiy xarajatning mahsulot miqdoriga nisbati **o'rtacha doimiy xarajat** deyiladi. O'zgaruvchan xarajatning mahsulot miqdoriga nisbati esa **o'rtacha o'zgaruvchan xarajatni** ifodalaydi.

Garchi o'rtacha umumiy xarajat odatiy birlik narxini ko'rsatsada, u ishlab chiqarish darajasi ortganida umumiy xarajatning qanday o'zgarishini ko'rsatmaydi. 2-jadvalning oxirgi ustuni firma ishlab chiqarish hajmini bir birlikka oshirgandagi umumiy xarajatning ortgan miqdorini ko'rsatadi. Bu miqdor **chekli xarajat** deyiladi. Masalan, firma ishlab chiqarishni 2 donadan 3 donaga oshirsa, umumiy xarajat 3.80\$dan 4.50\$ga ko'tariladi. Shunday qilib uchinchi mahsulotning chekli xarajati 4.50\$-3.80\$ yoki 0.70\$ hisoblanadi. Jadvalda chekli xarajat ikki chiziq orasida tasvirlangan, chunki u ishlab chiqarish hajmining miqdori bir

darajadan boshqasiga almashganida umumiy xarajatdagi o'zgarishni ifodalaydi.

Bu quyidagi ta'riflarni matematik izohlashda yordam berishi mumkin.

$$O'rtacha\ umumiy\ xarajat = \text{Umumiy xarajat} / \text{Miqdor}$$

$$ATC = TC / Q$$

va

Chekli xarajat = Umumiy xarajatdagi o'zgarish / Miqdordagi o'zgarish

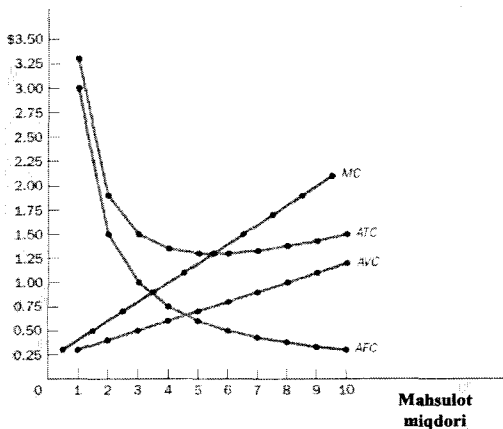
$$MC = \Delta TC / \Delta Q$$

Bu yerda Δ belgisi, *Grekl harfi delta*, o'zgaruvchidagi o'zgarishni ifodalaydi. Bu tengliklar qanday qilib umumiy xarajattan o'rtacha umumiy xarajat va chekli xarajatning olinishini ko'rsatadi. Tadbirkor menejerlar bozorga qancha mahsulot chiqarish borasida o'ylayotganlarida o'rtacha umumiy xarajat va chekli xarajat tushunchalarini yodda saqlashi lozim.

11.3. Xarajat egri chiziqlari va ularning shakllari

Gorizontal kesim firmaning mahsulotlari miqdorini va vertikal kesim chekli va o'rtacha xarajatlarni aks ettiradi. Grafik 4 egri chiziqdan iborat: o'rtacha umumiy xarajat (ATC), o'rtacha o'zgarish xarajat (AFC), o'rtacha o'zgaruvchan xarajat (AVC) va chekli xarajat (MC).

Xarajat egri chiziqlari firma misolida aks ettirilgan va iqtisodiyotda ko'pchilik firmalar uchun zarur bo'lgan asosiy xususiyatlarga ega. Keling ushbu uchta jihatlarni tahlil qilamiz: chekli xarajat egri chizig'i shakli, o'rtacha umumiy xarajat egri chizig'i shakli va chekli va o'rtacha umumiy xarajat o'rtasidagi bog'liqlik.



Firmaning o'rtacha va chekli xarajatlari egri chiziqlari

Bu epizma firma uchun o'rtacha umumiy xarajat (ATC), o'rtacha o'zgaruvchan xarajat (AVC), o'rtacha o'zgaruvchan xarajat (AVC) va chekli xarajat (MC)ni aks ettiradi. Ushbu hamma egri chiziqlar 2-jadval asosida shakllantirilgan. Bu xarajat egri chiziqlari ko'pchilik firmalar uchun alohida xususiyatga ega bo'lgan uchta jihatga ega: 1) Chekli xarajat mahsulot hajmi o'sishi bilan o'sadi; 2) O'rtacha umumiy xarajat U-shaklidagi egri chiziqni aks ettiradi; 3) Chekli xarajat egri chizig'i o'rtacha xarajat egri chizig'ini minimum umumiy o'rtacha xarajat egri chizig'ida kesib o'tadi.

O'sib boruvchi chekli xarajat.

Firmaning chekli xarajati u ishlab chiqargan mahsulot soniga qarab ortadi. Bu kamayib borayotgan chekli mahsulotlar narxida aks etadi. Firma oz miqdorda mahsulot ishlab chiqarsa, uning ishchilari oz bo'ladi va uning ko'p uskunolari ishlatilmaydi. Chunki u mazkur ishlatilmayotgan resusrlarni osongina muomalaga kirita oladi, qo'shimcha ishchining ehtiyojsiz mahsuloti ko'p va qo'shimcha mahsulotning narxi past. Aksincha, firma ko'p mahsulot ishlab chiqarganda, u ishchilar bilan to'ladi va uning barcha uskunolari to'laligicha ishlatiladi. Firma ishchilar qo'shish orqali ko'p mahsulot ishlab chiqara oladi, lekin bu ishchilar shovqinli olomon ichida ishlashiga va uskunalarni ishlatish uchun kutib qolishiga to'g'ri kelishi mumkin. Shuning uchun, qachonki, ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori yuqori bo'lganda, qo'shimcha ishchining ahamiyatga ega bo'lmagan mahsuloti oz bo'ladi va qo'shimcha mahsulot narxi yuqori bo'ladi.

U-shaklidagi o'rtacha umumiy xarajat. 11.4-rasmda ko'rsatilganidek firmaning o'rtacha umumiy xarajat ko'rsatkichi "U"

shaklda. Nega bunday ekanini tushunish uchun o'rtacha umumiy xarajat o'rtacha o'zgarmas va o'rtacha o'zgaruvchan xarajat yig'indisiga tengligini yodda tutish kerak. O'rtacha o'zgarmas xarajat doim ishlab chiqarish ortishi bilan pasayadi, chunki bu xarajat ko'plab sohalarga yoyiladi. O'rtacha o'zgaruvchan xarajat esa ishlab chiqarish ortishi bilan ortadi.

O'rtacha umumiy xarajat o'rtacha o'zgarmas va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatning holatini aks ettiradi. Ishlab chiqarishning juda past darajalarida, misol uchun har soatda 1 yoki 2 dona mahsulot bo'lsa, o'rtacha umumiy xarajat juda yuqori bo'ladi. O'rtacha o'zgaruvchan xarajat past bo'lishiga qaramay, o'rtacha o'zgarmas xarajat yuqori, chunki o'zgarmas xarajat faqat bir qancha birlikka o'ttiriladi. Ishlab chiqarish o'sishi bilan o'zgarmas xarajat oshadi. O'rtacha o'zgarmas xarajat dastavval keskin darajada, keyinroq esa sekinlik bilan pasayadi. Buning natijasi o'laroq, o'rtacha umumiy xarajat ham firma ishlab chiqarishi bir soatda besh dona mahsulot va bir birlik mahsulotga 1.30\$ gacha pasayadi. Qachonki firma bir soatda olti donadan ko'proq mahsulot ishlab chiqarsa, o'rtacha o'zgaruvchan xarajatning o'sishi yetakchi kuchga aylanadi va o'rtacha umumiy xarajat o'sa boshlaydi. O'rtacha o'zgarmas va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar o'rtasidagi kurashning kuchi o'rtacha umumiy xarajatda U shaklini yaratadi.

U-shaklining quyi qismi o'rtacha umumiy xarajatni qisqartiradigan miqdorda sodir bo'ladi. Bu miqdor firmaning ba'zan **samarali hajmi** deb ataladi. Firma uchun samarali hajm soatiga 5 yoki 6 dona mahsulot hisoblanadi. Agarda u bu miqdordan kamroq yoki ko'proq mahsulot ishlab chiqarsa, uning o'rtacha umumiy xarajati 1.30\$ dan oshadi. Mahsulot ishlab chiqarishni pastroq bosqichlarida o'rtacha umumiy xarajat 1.30\$ dan yuqoriroq bo'ladi, chunki aralash xarajat juda ham

kam mahsulotga tarqaladi. Mahsulot ishlab chiqarish yuqori bosqichlarida o'rtacha umumiy xarajat 1.30\$ dan yuqoriroq bo'ladi, chunki qo'shilgan mahsulotning foydasi sezilarli ravishda qisqargan. Samaradorlik darajasida bu ikki kuchlar eng past umumiy xarajat yaratish uchun muvozanatlashtiriladi.

Chekli xarajat va o'rtacha umumiy xarajat o'rtasidagi bog'liqlik.

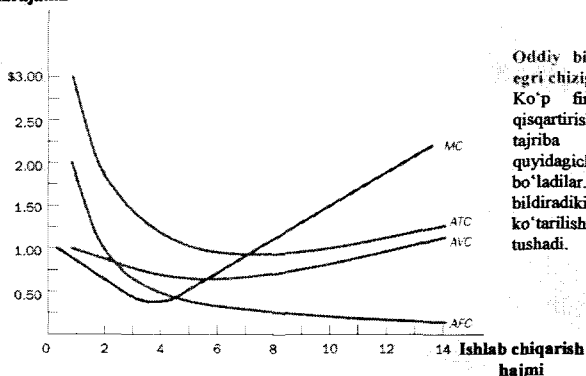
11.4-rasmga qarasak, dastavval g'alati narsaga duch kelasiz. *Qachonki chekli xarajat o'rtacha umumiy xarajatdan pastroq bo'lsa, o'rtacha umumiy xarajat tushayotgan bo'ladi.* Shuning aksi bo'lsa, o'rtacha umumiy xarajat oshadi. Firma xarajat chiziqlarining bu xususiyati namunada foydalanilgan o'ziga xos rasmlarga o'xshamaydi. U hamma firmalar uchun to'g'ri. Nima uchun bunday? O'rtacha xarajat va o'rtacha umumiy xarajat o'rtasidagi aloqa muhim natijaga ega: *o'rtacha xarajat chizig'i o'rtacha umumiy xarajat chizig'ini o'zining eng pastki nuqtasidan kesib o'tadi.* Lekin ikki chiziq tutashgach, sezilarsiz narx o'rtacha umumiy xarajat chizig'idan tepaga ko'tariladi. Hozirgina muhokama qilganimiz sababli, o'rtacha umumiy xarajat ishlab chiqarishni bu darajasida ko'tarilishni boshlashi kerak.

Ko'pchilik firmalarda chekli mahsulot birinchi ishchi yo'llanganidan keyin, darrov faoliyatini boshlamaydi. Ishlab chiqarish jarayoniga bog'liq holda, 1-ishchiga qaraganda 2- yoki 3- ishchida ko'proq sifatli mahsulot bo'ladi, chunki, ishchilar jamoasi topshiriqlarni bo'lib olishlari mumkin va bitta ishchiga qaraganda unumliroq ishlaydilar. Firmalar sifatli mahsulotni ishlab chiqarishni boshlashdan oldin, o'z tajribalarini oshirish uchun bu ko'rgazmalarni namoyish qiladilar. O'rtacha umumiy, o'rtacha o'zgarmas, o'rtacha o'zgaruvchan, chekli xarajatlarni biron-bir firma misolida 5-rasmda, o'rtacha umumiy xarajat (ATC), o'rtacha o'zgarmas xarajat (AFC), o'rtacha o'zgaruvchan xarajat (AVC) va chekli xarajat (MC)larni o'z ichiga olgan holda

ko'rsatilgan. Ishlab chiqarish hajmi pasayganda chekli mahsulot ishlab chiqarishda firmaning tajribasi oshadi va diagrammada chekli xarajat egri chiziqlari pasayadi. Nihoyat, firma chekli mahsulot qisqarishini tajriba qilganidan so'ng xarajatlar ko'tarila boshlaydi. Bu o'sish kombinatsiyasi keyinchalik chekli mahsulotning qisqarishini, va o'rtacha-o'zgaruvchan-xarajat diagrammasini hosil qiladi. Bizning dastlabki misolimizdagi farqlarga qaramasdan, xarajatlar tebranishining 3 ta xususiyatini eslab qolish uchun juda muhim:

- Chekli xarajatlar nihoyat ishlab chiqarish miqdori bilan birgalikda oshadi.
- O'rtacha-umumiy-xarajat "U" shaklida shakllanadi.
- Chekli xarajatlar egri chizig'i o'rtacha umumiy xarajat egri chizig'ini minimum nuqtasidan kesib o'tadi.

Xarajatlar



RASM 5

Oddiy bir firma uchun xarajatlar egri chizig'i Ko'p firmalar chekli mahsulotni qisqartirishdan oldin uning oshishini tajriba qiladilar. Natijada ular quyidagicha xarajat rasmsiga ega bo'ladilar. Chekli xarajatlar shuni bildiradiki, o'rtacha umumiy xarajat ko'tarilishni boshlashdan oldin tushadi.

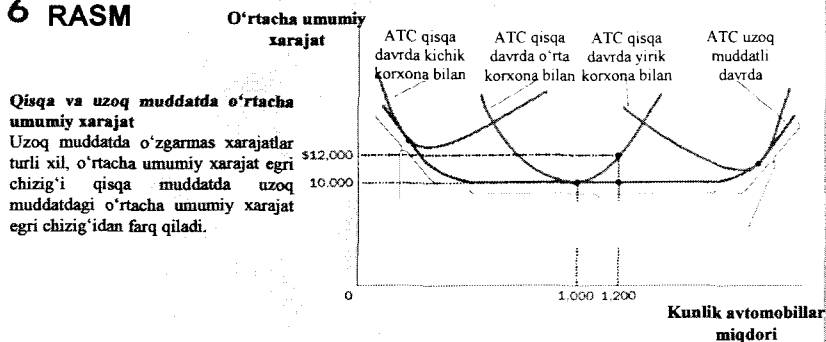
11.4. Qisqa muddatli va uzoq muddatli xarajatlar

Ko'pgina firmalar uchun o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar o'rtasidagi umumiy xarajatlar taqsimoti vaqtga bog'liqdir. Masalan,

FORD mashina kompaniyasi kabi mashina zavodi qisqa vaqt ichida FORD uning mashina zavodlari hajmi yoki sonini o'zgartira olmaydi. Faqatgina u o'zining oldindan mavjud bo'lgan zavodlariga qo'shimcha ishchi xodimlar olish yo'li bilangina u ishlab chiqarayotgan mashinalar sonini ko'paytirishi mumkin. Bu zavodlarning xarajati qisqa muddat ichida o'zgarmaydi, biroq bir necha yil davomida FORD yangi zavodlar qurib yoki eskilarini yopib zavodlar hajmini ko'paytirishi mumkin. Shuning uchun uzoq muddat ichida uning zavodlari xarajatlari o'zgaruvchidir.

Ko'pgina loyihalar qisqa muddat ichida o'zgarmas, uzoq muddat ichida o'zgaruvchanligi sababli, firmaning qisqa muddatdagi xarajat egri chizig'i darajasi uzoq muddatdagidan farq qiladi. 11.6-rasmda bunga bir misol berilgan. Rasmda kichik, o'rta va katta zavodlar uchun 3 ta qisqa muddatli o'rtacha umumiy xarajat darajasi berilgan. Unda shuningdek, uzoq muddatli xarajat darajasi berilgan, zavod xarajatlari ishlab chiqarish xarajatlariga moslashtirilgan.

6 RASM



Bu rasim qisqa va uzoq muddatli xarajatlarni bog'liqlaydi. Uzoq muddatli o'rtacha umumiy xarajat egri chizig'i qisqa muddatli o'rtacha umumiy xarajatga qaraganda, ancha U shaklida egilgandir. Qo'shimcha

qilib aytganda, hamma qisqa muddatli egri chiziqlar uzoq muddatli egri chiziqlar ustida yotadi. Bu xususiyatlar o'sishi firmaning uzoq muddatda ko'proq egiluvchan bo'lganligidadir. Natijada, uzoq muddatda, firma xohlagandek qisqa muddatli egri chiziqni tanlaydi. Lekin, qisqa muddatda avval tanlangan qisqa muddatli egri chiziqdan foydalanilgan bo'ladi. Ushbu miqdor bu misolda ishlab chiqarishda o'zgarish turli davr oralig'idagi xarajatlarni o'zgartirishni ko'rsatadi.

Qachonki Ford kuniga mashina ishlab chiqarishni 1000 ta dan 1200 taga osbirishni xohlaganda, qisqa vaqt ichida buning imkoni yoq edi. Lekin o'zining bu mavjud kichkina zavodiga ko'proq ishchilarni yollash kerak edi. Kichik mahsulotlarni kamaytirish sababli, o'rtacha umumiy xarajat har bir mashina uchun \$10000 dan \$12000 ga oshdi. Uzoq muddat ichida Ford zavodining ham ishchi kuchini kengaytirdi, ham o'rtacha umumiy xarajat \$10000 ga qaytardi.

Firma o'z faoliyatini uzoq vaqt davom ettirishi uchun qancha vaqt kerak? Buning javobi firmaga bo'g'liq. Firma o'zining ishlab chiqarish qobilyatini tartibga keltirishi uchun qancha vaqt ketishi haqida yagona javob yo'q. Mahsulot ishlab chiqarishga yaroqli firmadagi ihlab chiqarish jarayonlari haqidagi muhim ma'lumotlarni uzoq muddatli o'tacha umumiy xarajat chizig'i o'zida namoyish qiladi. Ayniqsa, bu xarajatlar bir-biridan qanday farqlanishini aytadi. Ishlab chiqarish oshgan sari, uzoq muddatli o'rtacha umumiy xarajat kamaysa, bu iqtisodiy samara deyiladi. Ishlab chiqarish oshgan sari, uzoq muddatli o'rtacha umumiy qiymat ham oshsa, bu noiqtisodiy samara deyiladi. Uzoq muddatli o'rtacha umumiy xarajat ishlab chiqarish darajasi bilan teng bo'lsa, bu o'zgarmas samara deyiladi. Bu misolda Ford ishlab chiqarishni eng past darajalarida iqtisodiy samaraga ega bo'ldi.

Nazorat savollari

1. Ishlab chiqarish xarajatlari deganda nimani tushunasiz?
2. Umumiy xarajatga, o'rtacha umumiy xarajatga va chekli xarajatga ta'rif bering. Ular orasida qanday bog'liqlik bor?
3. O'rtacha xarajatlarni qanday aniqlanadi va ularning qanday turlari mavjud?
4. Chekli xarajatlarni qanday aniqlanadi va uning grafigi qanday ko'rinishga ega?
5. Chekli xarajatning va o'rtacha umumiy xarajatning egri chiziqlarini biron-bir firma misolida chizib ko'rsating.
6. Chekli xarajatning va o'rtacha umumiy xarajatning egri chiziqlarining kesishgan joylari nima uchun kesishganini tushuntiring.
7. Qanday qilib va nima uchun firmaning o'rtacha umumiy xarajatining egri chizig'i bir-biridan farq qiladi?
8. Iqtisodiy samara deganda nimani tushunasiz va uning qanday turlari mavjud?

XII BOB. RAQOBATLASHGAN BOZORLARDAGI FIRMALAR FAOLIYATI

12.1 Raqobat tushunchasi

Bozor mukammal raqobatlashgan yoki raqobatlashgan bozor boʻladi, agar unda quyidagi shartlar bajarilsa:

sotuvchi va xaridorlar bozorda mabsulot narxi qanday boʻlsa, shunday qabul qiladilar va ular narxga taʼsir qila olmaydilar;

bozorga yangi sotuvchilarni kirishi va sotuvchilarni bozordan chiqishi cheklanmagan;

sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqmaydi;

bozor subyektlari bozor toʻgʻrisida toʻliq axborot olish imkoniyatiga ega.

Bunday shartlar bajariladigan bozor mukammal raqobatlashgan bozor hisoblanadi yoki sof raqobatlashgan hamda raqobatlashgan bozor deb qaraladi. Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning raqobatlashuvchi firma deb qaraladi. Bundan keyin raqobatlashuvchi firma toʻgʻrisida gapirilganda, biz raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmani nazarda tutamiz.

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

$$P = \text{const.} \quad (1)$$

Raqobatlashgan bozorda har bir alohida sotuvchi tomonidan sotiladigan tovarning bozorda sotiladigan umumiy tovar miqdoridagi ulushi juda oz boʻlgani uchun ham u tovar narxini oʻzgartira olmaydi.

Mukammal raqobatlashgan bozorda sotuvchilar ham xaridorlar ham ko'p.

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

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

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

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

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

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

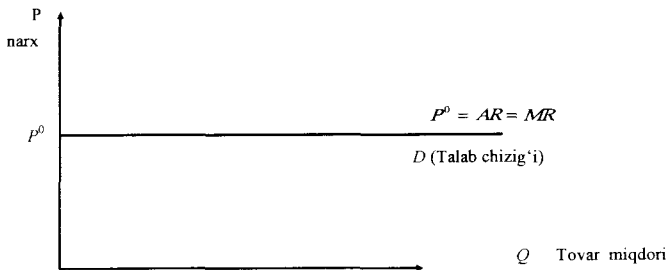
$$AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P. \quad (3)$$

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

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

Demak, raqobatlashgan bozorda talab chizig'i o'rtacha va chekli daromadlar chizig'i bilan ifodalanadi.

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



12.1-rasm. Raqobatlashgan bozordagi narx, o‘rtacha va chekli daromad

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

Misol. Raqobatlashgan bozorda bir xil sifatli apelsin sotilmoqda. Sotuvchining umumiy, o‘rtacha va chekli daromadlarini hisoblaymiz. Ushbu hisob-kitoblar quyidagi jadvalda keltirilgan.

12.1-jadval

Sotuvchining umumiy, o‘rtacha va chekli daromadlarini hisoblash

Sotilgan apelsin miqdori, Q	Apelsin narxi, P	O‘rtacha daromad, AR	Yalpi daromad, TR	Chekli daromad, MR
0	75	75	0	-
1	75	75	75	75
2	75	75	150	75
3	75	75	225	75
4	75	75	300	75
5	75	75	375	75

6	75	75	450	75
7	75	75	525	75
8	75	75	600	75
9	75	75	675	75
10	75	75	750	75

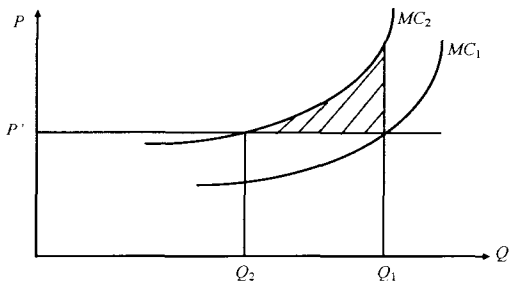
Chekli daromad MR yalpi daromadning berilgan qiymatidan oldingisini ayirish bilan aniqlanadi. Masalan,

$$MR(5) = TR(5) - TR(4) = 375 - 300 = 75.$$

12.2. Raqobatlashuvchi firmaning daromadi.

Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firma ishlab chiqarish omillaridan birining narxi oshganda qanday qaror qabul qilishini ko'rib chiqamiz.

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



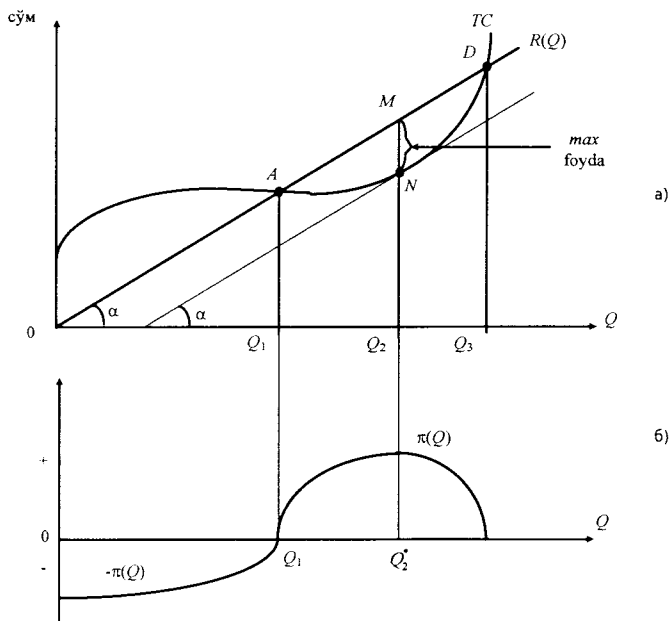
12.2-rasm. Chekli xarajatning ishlab chiqarish hajmiga bog'liqligi

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

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

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

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



12.3-rasm. Qisqa muddatli oraliqda foydani maksimallashtirish grafiği.

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q). \quad (5)$$

Agar absissa o'qi bo'yicha ishlab chiqariladigan mahsulot hajmini, ordinata o'qi bo'yicha - umumiy daromadni joylashtirsak, daromadning mahsulot hajmiga bog'liqligi ($R(Q) = P \cdot Q$) koordinata boshidan chiquvchi nur bilan ifodalanadi. Umumiy xarajatlar esa o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisidan hosil bo'ladi (2-rasm).

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

Ishlab chiqarish hajmi oshib borishi bilan firmaning foydasi musbat bo'lib oshib boradi va ishlab chiqarish hajmi Q_2 ga teng bo'lganda daromad $TR(Q)$ bilan umumiy xarajat $TC(Q)$ o'rtasidagi farq maksimal bo'ladi (12.3-rasm bu MN). Demak, foyda ishlab chiqarish hajmi $Q = Q_2$ bo'lganda maksimalashadi (11-b -rasm). Ishlab chiqarish hajmi Q_2 dan oshganda ($Q > Q_2$) umumiy xarajatlarning o'sishi daromad o'sishiga nisbatan ustunroq bo'lgani uchun foyda kamayib boradi. Rasmdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish hajmi Q_1 gacha bo'lganda firma zarar bilan ishlaydi, nima uchun deganda ($TC > R(Q)$). Firma Q_1 va Q_2 oraliqda foyda oladi va bu foyda Q_2 ga qadar oshib, ishlab chiqarish hajmi Q_2 ga teng bo'lganda maksimal qiymatga erishadi. N nuqtada daromad chizig'ining burchak koeffitsiyenti (chekli daromad $MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = tg\alpha$) umumiy xarajat chizig'ining burchak koeffitsiyentiga (chekli xarajatiga $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = tg\alpha$) teng $MC = MR$.

Shunday qilib, firmaning chekli daromadi bilan chekli xarajati bir-biriga teng bo'lganda foyda maksimal qiymatga erishadi. $MC = MR$ foydani maksimalashtirish sharti bo'lib, firma qaysi bozorda

(raqobatlashgan, monopol, oligopol) faoliyat ko'rsatmasin, u o'z kuchini saqlab qoladi.

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

Maksimallik shartini matematik tomondan keltirib chiqarish mumkin:

$$\pi(Q) = R(Q) - TC(Q), \quad (6)$$

Funksiya maksimal qiymatga erishadi, qachonki ishlab chiqarish hajmini kichik ΔQ miqdorga oshirganimizda foyda o'zgarmasa, ya'ni

$$\frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} = 0, \quad \text{bundan} \quad \frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} - \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = 0. \quad (7)$$

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

bo'lgani uchun foydani maksimallashtirish shartini quyidagicha yozamiz:

$$MR(Q) = MC(Q). \quad (8)$$

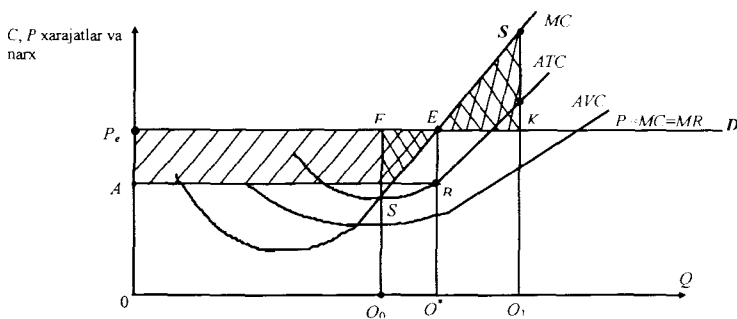
Raqobatlashgan firmaning muvozanat holati va qisqa muddatli oraliqdagi taklifi.

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

$$P = MC. \quad (9)$$

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

Raqobatlashgan firma foydasini maksimallashtirish sharti yordamida biz firmaning muvozanat holatini belgilovchi nuqtani grafik orqali aniqlashimiz mumkin (12.4-rasm).



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

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

hajmi Q^* ga erishadi.

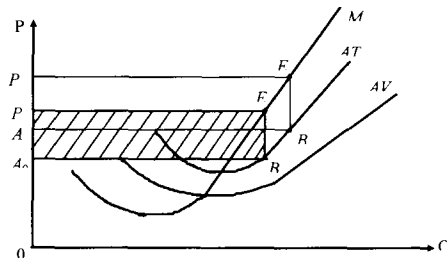
Rasmda umumiy daromad ($TR-TC$) ${}^0P_eEQ^*$ to'rtburchak yuzasiga, umumiy xarajat ${}^0ABQ^*$ to'rtburchak yuzasiga teng. Umumiy maksimal foyda ($\max \pi(Q) = TR - TC$) AP_eEB yuza bilan ifodalanadi va bu yuza quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:

$$\pi = (P - ATC) \cdot Q, \quad (10)$$

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

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

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

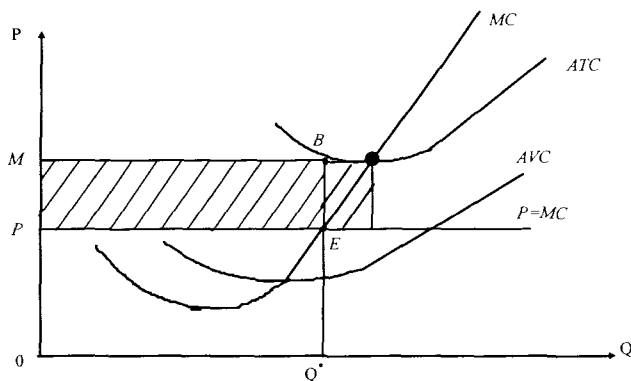


12.5-rasm. Raqobatlashuvchi firma foydasi.

Rasmda, boshlang'ich narx P_0 bo'lganda umumiy foyda $P_0AB_0E_0$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalansa, narx oshib P_1 bo'lganda umumiy foyda qiymati ham oshadi va $P_1AB_1E_1$ to'rtburchak yuzi bilan ifodalanadi.

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

Natijada, foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q^* da narx P o'rtacha umumiy xarajatdan kichik bo'ladi, ya'ni $P < ATC(Q)$ va shuning uchun BE ishlab chiqarishning o'rtacha yo'qotishiga (zarariga) teng. Shtrixlangan $PEBM$ to'rtburchak yuzi firmaning umumiy yo'qotishini bildiradi. Lekin, firma qisqa muddatli oraliqda zarar ko'rsa ham kelajakda narx oshishi yoki ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishi evaziga foyda olish maqsadida ishni davom ettiradi.



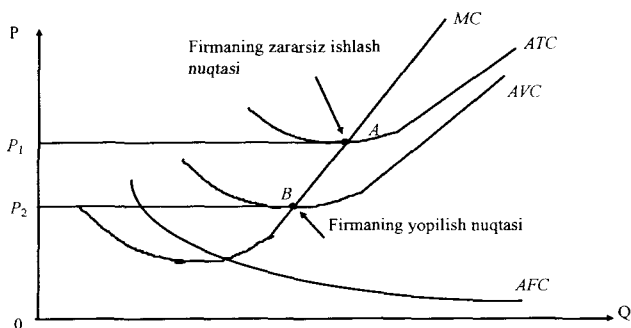
12.6-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi yo'qotishlari.

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

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

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

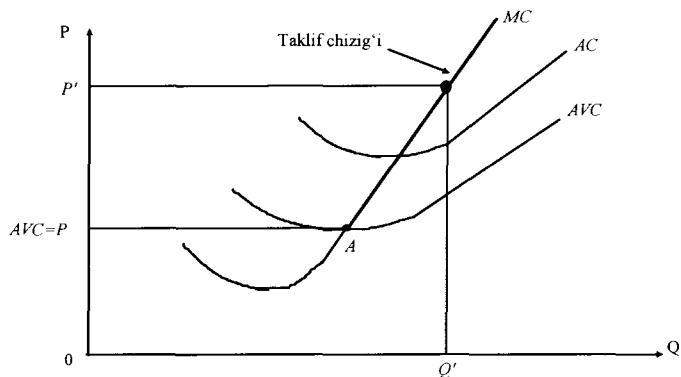
Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni raqobatlashgan bozordagi narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajattan kichik bo'lsa ($P < AVC(Q)$) (V nuqta), firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi).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



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

Yuqoridagi qoidalar firma uchun umumiy xarakterga ega. Firma qaysi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'iy nazar ushbu qoidalar o'z kuchini saqlaydi. 12.7-rasmida A nuqta firmaning zararsiz ishlash nuqtasi deyiladi, bu nuqtada $P_1 = ATC(Q)$ bo'lib, firma zarar ham ko'rmasdan, foyda ham olmasdan ishlashini ifodalaydi.

Firmaning taklif chizig'i har bir mumkin bo'lgan narxlarda firma qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarib taklif qilishini ifodalaydi. Yuqorida ko'rdikki, firma mahsulot ishlab chiqarishni narx chekli xarajatga teng bo'lgunga qadar oshiradi va narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajatdan kichik bo'lsa, ishlab chiqarishni to'xtatadi (firma yopiladi). Demak, firmaning noldan yuqori hajmdagi ishlab chiqarish ($Q > 0$) taklif chizig'i chekli xarajatning (MC) o'rtacha o'zgaruvchan xarajatning minimumidan yuqorida yotgan qismi bilan ustma-ust tushadi (12.8-rasm, chekli xarajat chizig'ining A nuqtadan yuqori qismi). AVC minimumidan yuqori bo'lgan har qanday narx P da foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q ni grafik orqali aniqlashimiz mumkin) (12.8-rasm).



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

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

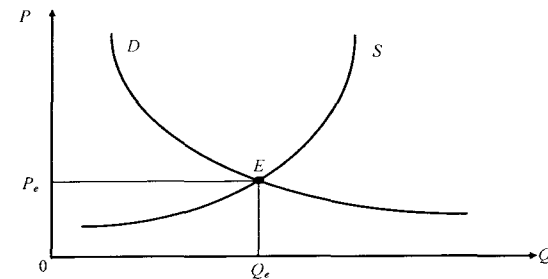
Endi raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqdagi tarmoq muvozanatini qaraymiz. Ma'lumki, bir turdagi (bir xil ehtiyojni qondiradigan) tovarlarni ishlab chiqaradigan firmalar birgalikda tarmoqni tashkil qiladi. U holda tarmoq taklifi tarmoqni tashkil qiluvchi firmalarning takliflari yig'indisidan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

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

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

S - tarmoq taklifi chizig'i.

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



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

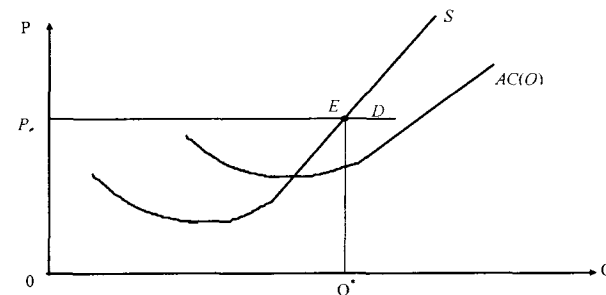
Firmaning tarmoqdagi ulushi uning chekli xarajatini, muvozanat narx bilan teng bo'lishini ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmi bilan aniqlanadi, ya'ni $MC = P_e$.

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

$$P_e > AC(Q), \quad (11)$$

firma o'z foydasini maksimallashtiradi (7.10-rasm)

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



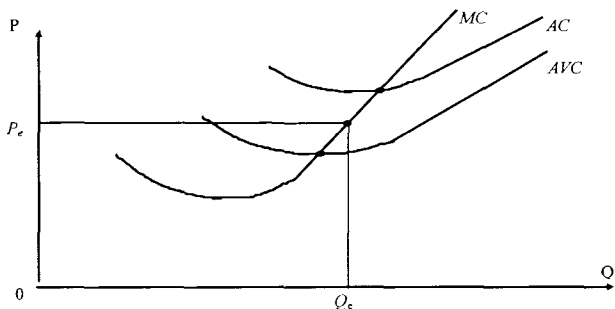
12.10-rasm. Firma foydasini maksimallashtirish sharti (E muvozanat nuqta), S korxonalar taklifi

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

Agar bozor muvozanati narxi P_e bo'lganda va talab chizig'i taklif chizig'ini AC va AVC chiziq-lari o'rtasida kesib o'tsa, ya'ni (12.11-rasm)

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

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



12.11-rasm. **Firma zararini minimallashtiradigan hol**

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

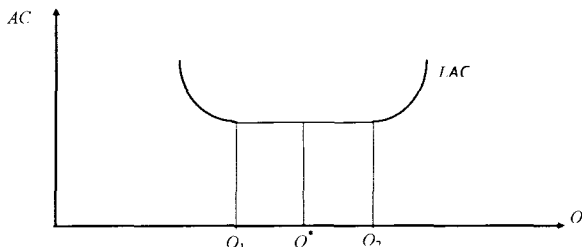
Bordi-yu muvozanat narx P_e firmaning o'rtacha o'zgaruvchan xarajatidan, har qanday ishlab chiqarish hajmida past bo'lsa, ya'ni $P_e < AVC(Q)$, firma o'z faoliyatini to'xtatadi.

12.3. Foydani maksimallashtirish va raqobatli firmalarning taklif egri chizig'i.

Uzoq muddatli oraliqda firma foydalanadigan barcha omillarini o'zgartiradi, shu jumladan ishlab chiqarish quvvatlarini ham. Uzoq muddatli oraliqda firma o'z kapitali hajmini o'zgartirishi, ya'ni ishlab

chiqarish quvvatini o'zgartirishi mumkinligi firmaga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga imkon beradi. Firma ishlab chiqarish xarajatlarining qanday o'zgarishi ishlab chiqarish masshtabi samaradorligining o'sishi, o'zgarmasligi va kamayishi bilan aniqlanadi. Yana shuni eslatib o'tish kerakki, firmaning uzoq muddatli oraliqdagi faoliyatini tahlil qilganimizda uning o'rtacha xarajatlari muhim ahamiyat kasb etadi. Faraz qilaylik, firmaning ishlab chiqarish jarayonida barcha ishlab chiqarish hajmlari uchun o'zgarmas masshtab samarasiga ega. Bunda ishlab chiqarish omillari sarfi ikki barobar oshganda ishlab chiqarish hajmi ham ikki barobarga o'sadi. Demak, ishlab chiqarish hajmi oshgani bilan o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari o'zgarmaydi.

Endi faraz qilaylik, masshtab samarasi o'suvchi bo'lsin. Ishlab chiqarish omillaridan foydalanishni ikki barobar oshirganimizda, ishlab chiqarish hajmi ikki barobardan ko'proqqa oshadi (masalan, uch barobarga oshirishi mumkin). Bunday holda o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlari qisqaradi, nima uchun deganda, ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati, omillar sarfi sur'atidan ko'p. Xuddi shunday, masshtab samarasi pasayganda, ya'ni ishlab chiqarish omillari sarfimi o'sishi sur'atidan ishlab chiqarish hajmining o'sish sur'ati kichik bo'lganda AC ortib boradi.

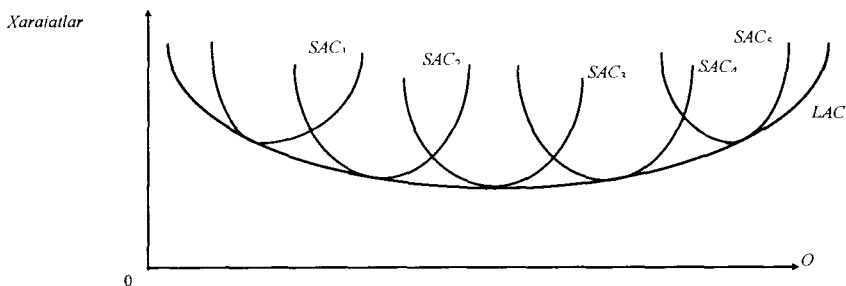


12.12-rasm. Uzoq muddatli oraliqda o'rtacha xarajatlar LAC grafigi

Odatda, ishlab chiqarishning boshida masshtab samarasining oshishi, undan keyin o'zgarmas va keyinchalik kamayishi ko'pgina firmalarga xosdir. Shuning uchun ham uzoq muddatli oraliqda umumiy o'rtacha xarajatlar chizig'i botiq ko'rinishga ega bo'ladi (12.12-rasm).

Grafikda Q' dan chap tomonda yotgan qismida masshtab samarasi musbat (o'suvchi), Q' dan o'ng tomonda yotgan qismida masshtab samarasi manfiy va nihoyat Q' ning kichik atrofida u o'zgarmasdir ($Q_1 - Q_2$ oraliqda). Ishlab chiqarish hajmi Q' firmaning uzoq muddatli oraliqdagi samarali razmerini (quvvatini) ifodalaydi.

Uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar (LAC) bilan qisqa muddatli o'rtacha xarajatlar (SAC) o'rtasidagi munosabatni quyidagi 7.13-rasmdan ko'rish mumkin.



12.13-rasm. Masshtab samarasi o'sganda va qisqarganda uzoq va qisqa muddatli oraliqlardagi o'rtacha xarajatlar grafigi.

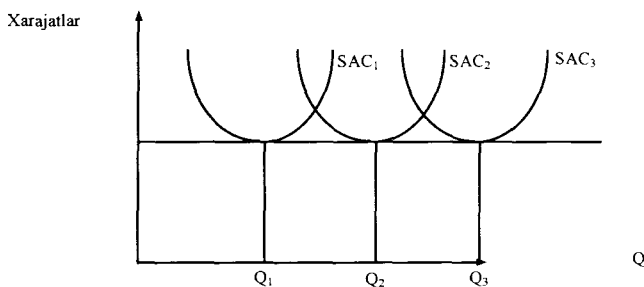
Faraz qilaylik, firma razmerini (quvvatini) tanlash bo'yicha besh xil variant mavjud. Har qaysi razmerdagi firma uchun qisqa muddatli o'rtacha xarajatlar quyidagicha $SAC_1, SAC_2, SAC_3, SAC_4, SAC_5$ (12.13-rasm).

Uzoq muddatli oraliqda barcha resurslar o'zgaruvchan bo'lgani uchun, barcha xarajatlar ham o'zgaruvchan bo'ladi. Firma har qanday berilgan ishlab chiqarish quvvatidan umumiy va o'rtacha xarajatlarni

minimallashtiradi. Shuning uchun ham uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar (LAC) grafigi qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklarini bir-biriga tutashtirish orqali hosil qilinadi. 12.13-rasmda beshta qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklari orqali uzoq muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafigi keltirilgan (12.13-rasmda qalin chiziq bilan ifodalangan).

Agar biz firma quvvatlarini yanada kichik o'zgarishlar orqali o'zgartirsak (qisqa muddatli oraliqlarni yanada kichiklashtirsak) LAC chizig'i silliq botiq chiziqqa yaqinlashib boradi.

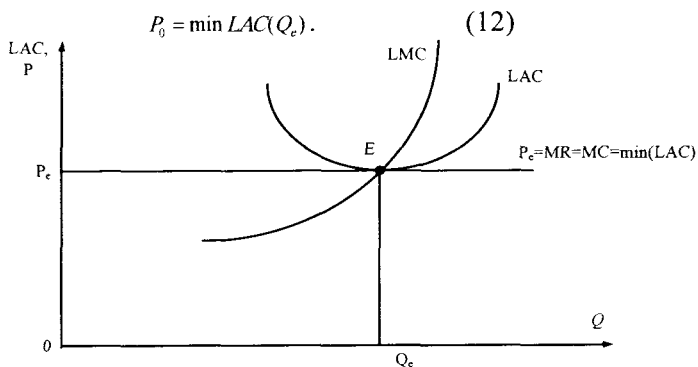
Uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar ishlab chiqarish hajmining mumkin bo'lgan barcha qiymatlari uchun cheksiz qisqa muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlar grafiklarini uzluksiz silliq birlashtiruvchi chiziq orqali ifodalanadi. Agar ishlab chiqarish masshtabi samarasi o'zgarmas bo'lsa, uzoq muddatli o'rtacha xarajat grafigi to'g'ri chiziqdan iborat bo'ladi (12.14-rasm).



12.14-rasm. **Ishlab chiqarish masshtabi o'zgarmas bo'lganda uzoq muddatli va qisqa muddatli oraliqdagi xarajatlar grafigi.**

Rasmdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish quvvati Q_1 va Q_3 ga o'zgarganda LAC o'zgarmayapti.

Uzoq muddatli oraliqda tarmoq tarkibidagi firmaning muvozanat holati bozorda shakllangan narx P_e ning ushbu firmaning o'rtacha xarajatlari minimumiga tengligi bilan belgilanadi:



12.15-rasm. **Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati (*E*-muvozanat nuqta).**

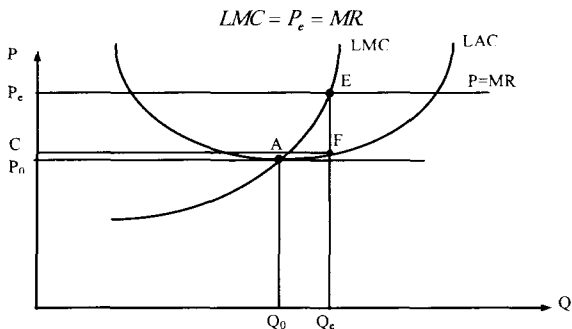
Raqobatlashuvchi firma tarmoqqa qarashli bo'lgani uchun (12) shart tarmoqning ham uzoq muddatli oraliqdagi (raqobatlashgan bozorda) muvozanat holatini ifodalaydi.

12.15-rasmdan ko'rish mumkinki, firmaning iqtisodiy foydasi uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatida nolga teng. Lekin, bu firma umuman foyda olmaydi degani emas, aslida firma o'zining qo'ygan (qo'shgan) kapitaliga ko'ra real normal foyda oladi. Iqtisodiy foyda alternativ xarajatni ham hisobga oladi, ya'ni firma egasining o'z kapitalini boshqa bir sohaga qo'yish natijasida oladigan foyda. Shuning uchun ham aytish mumkinki, raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi o'rtacha xarajatlari o'z ichiga normal foydani (tarmoq bo'yicha o'rtacha foydani) oladi. Firma egasining iqtisodiy foydasi nol degani, u o'z kapitalini boshqa sohaga qo'yganda ham shu miqdorga teng normal foydani olar edi, demak uning alternativ xarajati nolga teng. Agar firma egasining alternativ xarajati noldan yuqori, ya'ni musbat bo'lsa, u o'z kapitalini ushbu tarmoqdan olib, boshqa iqtisodiy foyda beradigan tarmoqqa qo'ygan bo'lar edi.

Shunday qilib, raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oʻrtacha xarajati narxga teng boʻlsa ham (nolga teng iqtisodiy foyda olsa ham), u oʻz ishini (normal foyda olgani uchun) toʻxtatmaydi.

Raqobatlashgan bozorda tarmoqqa kirish va undan chiqish erkin boʻlgani uchun va tarmoqning oʻzi ham raqobatlashuvchi boʻlgani uchun firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendentsiyasiga ega.

Uzoq muddatli oraliqda tarmoqning tipik vakili boʻlgan firma oʻz foydasini shunday ishlab chiqarish hajmida maksimallashtiradiki, bu hajmda uzoq muddatli chekli xarajat mahsulot narxiga teng boʻlsa (12.16-rasm).



12.16-rasm. Uzoq muddatli oraliqda raqobatlashuvchi firmaning ishlab chiqarish hajmini tanlashi.

Firmaning foydasi ishlab chiqarish hajmi Q_e ga teng boʻlganda maksimal boʻladi va u $P_e C F E$ toʻrtburchak yuziga teng. Ishlab chiqarish hajmi Q_e dan oshirish yoki kamaytirish firmaning umumiy foydasini qisqartirdi. Nima uchun deganda, agar ishlab chiqarish hajmi Q_e dan kichik boʻlsa, ($Q < Q_e$) qoʻshimcha ishlab chiqarilgan mahsulotning chekli daromadi chekli xarajatdan koʻp, demak ishlab chiqarishni oshirish maqsadga muvofiqdir. Ammo ishlab chiqarish hajmining Q_e dan

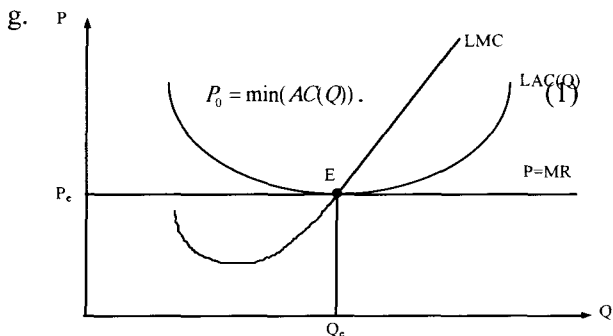
yuqori bo'lgan har qanday hajmida chekli xarajat chekli daromaddan yuqori, shuning uchun qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot foydani qisqartiradi.

Umuman olganda ko'rish mumkinki, bozor narxi qancha yuqori bo'lsa, albatta xarajatlar o'zgarmaganda, firma shuncha ko'p foyda oladi. Xuddi shunday bozor narxi P_0 bo'lganda, firma foydasini maksimalashtiradigan ishlab chiqarish hajmi Q_0 nuqta, ya'ni uzoq muddatli o'rtacha xarajatlarning minimumi bilan aniqlanadi. Bunday holda firmaning iqtisodiy foydasi nolga teng. Lekin, firma, biz yuqorida aytganimizdek, iqtisodiy foyda nol bo'lganda ham investitsiya qilgan kapitaliga normal foyda oladi.

Uzoq muddatli oraliqda, raqobatlashgan bozorda nafaqat firma raqobatlashuvchi bo'ladi, balki tarmoqning o'zi ham raqobatlashuvchi bo'ladi. Tarmoqdan chiqish yoki tarmoqqa kirish, firmalar uchun erkin bo'lganligi uchun, firmalarning iqtisodiy foydasi nolga yaqinlashish tendentsiyasiga ega.

Shuning uchun ham, tarmoqda uzoq muddatli muvozanat holatiga erishiladi, qachonki mahsulot narxi P_0 tarmoqning tipik vakili bo'lgan firmaning uzoq muddatli o'rtacha xarajati minimumiga teng bo'lsa (7.17-rasm).

Firma nolga teng iqtisodiy foyda olganda, unda tarmoqdan chiqib ketishga hojat qolmaydi, boshqa firmalarning ham tarmoqqa kirib kelishidan manfaatdor emas. Uzoq muddatli muvozanat holat quyidagi o'rtacha shart bajarilganda sodir bo'ladi. Birinchidan, tarmoqdagi barcha firmalar o'z foydalarini maksimalashtiradi. Ikkinchidan, hamma firmalar nolga teng iqtisodiy foyda olgani uchun har bir firma tarmoqqa kirishdan va undan chiqishdan manfaatdor emas. Uchinchidan, mahsulotning narxi shundayki, bu narxda umumiy taklif (tarmoq taklifi) umumiy iste'mol talabiga teng.

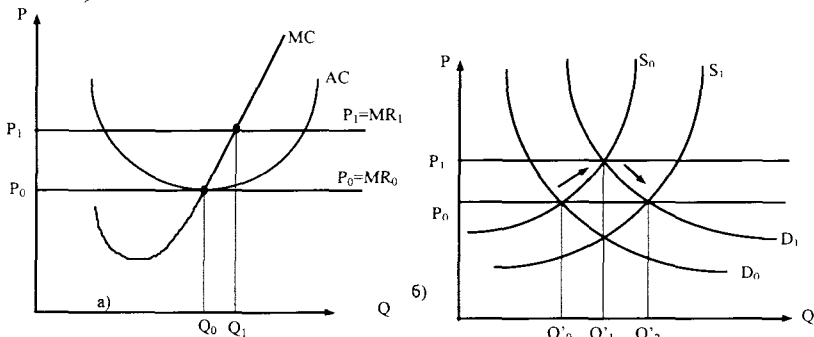


12.17-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanati, tarmoq muvozanati (E muvozanat nuqta).

Endi faraz qilaylik, uzoq muddatli muvozanat holatga erishildi deylik:

$$P = P_0 = AC(Q_0) = \min AC(Q) = MC(Q_0) \quad (13)$$

va tarmoqning tipik firmasining ishlab chiqarish xajmi Q_0 ga teng (7.18-b-rasm).



12.18-rasm. Tipik firmaning uzoq muddatli muvozanati (a), uzoq muddatli oraliqda tarmoq muvozanatining o'zgarishi (b).

Muvozanat holatda tipik firmaning iqtisodiy foydasi nolga teng. Bozor narxi P_0 muvozanat narx sifatida tarmoq bo'yicha (umumiy talab umumiy taklifga teng bo'ladi) o'rnatiladi (12.18-rasm b). Bu yerda alohida firmalarning qisqa muddatli taklif chiziqlarining yig'indisi

umumiy bozor taklif chizig'i S_0 ni beradi. Bozor taklif chizig'i S_0 bilan bozor taklif chizig'i D_0 tarmoq bozorinig muvozanat narxiini aniqlaydi. Bu narxga har bir firma moslashadi va $P=MC$ ni ta'minlaydigan va maksimal foyda beradigan ishlab chiqarish hajmini o'rnatadi.

Faraz qilaylik, iste'molchilarning didi o'zgarishi bilan tarmoq mahsulotiga bo'lgan talab oshdi va talab chizig'i D_0 holatdan D_1 holatga o'zgaradi. Natijada yangi muvozanat narx P_1 o'rnatildi. Yangi muvozanat narxda firmaning mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i MR_0 holatdan MR_1 holatga siljiydi (esdan chiqarmaslik kerakki, raqobatlashgan bozorda talab chizig'i gorizonta ko'rinishga ega, ya'ni cheksiz elastik).

Yangi muvozanat narxda firma noldan farqli, musbat iqtisodiy foyda ola boshlaydi va u foydani maksimallashtirish uchun ishlab chiqarish hajmini Q_0 dan Q_1 ga oshirdi. Lekin, ishlab chiqarish hajmining bunday oshishi qisqa muddatli oraliqdagina sodir bo'ladi. Natijada tarmoq bo'yicha ishlab chiqarish ham Q_0' dan Q_1' ga oshadi. O'rtacha firma foydasining oshishi mablag' qo'yuvchilarni o'z resurslarini boshqa tarmoqdan ushbu tarmoqqa qo'yishga undaydi, ya'ni tarmoqqa yangi firmalar kirib kela boshlaydi. Yangi firmalarning tarmoqqa kirishi bozor taklifini S_0 holatdan S_1 holatga o'tib, yangi muvozanat narx P_1 ni oldingi darajasi P_0 ga teng bo'lgunga qadar davom etadi.

Natijada tarmoq o'rtacha firmasining optimal ishlab chiqarish hajmi Q_0 ga teng bo'lib, uning iqtisodiy foydasi yana nolga teng bo'ladi va tarmoqqa yangi firmalarning kirib kelishi to'xtaydi. Tarmoq ishlab chiqarish hajmining Q_0' da Q_2 o'sishi tarmoqda $\frac{Q_2 - Q_0'}{Q_0'}$ ta yangi firmalarning paydo bo'lganini anglatadi.

Tarmoqqa firmalarning kirishi va undan chiqishini tarmoqda uzoq muddatli muvozanatni ta'minlovchi mexanizm deb qarash mumkin.

Tarmoqqa firmalar kirib keladi, agar ular ushbu tarmoqda iqtisodiy foyda olishini sezsa.

Tarmoqdan firma chiqadi, agar u uzoq muddatli oraliqda o'rtacha xarajtlarini qoplay olmasa.

Tarmoqdan chiqish va unga kirish oxirgi (chekli) firma nolga teng iqtisodiy foydaga erishguncha qadar davom etadi.

Umuman olganda uzoq muddatli muvozanat holatga erishish juda ko'p vaqt talab qiladi, lekin qisqa muddatli oraliqda firma katta foyda olishi ham mumkin yoki katta zarar ko'rishi ham mumkin. Biror bir mahsulot turini ishlab chiqarishda birinchi bo'lgan firma undan keyin shu ish bilan shug'ullangan firmaga ko'ra ko'proq qisqa muddatli foyda olishi mumkin. Xuddi shunday zarar bilan ishlayotgan tarmoqdan birinchi bo'lib chiqqan firma investitsiyalarining ancha mablag'ini iqtisod qilib qolishi mumkin. Uzoq muddatli muvozanatlik konsepsiyasi firmani qanday va qaysi tomonga qarab harakat qilishini ko'rsatib beradi. Uzoq muddatli oraliqda ayrim firmalar haqiqiy musbat foyda olishi mumkin. Masalan, biror firma boshqa firmalarga nisbatan kamroq xarajat sarflab mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlaydigan patentga yoki yangi g'oyaga ega deylik. Bunday holda bu firma uzoq muddatli oraliqda musbat haqiqiy foyda olishi mumkin. Boshqa firmalar ishlab chiqarish xarajatlari kamaytirishni ta'minlaydigan ushbu patentni yoki g'oyani olmaguncha mahsulotni ishlab chiqarish bilan shug'ullanmaydi (tarmoqqa kirmaydi).

Agar firmalar ushbu patentdan foydalanish huquqini sotib olishsa, firmalarning iqtisodiy foydasi nolga teng bo'ladi.

Musbat haqiqiy foyda tarmoqda harakat qilayotgan firmaning qimmatbaho aktivga, yangi texnologiyaga yoki yaxshi tajribaga ega

ekanligidan dalolat beradi. Bunday holda boshqa firmalar tarmoqqa kirishga jur'at qilolmaydi.

Musbat iqtisodiy foyda investitsiyalarni tarmoqqa kirishga imoniyat yaratadi va ularni rag'batlantiradi.

10.4. Raqobat bozorida taklif egri chizig'i

Qisqa muddatli oraliqda bozor taklifi firma taklif chiziqlari yig'indisi orqali topilardi. Uzoq muddatli oraliqdagi taklifni firma takliflarini qo'shish orqali aniqlab bo'lmaydi. Nima uchun deganda, uzoq muddatli oraliqda bozor narxining o'zgarishiga ko'ra firmalar bozorga kiradi yoki undan chiqadi. Bu o'z navbatida firmalar taklif chiziqlarini qo'shib bo'lmasligini ko'rsatadi (qaysi firmalar bozorda qolayotganligini biz bilmaymiz).

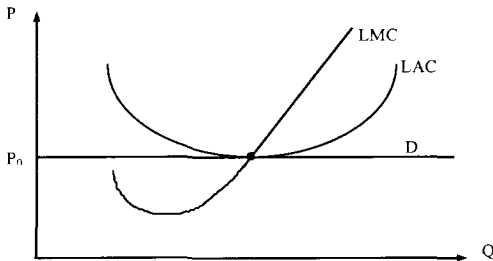
Uzoq muddatli oraliqdagi taklifni aniqlashda ishlab chiqarish hajmining kengayishini faqat resurslardan foydalanishning kengayishi hisobidan bo'ladi, deb faraz qilinadi. Ixtiro va texnologiyaning ishlab chiqarishga ta'siri o'zgarmas deb qabul qilinadi.

Uzoq muddatli oraliqdagi umumiy taklifning shakli tarmoqda ishlab chiqarish hajmi o'sishining yoki kamayishining foydalaniladigan ishlab chiqarish omillari narxiga ta'siri darajasiga bog'liqdir. Shuning uchun ham uch turdagi tarmoq xo'jaligi qaraladi: xarajatlari o'zgarmas, o'suvchi va kamayuvchi tarmoqlar.

Xarajatlari o'zgarmas bo'lgan tarmoq. Tarmoqda ishlab chiqarish hajmining o'sishi foydalaniladigan resurslarning narxiga ta'sir qilmasa, biz yuqorida ko'rdikki, tarmoqning kengayishi va qisqarishi muvozanat narx P_0 ga ta'sir qilmaydi. Biror sabab bilan (masalan, iste'molchi didining o'zgarishi) talab oshganda mahsulot narxi oshadi va tipik firma musbat iqtisodiy foyda ola boshlaydi. Bu foyda boshqa

firmalarni ushbu tarmoqqa kirib kelishiga sabab bo'ladi. Boshqa firmalarning kirib kelishi taklifni oshiradi, natijada oshgan narx o'zining oldingi muvozanat holati P_0 ga qaytadi. Bundan kelib chiqadiki, xarajatlari o'zgarmas bo'lgan tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i narx uzoq muddatli o'rtacha ishlab chiqarish xarajatlarini minimumiga teng bo'lganda gorizontaldan iborat bo'ladi (12.19-rasm).

Narx muvozanat narx R_0 dan yuqori bo'lsa iqtisodiy foyda musbat bo'ladi va bozorga yangi firmalar kirib qisqa muddatli taklifni oshiradi va bu narxni oldingi muvozanat holatiga qataradi. O'zgarmas xarajatga ega tarmoqning uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar chizig'i gorizontaldan bo'ladi.



12.19-rasm. **O'zgarmas xarajatli tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i**

Masalan malakasiz ishchi kuchiga talab oshgani bilan uning narxi odatda o'zgar olmaydi.

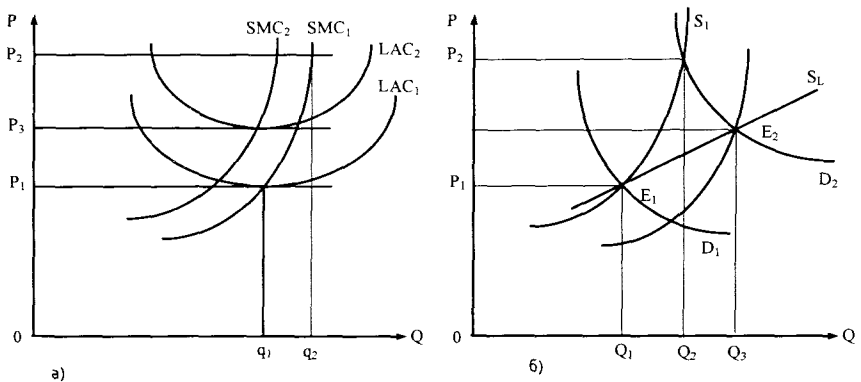
Xarajatlari o'sayotgan tarmoq. Xarajatlari o'suvchi tarmoqda, tarmoq kengayishi bilan birga bir qator yoki barcha omillarga talab oshdi va bu omillarning narxi ham oshadi.

Bu yerda misol tariqasida malakali ishchi kuchini keltirish mumkin. Yoki yerga solinadigan o'g'itlar narxi oshsa, yerga o'g'itning

solinishi bir tomondan mahsulot ishlab chiqarishni oshiradi va shu bilan birga yerning qiymati ham oshadi.

Faraz qilaylik, tarmoq uzoq muddatli muvozanat holatda bo'lsin (E nuqta) (12.20-rasm, b). Taklif chizig'i D_1 dan D_2 holatga siljiganda (qisqa muddatli oraliqda) mahsulot narxi P_1 dan P_2 ga o'sadi, ishlab chiqarish hajmi esa Q_1 dan Q_2 ga.

Tipik firma (12.20-rasm, a) narx P_2 ga o'sganda foydani maksimalashtirish uchun ishlab chiqarish hajmini q_1 dan q_2 ga oshiradi. Bu siljish qisqa muddatli chekli xarajat SMC_1 chizig'i bo'yicha bo'ladi. Ko'rinib turibdiki, yuqori foyda tarmoqqa yangi firmalarning kirib kelishiga sabab bo'ladi.



12.20-rasm. Xarajatlari o'suvchi tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklifi chizig'i.

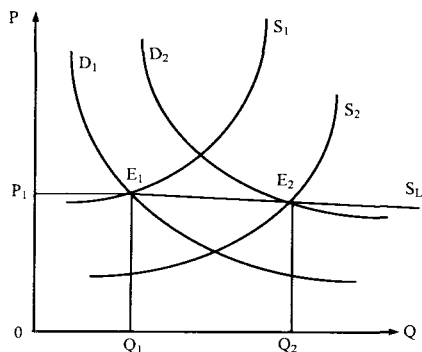
Tarmoqqa yangi firmalarning kirib kelishi, ishlab chiqarish hajmining oshishi, ishlab chiqarish omillariga bo'lgan talabni oshiradi va bu o'z navbatida ba'zi bir yoki barcha foydalaniladigan omillar narxini oshishiga olib keladi. Yangi firmalarning kirib kelishi bozor taklifi chizig'i S_1 ni S_2 holatga (ilgariday boshlang'ich muvozanat

narxigacha emas, balki undan yuqoriroq bo'lgan muvozanat holatga) siljitadi va natijada yangi muvozanat holat E_2 vujudga keladi, bu holatga yangi muvozanat narx R_3 to'g'ri keladi va R_1 dan yuqori. Yangi muvozanat narx R_3 ning oldingi R_1 dan yuqori bo'lishi firmalarni o'sgan xarajatlarini qoplaydi va ularga uzoq muddatli oraliqdagi muvozanatda nolga teng foydani olishni ta'minlaydi. Nima uchun deganda, ishlab chiqarish omillariga bo'lgan narxning oshishi firmaning uzoq muddatli va qisqa muddatli xarajatlarini o'sishiga olib keladi. Ushbu vaziyat (12.20-rasm, a) da o'z ifodasini topgan. Bu yerda uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar yuqoriga ya'ni LAC_1 dan LAC_2 ga siljiydi, chekli qisqa muddatli xarajatlar chapga, SMC_1 holatdan SMC_2 holatga siljiydi. Yangi uzoq muddatli o'rtacha xarajatlar minimumi yangi muvozanat narx R_3 ga teng bo'ladi. Bu yerda ham o'zgarmas xarajatli tarmoq kabi boshlang'ich talab oshish hisobidan olingan qisqa muddatli yuqori foyda uzoq muddatli oraliqda firma ishlab chiqarish hajmini oshirib borgan sari yo'qolib boradi, ishlab chiqarish omillariga bo'lgan xarajat esa ortib boradi.

Demak, tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i uzoq muddatli muvozanat nuqtadan, ya'ni E_2 nuqtadan o'tadi (12.20-rasm b, S_L chizig'i).

Xarajatlari o'sayotgan tarmoqning uzoq muddatli taklif chizig'i unga yuqoriga tomon yotiq bo'ladi, nima uchun deganda, tarmoqdagi firmalar sonini oshishi bilan bir qatorda barcha firmalar uchun resurslar narxi ham o'sib boradi.

Xarajatlari kamayib boradigan tarmoqda tarmoq ishlab chiqarishi ortib borganda, resurslarga bo'lgan narx pasayib boradi. Natijada tarmoqning uzoq muddatli oraliqdagi taklif chizig'i unga pastga tomon yotiq bo'ladi (12.21-rasm).



12.21-rasm. **Xarajatlari kamayuvchi tarmoqning uzoq muddatli taklif chizig'i (S_L)**

Tarmoq kengayganda, uning xarajatlarni kamaytirish imkoniyati ham keng bo'ladi. Masalan, yirik tarmoqda transport tizimini samarali tashkil qilish evaziga xarajatlarni kamayishi mumkin, yirik tarmoqda resurslardan ham optimal foydalanish imkoniyati tug'iladi (masshtab samarasi) bu ham pirovardda mahsulot narxini pasaytirishga olib kelishi mumkin. O'rtacha xarajatning va tovar narxining pasayishi kengayayotgan tarmoqni yangi muvozanat nuqtaga olib keladi (12.21-rasmda E_2 nuqta).

Umumlashtirib ta'kidlash mumkinki, alohida firmaning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holati o'rtacha xarajati minimal bo'lib, nolga teng bo'lgan iqtisodiy foyda olish bilan tavsiflanadi. Bu, ya'ni $P_E = \min(AC)$ bo'lishi yana shundan darak beradiki, iste'molchi o'zi talab qilgan hajmdagi mahsulotni mavjud xarajatlarni imkon darajasidagi eng minimal narxda sotib oladi. Bundan xulosa qilib aytish mumkinki, raqobatlashgan bozor samarali ishlab chiqarishni ta'minlaydi.

Nazorat savollari

1. Qanday bozorlarni biz mukammal yoki raqobatlashgan bozorlar deb ataymiz?
2. Raqobatlashgan bozorda umumiy daromad nimaga teng?
3. Raqobatlashgan bozorda o'rtacha daromad nimaga teng?
4. Foydani maksimallashtirish shartini tushuntirib bering
5. Qanday holatda firma faoliyatini to'xtatadi?
6. Qanday holatda firma no'llashgan foyda oladi?

XIII BOB. NOMUKAMMAL BOZORLARDA FIRMALAR FAOLIYATI

13.1 Monopoliya va mukammal raqobat

Oldingi boblarda bozorlarni ko'plab raqobatdosh korxonalar va bitta Monopoliya korxonasiga ega bozorlarni o'rgandik. Mukammal raqobatdosh bozorlarga narx doim mahsulotning chegaraviy xarajatiga teng. Shuningdek, biz ko'rdikki, uzoq muddatda kirish va chiqish iqtisodiy foydani no'lga tenglashtiradi. Shundan kelib chiqib narx umumiy xarajatiga tenglashadi. Biz Monopolistik korxonalar qanday qilib narxlarni chekli xarajatdan yuqori ushlab turishi va bu pozitiv musbat iqtisodiy foydaga olib keladi va jamiyatda yo'qotishlarga olib keladi. Mukammal va Monopolistik raqobat bozor tuzilmasining eng oxirgi shakllaridir. Raqobat bozorda ko'plab korxonalar deyarli bir xil mahsulotlarni taklif qilayotganda yuzaga keladi. Monopoliya esa bozorda faqat bitta firma bo'lsa paydo bo'ladi.

Mukammal raqobat va monopoliya bozorlar holatlari qanday ishlashi haqida bir necha kerakli fikrlarni tasvirlasada, iqtisoddagi ko'plab bozorlar ikkala holat elementlariga ham ega. Shunga ko'ra, har biri ham to'la tasvirlanmagan. Tipik firma iqtisodiyotda raqobatga yuz tutadi, biroq raqobat korxonani narx oluvchiga aylantiradigandek qattiqqo'l emas. Tipik korxonalar, shuningdek, ma'lum darajada bozor kuchiga ega, lekin uning bozor kuchi Monopoliya modelida aniq ko'rsatilgan korxonalar kabi unchalik qudratli emas. Boshqacha qilib aytganda, ko'plab tarmoqlar mukammal raqobatning markaziy holati va monopoliya o'rtasida turadi. Iqtisodchilar bu hodisani *nomukammal raqobat* deb atashadi.

Nomukammal raqobatli bozorning bir turi bu Oligopoliya, unda bozor faqat bir necha sotuvchilarga ega va har biri boshqa sotuvchilardan unchalik farq qilmaydigan yoki o'xshash mahsulotlarni taklif qiladi. Iqtisodchilar bozor hukmronligini statistik ataladigan konsentratsiya koeffitsiyentiga ega korxonalarining kichik guruhlarini orqali o'lchashadi. Konsentratsiya koeffitsiyenti bu bozordagi umumiy mahsulot 4 ta yirik korxonalar orqali ta'minlanishidir. Lekin, ba'zi sanoatlarda, eng katta firmalar ustunroq rolni o'ynaydi. Yuqori konsentratlangan sanoatlar o'z ichiga g'alla ekinlari (konsentratsiya koeffitsiyenti 83 %), samoliyot ishlab chiqadigan (aviasozlik korxonalarini 85 %). Elektr lampochkalari 89%, uy jihozlari 90 % va sigaretlar 99% ni qamrab oladi. Ushbu tarmoqlar Oligopoliyaning eng zo'r tasvirlangan misollaridir.

Nomukammal raqobat bozorning ikkinchi turi, Monopolistik raqobat deb ataladi. Bu bozor tizimidagi ko'plab korxonalar sotayotgan mahsulotlari o'xshash lekin bir xil emasligi orqali tasvirlanadi. Monopolistik raqobatdosh bozorda har bir korxonalar ishlab chiqayotgan mahsuloti uchun Monopoliyaga ega. Lekin boshqa korxonalar bir xil iste'molchilar uchun kurashadigan o'xshash mahsulotlar ishlab chiqaradi.

Yanada aniqroq bo'lishi uchun Monopolistik raqobat bozorini quyidagi xususiyatlarini tasvirlaydi.

- *Ko'p sotuvchilar*: ko'plab firmalar bir xil guruhdagi xaridorlar uchun raqobatlashadi.

-*Mahsulot turliligi*: har bir korxonalar boshqa korxonalar qaraganda eng kamida farq qiladigan mahsulot ishlab chiqaradi. Shunday qilib narx belgilashda, har bir korxonalar pastga qiyalagan talab chizig'iga duch keladi.

-Erkin kirish va chiqish: Firmalar cheklovlersiz bozorga kirishi mumkin. Shunga binoan, korxonalar soni bozorda iqtisodiy daromad nolga yetganda o'zgaradi.

Daqiqali fikrlash quyidagi xususiyatlar bilan bozorni uzun ro'yxatini ochadi: kitoblar, musiqalar, kinolar, kompyuter o'yinlari, restoranlar, pianino darslari, pishiriqlar, mebel va h.k.⁷.

13.2 Raqobatlashgan monopol bozori.

Monopolistik raqobat bozori o'zining ba'zi bir xususiyatlari bilan mukammal raqobatlashgan bozorga o'xshaydi. Bu yerda ham harakat qiluvchi firmalar ko'p, yangi firmalarni bozorga kirib kelishi yoki unda harakat qiluvchi firmalarning undan chiqib ketishi cheklanmagan. Lekin bu mukammal raqobatlashgan bozordan farq qiladi. Farq shundan iboratki, monopol raqobatlashgan bozordagi mahsulot differensiallashgan, ya'ni bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarni har bir firma o'ziga xos ravishda ishlab chiqarib sotadi va uning mahsuloti boshqa firmalarning mahsulotidan sifati, bezagi, tarkibi va sotuv markasi obro'yi bilan farq qilishi mumkin. Tovarning differensiallashuvi deganda bozorda sotiladigan tovarni standartlashtirilmaganligi tushuniladi. Har bir firma o'zining tovar markasini ishlab chiqarish bo'yicha monopol hisoblanadi va u bozorda ma'lum darajada monopol hokimiyatga ega bo'ladi. Firmaning monopol hokimiyati uning mahsulotining boshqa firmalar mahsulotidan qanchalik farq qilishga bog'liq. Masalan, tish yuvish pastalari monopol raqobat bozorida sotiladigan «Kolgeyt», «Pepsodend» va «Lesnoy balzam» pastalari bir-biridan qadoqlanishi, bezagi, davolash xususiyatlari bilan bir-biridan ajralib turadi. Monopol raqobat bozorga misol sifatida tish yuvish

⁷ N. Gregory Mankiw Principles of Microeconomics, 7e p. 312

pastasi, kir yuvish paroshogi, xar-xil chanqov bosdi ichimliklari bozorlarini, kiyim-kechak bozorini keltirish mumkin.

Monopolistik raqobat bozorida harakat qilayotgan firmalarning ko'pligi ularni o'zaro maxfiy ravishda kelishuvi mumkin emasligini bildiradi. Har bir firma tavakkalchilikni bo'ymiga olgan holda o'zi harakat qiladi va o'zining narx siyosatini belgilashda boshqa firmalarning harakatini e'tiborga olmaydi. Boshqa raqobatlashuvchi firmalar qanday harakat qiladi qanday narx siyosatini amalga oshiradi. Bu kabilarni oldindan ko'ra bilish amalda mumkin ham emas. Tovarlarini differensiallashuvi nafaqat ularning sifatidagi farqlarga, bezagiga bog'liq, balki ularni sotishda ko'rsatiladigan xizmatlarga ham bog'liqdir. Iste'molchilarni u yoki bu tovarni tanlashiga tovarni yaxshi qadoqlanishi, do'konning o'ng'ay joylashuvi va ishlash rejimi, xaridorlarga yaxshi xizmat ko'rsatilishi sabab bo'lishi mumkin. Yuqoridagilar kichik magazinlarga, sartareshxonalariga, benzin quyuvchi shoxobchalarga ham to'liq tegishlidir.

Raqobatlashgan monopol bozor quyidagi xususiyatlari bilan xarakterlanadi: Birinchidan, firmalar differensiallashgan, bir-birini o'rnini bosish normasi yuqori bo'lgan, mahsulotlarini sotadi va bir-biri bilan raqobatlashadi. (Boshqacha aytganda bunday tovarlarning narxga ko'ra elastikligi yuqori, lekin cheksiz emas).

Ikkinchidan, bozorga yangi firmalarni o'z markasi bilan kirishi va undan faoliyat ko'rsatayotgan firmalarni chiqishi cheklanmagan. Agar firmalarning mahsulotiga talab yetarli darajada bo'lmay qolsa ular bozordan to'siqsiz chiqishi mumkin. Raqobatlashgan monopol bozorning o'ziga xos xususiyatini poyafzal va avtomobil bozorini taqqoslaganda ko'rish mumkin. Poyafzal bozori raqobatlashgan monopol bo'lsa yengil avtomobil bozori oligopolik bozor sifatida xarakterlanadi. Agar, poyafzal bozorida foyda yuqori bo'lsa, boshqa

firmalar yangi poyafzal ishlab chiqarish o'z markasi bilan bozorga kirish uchun kerakli bo'lgan mablag'ni sarflashi ular uchun katta qiyinchilik tug'dirmaydi. Avtomobil bozoridagi avtomobillar ham differensiyallashgan (ya'ni uning turlari ko'p). Lekin, bu bozorga yangi firmalarning kirib kelishiga masshtab samarasi katta qiyinchilik tug'diradi. Nima uchun deganda samarali miqdordagi avtomobillarni ishlab chiqarish uchun juda katta mablag' talab qilinadi.

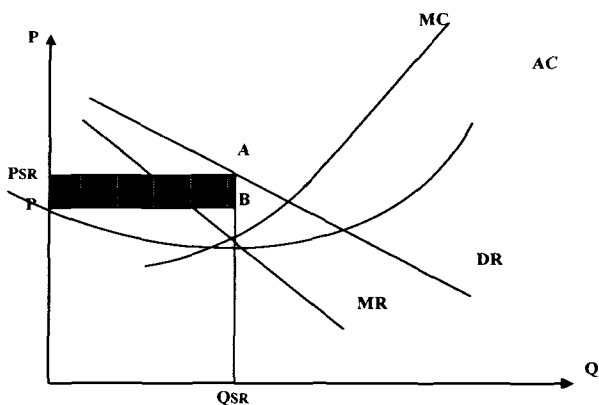
Uchinchidan, bozorda nisbatan katta miqdordagi firmalar faoliyat ko'rsatadi va ularning har biri sotiladigan umumiy turdagi tovarga bo'lgan bozor talabining ma'lum darajadagi ulushini qanoatlantiradi.

To'rtinchidan, firmalar o'z mahsulotlariga narx belgilashda va sotish hajmini aniqlashda raqiblarining aks harakatlarini e'tiborga olmaydilar. Masalan, biror sotuvchi o'z mahsuloti narxini 20 % ga tushursa uning mahsulot sotish hajmi oshadi va oshish alohida bir firma hisobidan emas, balki ko'p firma hisobidan sotiladi, lekin bu siyosatning boshqa bir raqib firmaning hozordagi ulushini keskin qisqartirib yuborishi ehtimoli nihoyatda kichikdir. Shuning uchun ham raqobatchi firmalar birinchi firmaning narx siyosatiga nisbatan biror chora ko'rmaydi va bu siyosat kuchli ta'sir qilmaydi.

Raqobatlashgan monopolistik bozoridagi talab chizig'i elastikligi raqobatlashgan bozordagi talab chizig'i elastikligidan pastroq, ammo sof monopoliyadagi talab chizig'i elastikligidan yuqoriroq bo'ladi. Raqobatlashgan monopolistik bozorda talab chizig'ining elastiklik darajasi raqobatchilar soniga va mahsulotning turlari soniga bog'liq. Raqobatchilar va mahsulot turlari qancha ko'p bo'lsa, talab chizig'ining elastiklik darajasi shuncha yuqori bo'ladi. Monopol raqobat bozorida ham mukammal raqobatlashgan bozor kabi firmalarning kirishi va chiqishi cheklanmagan. Monopol raqobat bozorida harakat qilayotgan firmalarning iqtisodiy foyda olishi, raqobatlashuvchi tovar markalari

bilan boshqa firmalarni bozorga kirib kelishiga sabab bo‘ladi, natijada firmalarning iqtisodiy foydasi nolgacha pasayadi. Qisqa va uzoq muddatli oraliqlarda monopol raqobatlashgan firmada muvozanat narx va mahsulot hajmi qanday o‘rnatilishini ko‘rib chiqamiz.

Quyidagi 13.1-rasmda raqobatlashgan monopol firmaning qisqa muddatli muvozanat holati tasvirlangan. Firma mahsuloti boshqa firmalar mahsulotidan farq qilgani uchun uning talab chizig‘i DR pastga yotiq yo‘nalgan. Bu yerda DR firma uchun talab chizig‘idir, bozor talab chizig‘i bundan farq qiladi.



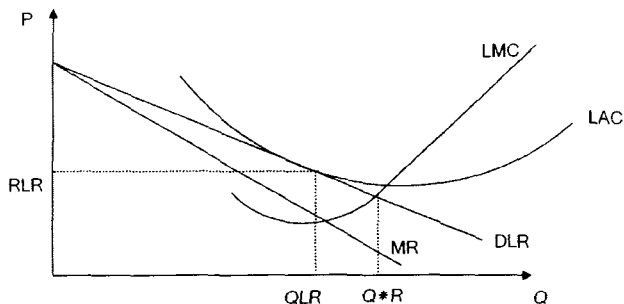
13.1- rasm. **Monopol raqobatlashgan bozorda firmaning qisqa muddatli muvozanati**

Firma foydasini maksimallashtiruvchi mahsulot ishlab chiqarish hajmi chekli xarajat MC va chekli daromad MR chiziqlarining kesishgan nuqtasi orqali aniqlanadi va u QSR ga teng. Muvozanat narx PSR firmaning talab chizig‘i orqali topiladi. Muvozanat narx o‘rtacha xarajatdan katta bo‘lgani uchun firma iqtisodiy foyda oladi va bu foyda rasmda shtrixlangan to‘rtburchak orqali dasturlangan. Firmaning qisqa muddatli oraliqda oladigan iqtisodiy foydasi uzoq muddatli oraliqda

bozorga boshqa firmalarni kirib kelishga undaydi va ular kirib kela boshlaydi. Boshqa tomondan firmaning o‘zi ham yanada ko‘proq foyda olish uchun ishlab chiqarishni kengaytirishga harakat qiladi.

Shunday qilib bozorga yangi firmalarni kirib kelishi va o‘z markalari ostida firma mahsulotiga o‘xshash yangi mahsulotlarni ishlab chiqarishi va taklif qilishi natijasida bozorda taklif ortadi, tovar narxi pasayadi, mazkur firmaning bozordagi ulushi kamayib boradi. Uning talab chizig‘i pastga qarab siljiydi (2-rasm). (Agar, firmaning xarajatlari uzoq muddatli oraliqda o‘zgarsa AC va MC chiziqlari hamda chekli daromad MR chiziqlari ham pastga siljiydi).

Mahsulot sotish bo‘yicha raqobatlashuvchi firmalarni ortib borishi bozorda o‘rindosh tovarlar sonini ortishiga olib keladi. Bu o‘z navbatida har firma mahsulotiga bo‘lgan talabni o‘rnatilgan narxga ko‘ra elastikroq bo‘lishiga olib keladi. Yangi firmalarni bozorga kirib kelishi iqtisodiy foyda olish mumkin bo‘lmay qolguniga qadar davom etadi



13.2-rasm. Monopol raqobatlashgan bozorda R-firmaning uzoq muddatli muvozanati

Shunday qilib har bir monopolist firma tovarning narxi shu darajagacha tushadiki, oqibatda hech qaysi sotuvchi iqtisodiy foyda ololmaydi. Demak, raqobatlashgan monopol bozordagi uzoq muddatli

muvozanat holat mukammal raqobatlashgan bozordagi muvozanat holatga o'xshash bo'lib bu yerda ham hech qaysi firma normal foydadan ortiq foyda ololmaydi.

13.2-rasmda ko'rish mumkinki firmaning uzoq muddatli talab chizig'i DLR uning o'rtacha xarajati chizig'i LAC ga tegib o'tadi. Bu yerda ishlab chiqarish hajmi QLR va tovar narx RLR bo'lganda hamda iqtisodiy foyda nolga teng bo'lganda (nima uchun deganda $PLR = LAC$) erishiladi. Shu bilan birga firma monopol hokimiyatni ma'lum darajada saqlab qoladi. Firma mahsuloti noyob xususiyati bilan boshqa firmalarning mahsulotidan farq qilganligi uchun uning uzoq muddatli talab chizig'i pastga yotiq bo'ladi. Agar bozordagi tovarlar standartlashgan (bir xil sifat va xususiyatga ega) bo'lganda firmalarning mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i gorizontol ko'rinishda bo'ladi. U holda biz uzoq muddatli mukammal raqobatlashgan bozor muvozanati holatiga erishgan bo'lar edik, ya'ni tovar narxi ($P = \min AC$) minimal o'rtacha xarajat bilan belgilanar edi. Demak monopol raqobatlashgan bozorda firmalar o'zlarining optimal quvvatidan kam quvvatda ishlaydi, bunga asosiy sabab tovarlarni differensiallashuvidir. Shu sababli monopol raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmalar rezerv quvvat bilan ishlaydi. Rezerv quvvat quyidagicha aniqlanadi:

$$\Delta Q = (Q \cdot R - QLR)$$

Misol Firma atir sovun ishlab chiqaradi va raqobatlashgan monopol bozorda barakat qiladi. Uning mahsulotiga talab funksiyasi quyidagicha berilgan:

$$Q = 200 - P$$

Xarajat funksiyasi esa,

$$TC = Q^2 + 8100$$

Firmaning mahsulot ishlab chiqarish hajmi, mahsulot narxi va foydalanilmagan zaxira quvvati aniqlansin?

Birinchi navbatda firmani uzoq muddatli oraliqda raqobatlashgan bozorda harakat qiladigan firma sifatida qarab, uning optimal mahsulot ishlab chiqarish hajmini va mahsulot narxini aniqlaymiz.

$$AC=Q+8100/Q$$

$$AC = 1-8100/Q^2 = 0; \quad Q_0=90$$

$$P_0=AC(Q_0)=Q+8100/Q=90+8100/90=180$$

Endi firmani raqobatlashgan monopol bozorda harakat qilgandagi muvozanat parametrlarini aniqlaymiz.

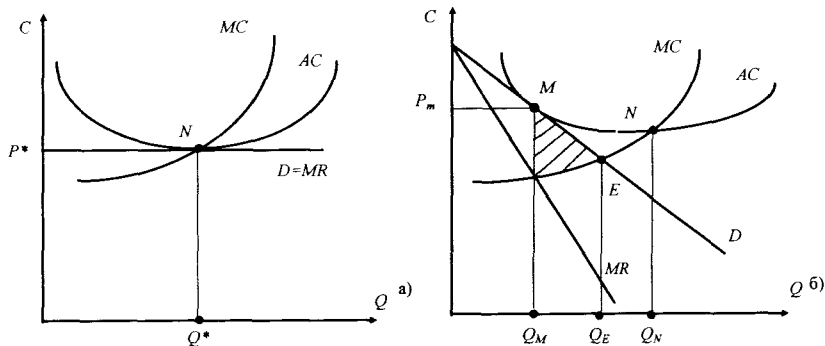
$$MC=2Q, \quad R=P*Q=(200-Q)*Q, \quad MR= 200-2Q, \\ 2Q=200-2Q$$

$Q_m= 50$ ming dona atir sovun ishlab chiqaradi.

$$P_m=AC(Q_m)= AC=Q+8100/Q=50+8100/50=212 \text{ so‘m}$$

Firmaning foyidalanilmagan zaxira quvvati $\partial Q = 50 - 90 = -40$

Raqobatlashgan bozor muvozanati



13.3-rasm. Raqobatlashgan (a) va Monopol raqobatlashgan (b) bozorlarning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatlari.

Yuqorida ko‘rgan edikki, raqobatlashgan bozorda iste‘molchi va ishlab chiqaruvchilarning ortiqchaliklari o‘zining maksimal qiymatiga erishadi. Monopol raqobatlashgan bozorning samarali yoki samarasiz

ekanligini tahlil qilish uchun raqobatlashgan va Monopol raqobatlashgan bozorlarning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatlarini taqqoslaymiz. Raqobatlashgan va Monopol raqobatlashgan bozorlarning uzoq muddatli oraliqdagi muvozanat holatlari 13.3-rasmda keltirilgan.

Bu ikki bozor o'rtasidagi farqlarni quyidagilarda ko'rish mumkin:

1. Raqobatlashgan bozorda $P' = MC$ bo'lsa, Monopol raqobatlashgan bozordagi narx chekli xarajatdan yuqori $P_M > MC$, demak, iste'molchi qo'shimcha bir birlik mahsulot uchun to'laydigan narx, bir birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajatidan yuqori. Agar ishlab chiqarish hajmi Q_M dan Q_E miqdorgacha oshirilganda (MC chizig'i bilan talab chizig'i kesishgan E nuqta) iste'molchi va ishlab chiqaruvchining umumiy ortiqchaligi shtrixlangan maydon miqdoriga teng miqdorda oshgan bo'lar edi (13.3b-rasm). Buning sababi, yuqorida ko'rganimizdek, Monopol hokimiyatning sof yo'qotishlarga olib kelishidir, Monopol raqobatlashgan bozordagi korxonalar ham nisbatan Monopol hokimiyatga ega.

2. Raqobatlashgan bozorda muvozanat holat N nuqtada (3a-rasm) erishilsa, Monopol raqobatlashgan bozorda M nuqtada (3b-rasm) erishiladi. Raqobatlashgan bozorda talab chizig'i gorizontali bo'lib, firmaning foydasini nolga teng bo'lish nuqtasi o'rtacha xarajatning minimal qiymatiga to'g'ri keladi. Monopol raqobatlashgan bozorda talab chizig'i pastga tomon yotiq bo'ladi, shuning uchun ham firma foydasining nolga teng nuqtasi o'rtacha xarajatning minimal nuqtasidan chaproq tomonga siljigan bo'ladi va firma $\Delta Q = Q_N - Q_M$ miqdorga teng rezerv quvvatga ega bo'ladi. Bu rezerv quvvatlar samarasiz hisoblanadi, nima uchun deganda, o'rtacha xarajatlarni ishlab chiqarish hajmini oshirib, kamaytirish mumkin. Bunday samarasizlik aholining turmush darajasini pasaytiradi. Demak, Monopol raqobatlashgan bozor samarasiz

hisoblanadi. Lekin, shu bilan birga Monopol raqobatlashgan bozorning ijobiy tomonlari to'g'risida ham gapirish mumkin.

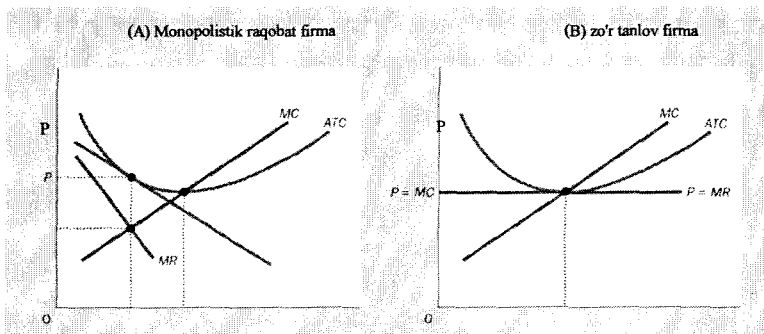
Monopol raqobatlashgan bozordagi firmalarning Monopol hokimiyati katta emas. Bozordagi firmalarning mahsulotlari bir-birini o'rnini bosadi va shuning uchun ham alohida firma yuqori Monopol hokimiyatga ega bo'la olmaydi. Demak, aytish mumkinki, Monopol hokimiyatdan ko'radigan sof yo'qotishlar ham uncha katta bo'lmaydi. Talab chizig'ining yotiqligi, talabning elastik ekanligini bildiradi, shuning uchun firmalarning rezerv quvvati ham katta emas. Boshqa tomondan, Monopol raqobatlashgan bozor tovarlar assortimentini kengaytiradi. Bu o'z navbatida iste'molchilarga raqobatlashgan tovarlar bozorida tanlash imkoniyatini oshiradi.

13.4-rasmda Monopolistik raqobat sharoitidagi uzoq muddatli muvozanat va mukammal raqobatdagi uzoq muddatli muvozanat taqqoslangan. Monopolistik raqobat va mukammal raqobat sharoitida ikkita farq mavjud: ortiqqa imkoniyat va qo'shimcha qiymat.

(A) rasmda Monopolistik raqobatlashgan bozordagi uzoq muddatli muvozanatni ko'rsatyapti, (b) chizig'i esa mukammal raqobatlashgan bozordagi uzoq muddatli muvozanatni ko'rsatyapti. Bunda ikki tofovut mavjud.

- mukammal raqobatda firma samaradorlik shkalasida ishlab chiqaradi, bunda o'rtacha umumiy xarajat minimallashtirilgan. Farqli o'laroq Monopolistik raqobatlashgan firma samaradorlik shkalasidan kam bo'lgan miqdorda mahsulot ishlab chiqaradi.

- mahsulot narxi mukammal raqobat sharoitida chekli xarajatga tenglashadi, biroq narx Monopolistik raqobatdagi chekli xarajattan baland.



13.4-rasm. ^Q Mukammal va Monopolistik raqobat

Ortiqcha imkoniyatlar. Bozorga erkin kirish va chiqish har bir Monopolistik raqobatlashgan bozordagi firmani talab egri chizig'i va o'rtacha xarajatlari egri chizig'ining bir-biriga tegib turishiga olib keladi. 13.4-rasmning (A) rasmsida ishlab chiqilgan hajm bu nuqtada o'rtacha umumiy xarajatlarni minimallashtiriladigan hajmdan kichikligi ko'rsatilgan. Shunday qilib, Monopolistik raqobatlashgan sharoitda firmalar o'zining o'rtacha xarajatlar chizig'ining pastga qarab og'ayotgan qismida ishlab chiqaradi. Shu yo'sinda Monopolistik raqobat mukammal raqobatdan keskin farq qiladi. (B) chiziqda ko'rinib turibdiki, raqobatlashgan bozorga erkin kirish va chiqish firmani ortacha umumiy xarajatlarining minimal nuqtasida ishlab chiqaradi.

O'rtacha umumiy xarajatlarni minimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi korxonaning samaradorlik shkalasi deb ataladi.

Uzoq davrli muddatda mukammal raqobatlashgan korxonalar samaradorlik shkalasida ishlab chiqaradi. Monopolistik raqobatdosh korxonalar esa ko'rsatkichdan past darajada ishlab chiqaradi. Korxonalarni Monopolistik raqobat ostida ortiqcha hajmi bor deyishadi. Boshqacha qilib aytganda Monopolistik raqobatlashuvchi firma, mukammal raqobatdosh firmaga o'xshamagan holda ishlab chiqarilgan

hajmni oshirishi va mahsulotni o'rtacha xarajatini kamaytirishi mumkin. Korxonada bu imkoniyatdan voz kechadi, chunki bu qo'shimcha ishlab chiqarishni sotish uchun, narxni kesishga to'g'ri keladi. Monopolistik raqobatchi uchun ortiqcha hajm bilan ish tutish unga ko'proq foydalidir.

Mukammal raqobat va Monopolistik raqobat o'rtasidagi ikkinchi farq bu narx va chekli xarajat o'rtasidagi nisbatdir. Raqobatlashadigan firma uchun, 13.4-rasmning (B) – rasmsida ko'rsatilganidek, narx chekli xarajatlarga teng, Monopolistik raqobatda esa narx chekli xarajatlardan baland, chunki firma doim bozor hokimiyatiga ega bo'ladi.

No'llashgan foyda holati shuni bildiradiki, narx o'rtacha xarajatga tenglashgan, lekin mutlaqo chekli xarajatlarga ega emas. Haqiqatdan ham uzoq muddatli muvozanatda, Monopolistik raqobatdosh firmalar o'zining o'rtacha xarajatlari egri chizig'ining kamayayotgan qismida joylashadi, shunda chekli xarajatlarda o'rtacha xarajatlardan pastda bo'ladi. Shunday qilib, narx o'rtacha umumiy xarajatlarga teng bo'lishi uchun, u chekli xarajatlardan yuqori bolishi kerak.

Tovar narxi va chekli xarajatlarda o'rtasidagi bunday nisbatlar mukammal raqobatchilar va Monopolistik raqobatchilar orasidagi asosiy farqdir. Tasavvur qiling siz menejerga quyidagi savolni berasiz: Siz, hozir eshik ochilib, mahsulotingizni mazkur narxda sotib olish uchun yana bitta xaridor kirib kelishini istaysizmi. Mukammal raqobatdosh firma menejeri uni qo'shimcha xaridorlar qiziqtirmasligini aytadi. Chunki tovarning narxi chekli xarajatlarga teng boladi, qo'shimcha sotilgan bir-birlik tovardan tushgan daromad nolga teng. Aksincha, Monopolistik raqobatdosh firma har doim yana bir xaridorga o'ch boladi. Chunki uning narxi chekli xarajatlardan oshadi va qo'shimcha miqdor sotilishi foydani ko'paytiradi. Bir tadqiqotchi aytganidek, Monopolistik raqobatlashgan bozorlar sotuvchilari ko'proq xaridorlarni jalb qilish uchun ularga yangi yil tabriklarini tarqatishni unutmaydi.

13.3. Monopolistik raqobat va jamiyat farovonligi

Monopolistik raqobatlashgan bozor natijalarini jamiyat qanday baholaydi? Siyosatchilar bozordagi natijani yaxshilay oladimi? Bu savollarga oddiy javob yo‘q. Monopolistik raqobatdosh bozorlarning samarador emashigi manбайдan biri – chekli xarajatlarning oshishi bo‘lib, bu shunga olib keladiki, agar ishlab chiqarish xarajatlaridan tovarni ustun qo‘yadigan iste‘molchilar (lekin narxdan past) ularni sotib olishdan o‘zlarini tiyadilar. Shunday qilib, Monopolistik raqobatdoshi bozorlar Monopolistik narx belgilashning tipik qaytarilmas yo‘qotishlari bilan xarakterlanadi.

Muammoni yechishning oson yo‘li yo‘q. Chekli xarajatlarga asosida majburiy narx belgilash barcha har turli mahsulotlar ishlab chiqaruvchi-firmalarni davlat tomonidan boshqarilishi zarurligini bildiradi. Lekin bunday turdagi mahsulotlar shunchalik tarqab ketganki, hokumat tomonidan bunday nazorat administrativ og‘irdir.

Bundan tashqari Monopolistik raqobatchi firmalar faoliyatiga aralashuv tabiiy Monopoliyalarni tartibga keltirishda muammolarni keltirib chiqaradi. Xususan – Monopolistik raqobat bozoridagi firmalar shundoq ham no‘llashgan foyda oladi, narxni chegarali xarajat darajasigacha tushirishni talab qilish, yo‘qotishga olib keladi. Biznesda ushbu firmalarni saqlab qolish uchun hukumat ularning yo‘qotishlarini qoplashi lozim, ya‘ni soliqlarni oshirishi lozim. Ko‘rinib turibdiki, noan‘anaviy usullar va oqimga qarab harakatlanishdan birini tanlashda siyosatchilar samarasiz Monopolistik narx belgilashni lozim topadilar.

Jamiyat nuqtayi nazaridan Monopolistik raqobat samaradorligi pastligining sababi – bozordagi firmalarning soni muammosi. Bu muammoni biz bozorga kirish bilan bog‘liq bo‘lgan tashqi samara terminlarida ko‘rib chiqamiz. Har doim yangi firma bozorga kirishini

maqsadga muvofiqligini tahlil qilar ekan, u oladigan potensial daromadi darajasiga baho beradi.

Ammo uning bozorga kirishida tashqi samaralar mavjud bo'ladi:

- *Mahsulot xilma – xilligini ko'paytiruvchi tashqi samara.* Bozorda yangi mahsulotning paydo bo'lishi bilan birga iste'molchilar ortiqchaligi vujudga keladi va u bozorga kirish bilan bog'liq ijobiy tashqi samaraga ega bo'ladi.

- *Xaridorlarni ushlab qolish tashqi samarasi.* Yangi raqobatchining paydo bo'lishi eskilarning bir qism iste'molchilarini yo'qotishini va daromadni kamayishini bildiradi: bu yerda salbiy tashqi samaraning o'rni bor.

Shunday qilib, Monopolistik raqobat bozoriga kirishda yangi firmalarni ijobiy va salbiy tashqi samaralar mavjud. Monopolistik raqobat bozorida uning ahamiyatiga qarab juda ko'p yoki juda kam tovarlar turlari taklif qilinadi.

Tashqi samaralar hajmi Monopolistik raqobat shartlariga bog'liq. Mahsulot xilma – xilligini ko'paytiruvchi tashqi samara yangi firmalar bozordagi mavjud tovarlardan farqli mahsulotni taklif qilganda vujudga keladi. Xaridorlarni ushlab qolish tashqi samarasi firmalar tomonidan belgilangan narx chegarali xarajatlardan baland bo'lganda, qo'shimcha bir-birlik mahsulot sotishga intilganda vujudga keladi. Aksincha mukammal raqobatda firmalar bir xil tovar ishlab chiqaradi va narx chekli xarajatga teng bo'ladi, mahsulot xilma – xilligini ko'paytiruvchi tashqi samara va xaridorlarni ushlab qolish tashqi samarasi mavjud emas.

Oxirida, biz mana raqobatdosh bozorlar o'ziga kerakli barcha mutloq raqobatdosh bozorlarning jarayon xususiyatlariga ega bo'lmaydi. Yani, ko'rinmas qo'l, umumiy chiqim monopolistik raqobat ostida maksimallasadi deb ishontira olmaydi. Chunki efeksizlik qiyin

bo'lganligi uchun o'lchash, murakkab yechish, umumiy siyosat uchun bozor daromadi rivojlantirishning oson yo'li yo'q.

	Bozor tuzilmasi			Monopolistik (zabaviy) Sof raqobat va Monopoliya o'rtasida
	Sof raqobat	Monopolistik raqobat	Monopoliya	
Barcha uch bozor tuzilmalari				
Baham xususiyatlari				
Firmalar maqsadi	Foydani ochib qo'yish	Foydani ochib qo'yish	Foydani ochib qo'yish	
Maksimalashirish maqsadi	$MR = MC$	$MR = MC$	$MR = MC$	
Qisqa muddatda iqtisodiy daromad mumkinmi?	Ha	Ha	Ha	
Xususiyatlari, bu monopoliya bilan monopolistik raqobat aksiyalar				
Narx olish	Ha	Yo'q	Yo'q	
Narx	$P = MC$	$P > MC$	$P > MC$	
Farovonlik darajasini oshiruvchi mahsulot ishlab chiqaradimi?	Ha	Yo'q	Yo'q	
Xususiyatlari, bu monopoliya bilan monopolistik raqobat aksiyalar				
Firmalar soni	Ko'p	Ko'p	Bir	
Kirish uzoq muddatlimi?	Ha	Ha	Yo'q	
Uzoq muddatda iqtisodiy daromad mumkinmi?	Yo'q	Yo'q	Ha	

13.5-rasm

- Monopolistik raqobatlashgan bozor uch xususiyati bo'yicha tafsiflanadi:

Firmalarning ko'pligi, turli xildagi mahsulotlar ishlab chiqaradi va bozorga erkin kiradi.

- Monopolistik raqobatlashgan bozordagi muvozanat mukammall raqobatlashgan bozornikidan ikki o'zaro bog'liq holatlari bilan ajralib turadi. Birinchidan, monopolistik raqobatlashgan bozorning har bir firmasida ortiqcha ishlab chiqarish imkoniyatlari mavjud. Bu esa o'rtacha umumiy xarajat egri chizig'ini kamayotgan qismida bo'ladi. Ikkinchidan har bir firma narxni chekli xarajattan baland qo'yadi.

- Monopolistik raqobat mukammall raqobatning barcha xususiyatlariga ega emas.

- Monopoliyaning standart qaytarilmas yo'qotishlari mavjud bo'lib, bunda narx chekli xarajattan baland bo'lishiga sabab bo'ladi. Bundan

tashqari firmalar soni (va shu o‘rindagi mahsulotlarning xilma-xilligi) o‘ta ko‘p yoki o‘ta kam bo‘lishi mumkin.

- Monopolistik raqobat bozoriga mahsulotlarning xilma-xilligi xos, reklama qilish va firma nomlaridan foydalanishga olib keladi. Tanqid qiluvchilar reklama va savdo markalarini firmalar iste‘molchilar didlarini o‘zgartirish va raqobatni pasaytirish uchun ishlatishadi deb uqtiradilar. Reklamani va savdo belgilarini yoqlovchilar firmalar ularni iste‘molchilarga ma‘lumot berish, narx va sifat bilan raqobatlashish uchun foydalanishadi deyishadi.

13.4. Bir necha sotuvchili bozorlar

Oligopolistik bozorlarda sotuvchilarning faqat kichik guruhi bo‘lganligi sababli, oligopoliyaning asosiy xususiyati hamkorlik va o‘z manfaatlarini yuqori qo‘yish o‘rtasidagi keskinlikdir. Oligopolistlar guruhi Monopolist yoqtiradigan – kam miqdorda ishlab chiqarish va chekli xarajatdan yuqori narxni belgilash-hamkorlik va ishlashning eng yaxshisidir. Chunki har bir oligopolist faqat o‘zining foydasi haqida o‘ylaydi va bu yerda monopoliyadan chiqish yo‘lini davom ettirishdan firmaning bir guruhida kuchli rag‘batlantiruvchi omil bor.

Duopoliya

Hozir biz oligopoliyalarning xatti-harakatlarini tushunish uchun faqat ikki a‘zosi bo‘lgan Duopoliya deb nomlanuvchi oligopoliyani ko‘rib chiqish imkoniyatiga egamiz. Duopoliya oligopoliyaning eng sodda ko‘rinishidir. Oligopoliya uch yoki undan ko‘p a‘zolar bilan ham duopoliyaga o‘xshab bir xil muammolarga duch keladi, shuning uchun biz soddaroq voqealar bilan boshlasak, tushunish osonroq bo‘ladi.

Tasavvur qiling shaharchada faqat ikki odamda Anvar va Bahromda o'zining ichimlik suvi bo'lgan quduqlariga ega. Har shanba kunlari, Anvar va Bahrom qancha bochqa suvni nasos bilan tortib chiqarish, shaharga suv olib kelish va bozor o'rnatgan har qanday narx uchun sotishni hal qiladilar. Vaziyatni murakkablashtirmaslik uchun, Anvar va Bahrom ko'p suvni nasos bilan tortib chiqarishi mumkinligini, ular qandaydir xarajatsiz xohlashlarini nazarda tutadi. Ya'ni suvning chekli xarajatlari nolga teng.

13.1-jadval shaharchaning suvga bo'lgan talabi jadvalini ko'rsatadi. Birinchi ustun umumiy talab miqdorini ko'rsatadi va ikkinchi ustun narxni ko'rsatadi. Agarda ikki ishlab chiqaruvchi suvning umumiy 10 bochkasini sotsa, suvning bir bochkasi 110 so'm bo'ladi. Agar ular umumiy 20 bochka suv sotsa, 1 bochka suv narxi 100 so'mga tushib ketadi va hokazo. Demak, shunday qilib, siz bu ikki ustunni raqamlarini rasmda aks ettirsangiz, andozaviy ko'rinishdagi pastga yo'naltirilgan talab egri chizig'ini olasiz.

13.1-jadvaldagi so'nggi ustun suvning sotilgandan keyingi umumiy tushumini ko'rsatmoqda. U vaqt ichida sotilgan miqdor narxiga teng. U suvni nasos bilan tortishning xarajati bo'lmaganligi sababli ikki ishlab chiqaruvchining umumiy tushumlari ularning umumiy foydasiga teng.

Keling endi shaharni suv sanoatini qanchalik tashkil etilishi suvning narxi va sotilgan miqdoriga qanchalik ta'sir etishini ko'rib chiqamiz.

Anvar va Bahromning Duopoliya sharoitidagi suvning narxi va miqdorini muhokama qilishdan oldin, agar suv bozori yo mukammal raqobat yoki monopolistik bo'lgandagi qisqacha natijasini keling ko'rib chiqamiz. Bular tabiiy darajaning ikki qutbidir.

13.1-jadval

Suv uchun talab jadvali

Miqdor (bochkalar)	Narx (so'm)	Jami daromad (va umumiy foyda)
0	120	0
10	110	1100
20	100	2000
30	90	2700
40	80	3200
50	70	3500
60	60	3600
70	50	3500
80	40	3200
90	30	2700
100	20	2000
110	10	1100
120	0	0

Raqobat, monopoliyalar va kartellar

Agarda suv bozorida mukammal raqobat bo'lsa, har bir firma ishlab chiqarish qarori narxni chekli xarajatlarga teng darajada belgilashga olib keladi. Biz bu nasos bilan tortib olingan qo'shimcha suvning chekli xarajati nol bo'lishini qabul qilganmiz, suvni muvozanatli narx ham mukammal raqobat sharoitida nol bo'ladi. Bunda muvozanatli miqdori 120 bochka bo'lar edi. Suvning narxi uni ishlab chiqarish xarajatlarini aks ettirgan bo'lar edi va suvning samarali miqdori ishlab chiqarilardi va iste'mol qilingan bo'lardi.

Hozirda monopoliya qanchalik o'zini tutishi kerakligini ko'rib chiqamiz. 13.1-jadval 1 bochka suvning narxi 60 so'm va umumiy miqdor 60 bochka bo'lganida foyda maksimalishtirilganligini ko'rsatadi. Foydani maksimallashtirayotgan Monopolist, shunga ko'ra, mahsulot miqdorini va narxini tanlashi kerak. Bu Monopoliya uchun narx chekli

xarajatlardan ustun bo'lishi kerak. Natija samarasiz bo'ladi, chunki ishlab chiqarilgan va iste'mol qilinadigan suv miqdori ijtimoiy samarali daraja 120 bochkadan pastga tushib ketadi.

Bizning Duopolistlardan qanday natija kutishimiz kerak? Buning bir sababi – Anvar va Bahrom uchrashadilar va ishlab chiqariladigan suv miqdori hamda uning uchun belgilanadigan narx bo'yicha kelishadilar. Ishlab chiqarish miqdori va uning narxi bo'yicha firmalar o'rtasidagi bunday kelishuv maxfiy kelishuv deb ataladi, va kelishuvga muvofiq harakat qiluvchi firmalar guruhi kartel deyiladi. Bir kun kartel tashkil etildi, bozorga Monopoliya samarali hizmat qildi, ya'ni agar Anvar va Bahrom o'zaro kelishuvga kirishsalar, ular ushbu bozordan ishlab chiqaruvchilar oladigan umumiy foydani maksimallashtiruvchi Monopol ishlab chiqarish hajmi haqida kelishib oladilar. Bizning ikki ishlab chiqaruvchilarimiz umumiy 60 bochka suv ishlab chiqarardi, va bir bochkani 60 so'm narxda sotgan bo'lardi. Yana bir bor, narx chekli xarajatlarni oshiradi, va ijtimoiy natija samarasiz bo'ladi.

Kartel qatnashchilari faqat ishlab chiqarishining umumiy darajasi haqidagima bir fikrga kelibgima qolmay, balki uning har bir a'zosi tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori haqida ham bir fikrga kelishlari kerak. Bizning holda, Anvar va Bahrom monopoliya mahsuloti 60 bochkani o'zlari o'rtasida qanchalik taqsimlashlarda o'zaro kelishishlari kerak. Kattaroq bozor ulushi katta foydani anglatadi, chunki kartelda har bir a'zosida bozorning katta ulushini olish istagi paydo bo'ladi. Agar Anvar va Bahrom bozorini teng bo'linishiga rozi bo'lsa, ularning har biri 30 bochka ishlab chiqarib, har bir narx bir bochka uchun so'm 60 bo'lardi va har biri 1800 so'mdan foyda ko'rishadi.

Oligopolist kartellarni shakillantirish va monopoliya daromadini istaydi, ammo ko'pincha buning imkoni yo'q. Bundan tashqari ba'zi hollarda kartel a'zolari o'rtasidagi foydani bo'lish bo'yicha

kelishmovchiliklar ular o'rtasidagi kelishuvni qiyin qilib qo'yadi. Oligopolistik kelishuvlarni taqiqlovchi monopoliyaga qarshi qonunlar davlat siyosatini ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi. Hatto raqib bilan narxni shakllantirish va ishlab chiqarishdagi cheklovlar haqida gaplasliganda ham, jinoiy javobgarlikka tortilishlari mumkin⁸. Agar Anvar va Bahrom qanchalik alohida-alohida suv ishlab chiqarishga qaror qilsa, qanday hodisa sodir bo'lishini ko'rib chiqaylik.

Boshida Anvar va Bahrom Monopoliya samarasiga yetib borishlariga bir bor ishonishgan edi, chunki bu natija ularning qo'shimcha foydasini oshirgan edi. Birlashgan shartnomaning yo'qligida qanchalik Monopoliya natijasi ehtimoldan yiroq. Nima uchun Anvar 30 bochka ishlab chiqarishga ishonganini tasvirlang (Monopoliya miqdorining yarmi). Anvar quyidagicha mulohaza qiladi:

“Men 30 bochka ishlab chiqarishim mumkin, ushbu holatda, 60 bochka suvning umumiy hajmi bir bochkaning narxi 60 so'mdan sotilishi mumkin edi. Mening foydam esa 1800 so'm (30 bochka * bir bochkaning narxi 60 so'm) bo'lgan bo'lardi. Shu bilan birga men yana 40 bochka ishlab chiqarishim mumkin edi. Bunda, 70 bochka suvning umumiy hajmi bir bochkaning narxi 50 so'mdan sotilar edi, bundagi mening foydam 2000 so'mgacha osgan bo'lardi. (70 bochka* 50 so'm). Hattoki bozorning umumiy foydasi tushib ketgan taqdirda ham, mening foydam balandroq bo'lar edi, chunki men bozor ulushining katta qismiga ega edim”.

Albatta, Bahrom ham xuddi shunday mulohaza qilishi mumkin. Agar shunday bo'lsa, Anvar va Bahrom har bir shaharga 40 bochka suv olib keladi. Bunda jami savdo 80 bochka bo'ladi va narx 40 so'mga tushadi. Shunday qilib, agar Duopolistlar o'zlarining shaxsiy manfaatlarini boshqalardan ustun qo'ygan holda davom ettirishsa, ya'ni

⁸ N. Gregory Mankiw Principles of Microeconomics, 7e

qachonki ko'p ishlab chiqarishga qaror qilishsa, ular ishlab chiqarishining umumiy miqdori monopoliya miqdoriga qaraganda kattaroq bo'ladi va mahsulot narxi pasayadi. Monopoliyaning foydasiga nisbatan solishtirganda duopolist firmalarning umumiy foydasi ham kamayadi.

Garchi o'z qiziqishlari mantiqiy jihatdan monopoliya darajasidan duopoliyaning ishlab chiqarishini kuchaytirsada, u raqobatli ajratmaga erishishda duopoliyani chetga surib qo'ymaydi. Har bir duopolist 40 bochka ishlab chiqargan paytda nima sodir bo'lishini o'ylab ko'raylik. Narxi so'm 40 va har bir duopolist 1600 so'm bo'lgan foydani qiladi. Bu vaziytda, Anvarning o'z manfaatini ustun qo'yish xususidagi mantig'i, har xil xulosaga olib keladi:

“To'g'ri hozir mening foydam 1600 so'm”. Men ishlab chiqarishimni 50 bochkaga oshiraman, deylik. Bu holda, umumiy 90 bochka suv sotilgan bo'ladi va bir bochka narxi 30 so'm bo'lardi. Keyin mening foydam faqat 1500 so'm bo'ladi. Bu ishlab chiqarishni oshirishga va narxini pastga tushirishga qaraganda kam, balki 40 bochkada o'zining ishlab chiqarishimni saqlash yaxshiroqdir.

Anvar va Bahrom har 40 bochka ishlab chiqarishida bo'lgan natija muvozanati bir turdagi kabi ko'rinadi. Aslida, bu natija **Nesh muvozanati** deyiladi (uning hayoti kitoblarda va chiroyli kinolarda tasvirlangan iqtisodiy nazariyotchi Kamol Nesh nomi bilan ataladi). Nesh muvozanati iqtisodiy aktyorlarning qiziqishlari, ularning har bir tanlagan strategiyalari boshqalar tanlagandan yaxshi bitta holat bo'lishidir. Bu holatda Anvarning 40 bochkadan ishlab chiqishi berilgan, Anvar uchun eng yaxshi holat 40 bochkadan ishlab chiqarishdir. Shunga o'xshash Anvarning 40 bochkadan ishlab chiqishi berilgan, Bahrom uchun eng yaxshi holat 40 bochkadan ishlab chiqishdir. Bundan

tashqari ular bu Nesh muvozanatiga erishishadi, na Bahromda na Anvarda turli xil qarorlarni ishlab chiqarishda rag‘batlantirish bor.

Bu misol hamkorlik va shaxsiy manfaat o‘rtasida keskinlikni tushuntirib beradi. Oligopolistlar hamkorlik va monopoliya samaradorligiga erishishda yaxshi foyda ko‘rishni nazarda tutishadi. Chunki, ular o‘zlarining shaxsiy manfaatlarini ko‘zda tutib, monopoliya samarasiga erishishni to‘xtatishmaydi va o‘zlarining qo‘shma foydasini maksimallashtiradi. Har bir oligopolist ishlab chiqarishni o‘zlashini va bozorni katta qismini qo‘lga kiritishni rejalashtiradi. Natijada ularning har biri bu ishni bajarishga harakat qiladi, umumiy ishlab chiqarish kuchayadi va narx tushadi.

Shu bilan birga shaxsiy manfaat raqobat natijasidagi hamma yo‘llarni bozor tomon olib boravermaydi. Monopolistlarga o‘xshab oligopolistlar ham ko‘proq foyda beradigan ishlab chiqarishni kuchaytirish maqsadida o‘zlarining mahsulotlarini pasaytiradilar. Shuning uchun ular ishlab chiqarishni kuchaytirishida firmalarning raqobatlarini qaysiki chekli narxni tenglashtirishda qisqa vaqtga to‘xtatadilar.

Xulosa o‘rnida, qachonki firmalar individual oligopoliyada ishlab chiqarishni maksimal foydasini tanlashsa, ular ishlab chiqarish miqdorini monopoliya tomonidan ishlab chiqarilgan darajasiga qaraganda ko‘proq va raqobatchilari tomonidan ishlab chiqarilgan darajaga qaraganda kamroq ishlab chiqishadi. Oligopoliya narxi monopoliya narxiga qaraganda kamroq, ammo raqobatchilarni narxiga qaraganda (qaysiki chekli narxga teng bo‘lgan) ko‘proq bo‘ladi.

13.5. Oligopoliyaning bozor natijalariga ta’siri

Faraz qiling, masalan, Shavkat va Davron to'satdan o'zlarini boyliklarini suv quduqlarini ochishdi va Anvar va Bahromning suv oligopoliyasiga qo'shildi. Ammo bugungi kunda ko'pchilik ishlab chiqaruvchilar bu talabni qondirish uchun layoqatlidir. Shahardagi suvning miqdori va narxi sotuvchilarni ikkitadan to'rttaga ko'payishiga qay darajada ta'sir qiladi?

Agarda suv sotuvchilar kartellardan foydalana olganda, ular monopoliya narxini o'zgartirishi va monopoliya miqdorini ishlab chiqarish tomonidan umumiy foydani oshirishga yana bir bor harakat qilishgan bo'lardi. Qachonki, faqat 2 sotuvchi bo'lsa, kartel a'zolari shartnomani tatbiq qilish uchun ba'zi yo'llarni topishar va har bir a'zo uchun ishlab chiqarish darajasiga kelishishga rozi bo'lishar edi. Kartelning kengayishida bu natija ehtimol kam samara beradi, chunki guruhlar rivojlanishining hajmiga o'xshab natijaga erishish va hayotga tatbiq qilishda ko'p qiyinchiliklar vujudga kela boshladi.

Agarda Oligopolistlar kartel shaklida bo'lmasa, ya'ni Monopoliyaga qarshi qonunlar buni taqiqlaydi, shuning uchun, qanchalik ko'p suv ishlab chiqarishlarini o'zlari hal qilishlari shart. Sotuvchilar sonining ortib borishi natijaga qanchalik ta'sir qilishini ko'rishga, har bir sotuvchining qarama-qarshi qarorlarini e'tiborga olishga harakat qilish kerak. Ishlab chiqaruvchida doimo qo'shimch 1 bochka suv ishlab chiqarish imkoniyati bor. Qabul qilingan qarorlar 2 xil samara beradi:

- Ishlab chiqarish samarasi: narx chekli xarajatdan yuqori bo'lgani uchun 1bochka qo'shimcha sotilgan suv daromadni oshiradi, bu yerda narx o'zgarmas deb olamiz.
- Narx samarasi: ishlab chiqarishning oshishi sotishning umumiy miqdorni ko'paytiradi, va bu suvning narxini pasyishiga va

boshqa bochkalarni sotishdan olinadigan foydani pasayishiga olib keladi.

Agar ishlab chiqarish samarasi narx samarasiga qaraganda kattaroq bo'lsa, quduq egalari ishlab chiqarishni ko'paytiradilar. Agarda narx samarasi ishlab chiqarish samarasiga nisbatan kattaroq bo'lganda, quduq egalari ishlab chiqarishni ko'paytirmas edilar. (Anig'i shundaki, bu misolda ishlab chiqarishni kamaytirish foydali bo'ladi). Har bir Oligopolist ishlab chiqarishni oshirishni bu ikkala chekli samara teng bo'lgunicha, boshqa firmalar ishlab chiqarishni boshlagunga qadar davom ettiradi.

Hozir sanoatda bo'lgan firmalarning soni qanchaligi har bir Oligopolistning chekli tahliliga ta'sirini ko'rib chiqaylik. Sotuvchilarning katta miqdori, kamida har bir sotuvchi bozor qiymatida o'zining ta'siri haqida tashvishlanadi. Bu Oligopoliya bir o'lchamda o'sishiga qarab, narx ta'siri pasayishining ahamiyatga egaligidadir. Qachonki, Oligopoliya juda katta bo'lib rivojlansa, qiymat butunlay natija bermaydi. Bu shuningdek, bozor qiymati yakka firmaning uzoq ta'sir qilmasligining ishlab chiqarishdagi qaroridir. Eng so'nggi sabablarda har bir firma bozor qiymatini qachonki ishlab chiqarishni qanchalik ko'p qabul qilsa, xuddi bergandek oladi.

Biz hozir raqobatga ega firmalarni bir guruhimi aslini olganda bir katta Oligopoliyani ko'rishimiz mumkin. Qachonki, ishlab chiqarishga qanchalik ko'p qaror qabul qilishsa, bu raqobatbardosh firmalar faqat ishlab chiqarish natijasini e'tiborga olishadi: raqobatdosh firma narx oluvchi bo'lganligi sababli, narx natijasi bo'lmaydi. Shunday qilib, katta rivojlanishdagi Oligopoliya sotuvchilari miqdoriga o'xshab, Oligopolistik bozor yanada raqobatbardosh bozorga o'xshab bormoqda. Bu narx chetdagi narxga yaqinlashadi, va ishlab chiqarilgan miqdor ijtimoiy jihatdan samarali darajaga erishadi.

Oligopoliyaning tahlillari xalqaro savdoning natijasi ustidagi bir yangi nuqtayi nazarni taqdim qiladi. Faqat Yaponiyada yaratilgan avtomashinlarni, ya'ni Toyota va Honda, Germaniyada yaratilgan Volkswagen hamda BMW avtomashinalari, AQSH avtomobillaridan Ford va General Motors avtomashinalarini tasavvur qilib ko'ring. Agarda davlat avtomashina xalqaro savdo sotig'ini taqiqlasa, faqat ikki a'zo o'rtasida avtomashina Oligopoliyasi bo'lishi mumkin. Aslini olganda bozor eng oliy maqsadlarda yuqori pog'onalarga ko'tarilar. Garchan xalqaro savdo bilan mashina bozori dunyo bozori bo'lmasada, namunadagi Oligopoliya 6 a'zoga ega bo'ladi.

Hamkorlik iqtisodi. Biz ko'rganimizdek, Oligopolistlar Monopoliya xohlaydi, biroq davom ettirish va asos solish bu vaqtda mushkul vazifa hisoblanganidek, vaziyat hamkorlik qillshga undaydi. Ya'ni qachonki ishtirokchilar o'rtasidagi hamkorlik ma'qul, ammo mushkul bo'lgandagi vujudga kelgan muammolarni ko'rdik. Hamkorlikning iqtisodiyotdagi o'rnini sinchiklab o'rganishimiz uchun ozgina o'yinlar nazariyasi haqida o'rganishga majburmiz.

Xususan, biz maxbuslarning dilemmasi deb ataladigan bir muhim o'yinlarda davom etamiz. Bu o'yinlar nima uchun hamkorlik qiyin bo'lishini ichki jihatdan tushuntirib beradi. Hayotda bir necha marta odamlar hatto hamkorlik ularga yaxshi foyda olib kelgan bo'lsa ham, biri boshqasi bilan hamkorlik qilishda muvafaqqiyatsizlikka uchragan. Oligopoliya shunga misol bo'la oladi. Maxbuslarning dilemmasi qissasi har qanday guruhda hamkorlikni uning a'zolari o'rtasida saqlab qolishini o'z ichiga oluvchi umumiy bir darsdir.

Maxbuslarning dilemmasi

Maxbuslarning dilemmasi bu – Politsiya tomonidan hibsga olingan ikki jinoyatchi haqidagi hikoyadir. Keling ularni Zokir va Ortiq deb ataymiz. Politsiyada bu ikki jinoyatchi ya'ni Zokir va Ortiqni ro'yxatga

olinmagan qurolni, ya'ni miltiqni ko'tarib yurganining, ahamiyatsiz g'ayri qonuniy xatti-harakatida hukm chiqarish uchun yetarlicha isbot va dalillar bor. Politsiya bu ikki jinoyatchi birgalikda bir bankda o'g'irlik sodir etganini tahmin qilmoqda, biroq Politsiya, ularni bu katta jinoyat ustida hukm qilishga qiyinchilik bilan erishishdi. Politsiya Zokir va Ortiqni alohida xonalarda so'roq qilishdi va Politsiya ularning har biridan quyidagi ma'lumotlarni olishdi:

“Tog'ri hozir biz 1 yilga qamoqqa tushira olamiz. Agarda siz bankni o'g'irlashga va sherigingizni ham jalb qilganingizga iqrор bo'lsangiz, biz sizni himoya qilishimiz va siz ozodlikka chiqishingiz mumkin. Sizning sherigingiz qamoqda 20 yil bo'ladi. Biroq agarda siz birga o'z jinoyatingizni amalga oshirganingizni tan olsangiz, biz sizga guvoh bo'lishimiz shart emas va biz sud jarayoni qiymatini oldini olamiz, shuningdek, har biringiz 8 yildan qo'shimcha jazo olasiz.

Agarda Zokir va Ortiq, shavqatsiz bank o'g'rilari ya'ni ular o'zlarini hukmlarini o'ylashsa, siz ulardan nima qilishini kutasiz? 1-rasm, ularning qarorlarini ko'rsatadi. Har bir maxbusda ikki strategiya bor: tan olish yoki jim turish. Har bir maxbus uning jinoyatdagi sherigi tomonidan tanlangan strategiya va u tanlaydigan strategiyaga bog'liq bo'lgan hukmni oladi.

Birinchi bo'lib, Zokir qarorini ko'rib chiqamiz. U quyidagicha mulohaza qiladi: “Men Ortiqni nima qilmoqchi ekanligini bilmayman. Agar u jim tursa, men o'zimning eng yaxshi strategiyamni tan olsam, keyinchalik men qamoqxonada 1 yil o'tishiga nisbatan tezroq ozodlikka chiqaman. Agarda u tan olsa, mening eng zo'r strategiyam tan olinganda, keyinchalik qamoqxonada 20 yil o'tishiga qaraganda, 8 yil o'tishi tezroq. Shuning uchun, Ortiqning nima qilishidan qat'iy nazar, men yaxshisi tan olaman” o'yinlar nazariyasi tilida, bu strategiya **ustun strategiya** deb nomlanadi, agar boshqa o'yinlarchilar tomonidan

qilingan strategiyani e'tiborga olmaslikdan qat'iy nazar amal qilish uchun eng zo'r strategiyadir. Bu holda, tavba Zokir uchun ustun strategiyadir. Agar u ikki narsani e'tiborga olishdan qat'iy nazar, Ortiq tan oladimi yoki jim turadimi, yo'qmi, u tan olsa qamoqxonada vaqtini kamroq o'tkazadi.

Endi Ortiq qarorini ko'rib chiqamiz. U ham Zokir kabi bir xil qarorlarga duch kelsa, va u ham xuddi shu yo'lni tutadi. Nima bo'lishidan qat'iy nazar, Zokir nima ish qilsa ham, Ortiq tomonidan tan olish uning qamoqdagi vaqtini kamaytirishi mumkin. Boshqa so'zlar hilan aytganda, tan olish Ortiq uchun ham ustun strategiyadir.

Oxir-oqibat, Zokir va Ortiq ikkalasi tan oladi va har ikkisi qamoqda 8 yil o'tiradi. Biroq, ularning nuqtayi nazaridan, bu dahshatli natijadir. Ular ikkalasi ham jim turgan bo'lsa, ularning har ikkalasi ham qurol ayblovi bo'yicha qamoqda faqat 1 yil o'tirishi yaxshi bo'lar edi. Chunki, ikki maxbus har biri o'z manfaatlarini ko'zlaydilar, birga har biri uchun yomon bo'lgan natijaga erishadilar.

		Zokirning qarori	
		Iqrar bo'lish	Sukut saqlash
Ortiqning qarori	Iqrar bo'lish	Zokir 8 yil oladi Ortiq 8 yil oladi	Zokir 20 yil oladi Ortiq ozod etiladi
	Sukut saqlash	Zokir ozod etiladi Ortiq 20 yil oladi	Zokir 1 yil oladi Ortiq 1 yil oladi

Siz Zokir va Ortiq bu holatni oldindan bilgan va oldindan rejalashtirgan, deb o'ylashingiz mumkin. Lekin hatto rivojlangan rejalashtirish bilan, ular hali ham muammolar ichiga kirib ketishdi.

Politsiya Zokir va Ortiqni qo'lga olishdan oldin, ikki jinoyatchi tan olishiga emas, balki shartnoma qilgan, deb tasavvur qilgan. Ular har biri qamoqxonada faqat 1 yil o'tirishi mumkin. Ular alohida-alohida so'roq qilingandan so'ng, o'z-o'zini qiziqtirgan mantiq orqali tan olib boradi. Ikki maxbuslar o'rtasida hamkorlikni saqlab qolish qiyin, chunki yakka hamkorlik asossiz edi.

Oligopoliyalar maxbuslarning dilemmasi sifatida

Maxbuslarning dilemmasi bozorlar va nomukammal raqobat bilan nima qilishi kerak? Bu Oligopolistlar Monopol oqibatiga erishish uchun qilayotgan harakatida maxbuslarning dilemmasida ikki maxbus o'ynashi o'yinga o'xsbaydi, deb bellashadi.

Yana Anvar va Bahrom yuzlangan qarorlarni ko'rib chiqaylik. Uzoq muzokaralardan so'ng, suvni ikki yetkazib beruvchilari 30 bochkada ishlab chiqarishni saqlab qolishi uchun kelishishadi, shunday qilib ular birgalikda maksimal foydani ishlashga va narxi yuqori saqlanishiga kelishishdi. Ular ishlab chiqarish darajadagi kelishuvlaridan so'ng, shu bilan birga, ularning har biri, bu shartnomaga yoki balandroq darajada ishlab chiqarishga va uni e'tiborsiz qoldirishga sazovor bo'lib, yoxud hamkorlik qilish uchun qaror qabul qilishlari shart. 2- grafa bu ikki ishlab chiqaruvchilar foydasi qanchalik ular tanlagan strategiyalarga bog'liq ekanligini ko'rsatadi.

Sizni Anvar, deylik. Siz quyidagicha mulohaza qilishingiz mumkin: "Men kelishganimizdek 30 bochka ishlab chiqarishni pastda tutishim mumkin edi, yoki men ishlab chiqarishni oshirishim va 40 bochka sotishim mumkin edi. Agarda Bahrom shartnomaga sazovor bo'lsa, va uning ishlab chiqarishi 30 bochkada davom etsa, keyin men yuqori ishlab chiqarish bilan 2,000 so'm va past ishlab chiqarish bilan 1800 so'm foydani ishlayman. U holda men yuqori ishlab chiqarish bilan yanada yaxshiroq foyda ko'raman. Agar Bahrom shartnomaga sazovor

bo'lishda muvaffaqiyatsizlikka uchrasa, va 40 bochka ishlab chiqarilsa, keyin men yuqori ishlab chiqarish bilan 1600 so'm va pastki ishlab chiqarish bilan 1500 so'm ishlayman. Yana bir bor, men yuqori ishlab chiqarish bilan yanada yaxshiroq foyda ko'raman. Shunday qilib, Bahrom nima qilishni tanlashidan qat'iy nazar, men yuksak saviyada ishlab chiqarishda va bizning shartnomada yaxshi foyda ko'raman.

40 bochka ishlab chiqarish Anvar uchun ustun strategiya. Albatta, Bahrom aynan bir xil tarzda mulohaza qlladi, va shuning uchun har ikki ishlab chiqarish 40 bochkaning eng yuqori darajasida bo'ladi. Natija (Anvar va Bahromning nuqtayi nazaridan) - ikki ishlab chiqaruvchilarining har biri uchun quyi foyda bilan bo'lgan ichki natija hisoblanadi.

Bu misol nima uchun Oligopoliya Monopoliya foydasini qo'llab-quvvatlashda muammo tug'dirishiga misol keltiradi. Monopoliya natijasi Oligopoliya uchun umumiy maqsadga muvofiqdir, lekin har bir Oligopolist qalloblikni rag'batlantirishi mumkin. Shaxsiy-manfaat maxbuslar maxbuslar dilemmasida iqrar bo'lishiga olib kelganidek, shaxsiy manfaat Oligopollya pastki ishlab chiqarish, yuqori qiymat va Monopollya foydasi bilan kelishuv natijasini qo'llab-quvvatlashi uchun ba'zi qiyinchiliklarni tug'diradi.

Maxbuslarning dilemmasi va jamiyatning farovonligi

Maxbuslarning dilemmasi hayot vaziyatlarini ko'p tasvirleydi va bu yaxshi o'yinlarda o'yinlarchilar ishtirok etishni kellsishsada, bu hamkorlik qo'llab - quvvatlashga qiyin bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi. Shubhasiz, hamkorlik yetishmasligi bu vaziyatlar bilan shug'ullanadiganlar uchun muammo emas. Lekin hamkorlik yo'qligi, bir butun sifatida jamiyat nuqtayi nazaridan muammomi? Bu javob vaziyatlarga bog'liq.

Monopol foydani saqlab qolish uchun Oligopolistlar harakat qilgan taqdirda, hamkorlik yo‘qligi, bir butun sifatida jamiyat nuqtayi nazaridan maqsadga muvofiqdir, Monopol natijasi Oligopolistlar uchun yaxshi, lekin mahsulot iste‘molchilari uchun yomon. Raqobatbardosh natija jamiyat uchun yaxshi, jami ortiqchalikni maksimallashtiradi. Oligopolistlar hamkorlik uchun muvaffaqiyatsizlikka uchrasa, ular ishlab chiqarish miqdori bu maqbul darajaga yaqin bo‘lmaydi. Boshqacha aytganda, ko‘zga ko‘rinmas qo‘l faqat samarali bozor resurslarini joylashtirishga yo‘l boshlaydi, qachonki bozorlar raqobatbardosh bo‘lsa, va qachonki bozordagi firmalar boshqa bir biri bilan hamkorlik qilish uchun muvaffaqiyatsizlikka uchrasa, bozorlar raqobtbardosh bo‘ladi.

Xuddi shunday, Politsiya bu ikki shubhali shaxslar so‘rog‘ining sud ishini ko‘rib chiqdi. Bu Politsiya ko‘proq jinoyatchilarni fosh qilish imkonini berishi uchun gumondor shaxslar o‘rtasidagi hamkorlikning yo‘qligi, maqsadga muvofiqdir. Maxbuslarning dilemmasi maxbuslar uchun dilemma, lekin har bir kishi uchun foyda bo‘lishi mumkin.

Maxbuslarning dilemmasi hamkorlikning qiyin ekanligini ko‘rsatadi. Lekin bu mumkin emasmi? Karteiler individual a‘zolari uchun beriladigan rag‘batga qaramay, maxfiy til biriktirishni qo‘llab-quvvatlashga rahbarlik qiladi. Juda tezlik bilan o‘yinlarchilar maxbuslar dilemmasi (tang ahvoli)ni hal qilishi mumkin, chunki ular bir marta emas, balki bir necha marta o‘ynaydi.

Takrorlanuvchi o‘yinlarlarda nima uchun hamkorlikda ishlash osonligini ko‘rish uchun, keling bizning Duopolistlarimizga qaytamiz, ya‘ni Anvar va Bahromning 2- rasında berilgan qarorlariga qaytaylik. Anvar va Bahrom har biri 30 bochka ishlab chiqarishidagi Monopoliya natijasini qo‘llab-quvvatlashga rozi bo‘lishni xohlar edi. Agarda Anvar va Bahrom faqat bir marta bu o‘yimlarni o‘ynasa, bu shartnomaga

erishishga hech qanday istak bo‘lmaydi. Shaxsiy manfaat ularning har birini 40 bochka ustun strategiyasini tanlashiga olib keladi.

Endi Anvar va Bahrom ular har hafta bir xil o‘yinlar o‘ynashini biladi, deb o‘ylayman. Qachonki, ular ishlab chiqarishni pastda ushlab qolish uchun, ularning boshlang‘ich bitimini hal qilishsa, ular ham bir partiya bo‘lsa, nima sodir bo‘lishini ko‘rsatish mumkin. Ular ularning ikkalasi talab uchun yuksak saviyada 40 bochka ishlab chiqarishi va bir marta ishlab chiqarishiga rozi bo‘lishi mumkin edi.

Bu jazoni tahdid qilish, barcha hamkorlikni davom ettirish uchun zarur bo‘lgan bo‘lishi mumkin. Har bir shaxs voz kechish o‘zining foydasini 1800 so‘mdan 2000 so‘mga oshirishini biladi. Lekin bu foyda faqat bir hafta davom etishi mumkin. Shundan so‘ng, foyda 1600 so‘mga tusha boshlaydi va shu yerda qoladi. Modomiki o‘yinlarchilar kelajakdagi foyda haqida yetarlicha o‘ylasalar, ular bir martalik daromadni saqlashni tanlaydi. Shunday qilib, takrorlangan maxbuslar dilemmasining bir o‘yinlarida ikki o‘yinlarchi ham kooperativ oqibatga erishishi mumkin.

Savdo cheklovi va Monopoliyaga qarshi qonunlar

Siyosat hamkorlikni rag‘batlantirmasligini bir yo‘li umumiy qonun orqali hisoblanadi. Odatda, shartnoma erkinligi bozor iqtisodiyotining ajralmas qismi hisoblanadi. Korxonalar va uy ho‘jaliklari o‘zaro manfaatli savdo tashkil qilish shartnomalaridan foydalanadi. Bu ishda, ular shartnomalarni amalga oshirish uchun sud tizimiga tayanadi.

Monopoliyaga qarshi qonunchilik — davlatning Monopoliyaga qarshi kurash siyosati. Dunyo tajribasiga ko‘ra, Monopoliyaga qarshi qonunchilik asosan, quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha shakllandi. Birinchidan, ishlab chiqarish (tarmoq)ni boshqaruvchi qonunlar. Bu qonunlarga bimoan, odatda, hech bir korxonalar (korporatsiya)ning biror turdagi mahsulot ishlab chiqarishning yarmidan ortig‘ini nazorat

qilishga huquq berilmaydi. Ikkinchidan, barcha yirik korporatsiyalar ishtirokchilari boshqa korporatsiyalar aksiyalarining ma'lum cheklangan miqdoridan ortig'iga ega bo'la olmasligi belgilab qo'yiladi. Uchinchidan, narxlarni bozor muvozanati belgilagan darajadan yuqori yoki past turishini, narx ustidan kelishib olishni taqiqlovchi kartellarta karshi qonunlar joriy qilinadi.

Davlatning Monopoliyalarga qarshi siyosati milliy iqtisodiyotida raqobat oddindan shakllanib bo'lgan mamlakatlarda raqobatchilik muhitini takomillashtirishga, bozor iqtisodiyotiga o'tayotgan mamlakatlarda esa bu muhitni shakllantirishga qaratilgan. Bozorda Monopoliyani o'rnatishga urinishlar va Monopol mavqeni suiiste'mo qilishni taqiqlaydigan trestlarga qarshi birinchi qonun — Sherman qonuni AQShda 1890- yilda qabul qilingan. Monopoliyaga qarshi qonunchilik va uni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan chora tadbirlar har bir mamlakatda sharoit taqozo etgan shakllarda amal qiladi. Rivojlangan barcha davlatlarda sog'lom raqobat muhitini himoya qilish maqsadida turli ko'rinishdagi, Monopolistik foaliyatlar ustidan davlat tomonidan tartibga solish amalga oshiriladi. Masalan, AQShda Monopoliyaga qarshi davlat siyosati — Federal savdo komissiyasi va Adliya departamentining trestlarga qarshi boshqarmasi, Rossiyada — Monopoliyaga qarshi siyosat va tadbirkorlikni qo'llabquvvatlash vazirligi, Yaponiya va Janubiy Koreyada — Halol raqobat bo'yicha komissiya, Yevropa Ittifoqida esa — Raqobat bo'yicha komissiya tomonidan amalga oshiriladi.

O'zbekistonda Monopoliyaga qarshi organ 1992-yilda O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining Monopoliyaga qarshi va narx siyosati bosh boshqarmasi sifatida tashkil qilindi. 1996 yil 15 mayda ushbu boshqarma negizida Moliya vazirligi huzurida Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish qo'mitasi tashkil etildi. 2000- yil 2-avgustda

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasi Monopoliyadan chiqarish va raqobatni rivojlantirish Davlat qo‘mitasini tashkil etish to‘g‘risida”gi farmoniga asosan Monopoliyaga qarshi organ Moliya vazirligi tarkibidan chiqarilib, mustaqil davlat qo‘mitasiga aylantirildi.

O‘zbekiston davlatining raqobatchilik muhitini shakllantirishga qaratilgan siyosatida xususiylashtirish, davlat mulki hisobidan mulkchilikning boshqa shakllarini vujudga keltirish asosiy o‘rin tutadi. Xususiylashtirish natijasida, birinchidan, mulk o‘z egalari qo‘liga topshirilsa, ikkinchidan, ko‘p ukladli iqtisodiyot va raqobatchilik muxiti vujudga keladi.

Raqobatni shakllantirishda iqtisodiyotning davlat korxonolari saqlanib qolishi kerak bo‘lgan sohalaridagi korxonalar uchun ularning bozor sharoitlariga tarkiban moslashuviga imkon beradigan xo‘jalik yuritish mexanizmini ishlab chiqarish muhim o‘rin egallaydi. Bu mexanizm davlat korxonolari iqtisodiy jihatdan erkin bo‘lishini, ularning faoliyati tijoratlashgan bo‘lishini nazarda tutadi. Bozor iqtisodiyotiga o‘tish davrida raqobatning asosiy usuli narx bo‘lganligi sababli, narxlarni erkin qo‘yib yuborish raqobatli muhitni vujudga keltirishning asosiy talabi hisoblanadi. Shu maqsadda O‘zbekistonda “Monopolistik faoliyatini cheklash to‘g‘risida”gi qonun (1992-yil 3-avgust) qabul qilindi hamda uning asosida raqobatchilikni rivojlantirishga qaratilgan bir turkum normativ hujjatlar ishlab chiqildi. Mazkur qonunga ko‘ra, bozorda ataylab takchllik yaratish, narxlarni Monopollashtirish, raqobatchilarning bozorga kirib borishiga to‘sqimlik qilish, raqobatning g‘irrom usullarini qo‘llash inan etiladi.

Hozirgi davrda O‘zbekistonda, agar korxonalar ishlab chiqargan muayyan mahsulotlar tovarlar bozoridagi shunday mahsulotning 35% dan ortiq bo‘lsa, bu korxonalar Monopolistik korxonalar sifatida Davlat

reyestriga kiritiladi (oziqovqat tovarlari guruhi uchun bunday mezon darajasi 20% qilib belgilangan).

Respublikada Monopoliyalar ro'yxatiga kirgan korxonalar (tarmoq)larning bozordagi mavqeini tartibga solishda bir qator usullardan:

❖ Monopol mavqedagi mahsulotlarga narxlarning eng yuqori darajasini yoki rentabellik chegarasini belgilab qo'yish;

❖ o'z Monopol mavqeini suiiste'mol qilgan Monopolistik birlashmalarni bo'lib tashlash yoki maydalashtirish usullaridan foydalaniladi.

O'zbekiston Respublikasining "Iste'molchilarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida" (1996- yil 26- aprel)gi qonuni asosida g'irrom raqobatga, shu jumladan, bozorlarga belgilangan talablarga javob bermaydigan tovarlarning kirishiga yo'l qo'ymaydigan mexanizmni yaratishga ham alohida e'tibor berilgan.

O'zbekiston Respublikasining "Tovar bozorlarida Monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida" qonuni (1996- yil 27- dekabr) Monopolistik tomonidan hukmronlik mavqeini suiiste'mol qilishning oldini olish va mo-noAhmadiyadan chiqarish va sog'lom raqobat muhitini yaratish maqsadlarini ko'zlaydi. Iqtisodiyotning ayrim tarmoqlarida raqobat muhitini shakllantirish iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq emas. Bu tarmoqdagi korxonalar, odatda, "tabiiy Monopoliyalar" deb ataladi. O'zbekiston Respublikasining "Tabiiy Monopoliyalar to'g'risida"gi qonunida (1997 yil 25 aprel, yangi tahrirda 1999 yil 19 avgust) respublikada tabiiy Monopoliyalarga nisbatan davlat siyosatining huquqiy asoslari belgilab berildi. O'zbekistonda iqtisodiy islohotlarning tub mohiyatidan kelib chiqqan holda Monopoliyalarga qarshi va tabiiy Monopoliyalar to'g'risidagi qonunchilik

takomillashtirilib, ularning Yevropa Ittifoqi va boshqa rivojlangan qonunchilik andozalariga mos kelishi ta'minlab borilmoqda.

Bu qonunlar istalgan yolg'iz firmada birlashishni oldini olish uchun ortiqcha bozor hokimiyatiga olib kelishda ishlatiladi. Bundan tashqari bu qonunlar birlashish ro'yxatidan xususiy Oligopolialarda foydalaniladi, o'shanda ularning bozorida kamroq raqobat bo'ladi.

Monopoliyaga qarshi siyosatiga qarshi bahslar

Vaqt o'tishi bilan, ko'p munozara man qilinishi kerak bo'lgan Monopoliyaga qarshi qonunlar xatti-harakat turlari ustida markazga joylashtirdi. Juda ko'p sharhlovchilar noqonuniy bo'lishi kerak bo'lgan raqobatdosh firmalar o'rtasida narxni belgilashga rozi bo'lishadi. Hali Monopoliyaga qarshi qonunlar ta'siri yaqqol bo'lmagan ba'zi biznes amaliyotini hukm qilish uchun ishlatilgan. Bu yerda biz uch misolni ko'rib chiqamiz.

Texnik xizmatni qayta sotish Munozarali biznes amaliyotining bir misoli qayta savdo-sotiqni qo'llab-quvvatlash, boshqacha qilib aytganda yarmarka hisoblanadi. Tasavvur qiling Roison Electronics 30000 so'mdan chakana do'konlarga DVD pleyerlarini sotadi. Agarda Roison Electronics chakana savdo qiluvchilardan mijozlarga DVD pleyerni belgilangan 35000 so'mdan sotishni talab qilsa, u yarmarkaga yetkazib berishini aytadi. 35000 so'mdan past sotgan sotuvchi bilan Roison Electronics shartnomasi buziladi.

Avvaliga, ishlatilgan narxi xizmat jamiyat uchun zararli, shu sababli, qarshi va tuyulishi mumkin. Bir kartel a'zolari o'rtasida bir shartnoma kabi, u raqobatlashuvchi savdo tarmog'idan baqqollarni saqlaydi. Shuning uchun, sudlar ko'pincha Monopoliyaga qarshi qonunlar buzilishi kabi yarmarkalarni ham tez-tez muhokama qilgan edi.

Biroq, ba'zi iqtisodchilar ikki asoslar ustida yarmarkalarni himoya qiladi.

Birinchiidan, ular raqobatni kamaytirishga qaratilgan maqsadlarni inkor qiladi.

Ikkinchiidan, iqtisodchilar yarmarka qonuniy maqsadga ega, deb ishonadilar.

G'irrom narxlash. Firmalar odatiy davlat bozorlari bilan raqobatbardosh bosqich ustida narxni rivojlantirish uchun imkoniyatdan foydalanadi. Biroq Politsiya qachondir davlat bozorlari bilan firmalar narxni pastligini belgilashga aloqador bo'lganmi? Bu savol antiMonopol siyosat ustidagi ikkinchi munozara qiyin bo'ladi.

Koyote Air deb ataluvchi katta havo yo'lini tasavvur qiling, unda ba'zi yo'nalishlar ustida Monopoliya bor. Keyinchalik Rodrunner Express kirib keladi va bozorning 20% ini tashkii etadi, 80% bilan Koyoteni ortda qoldiradi. Bu raqobat javobida, Koyote yo'l haqini aylantirib urishni boshlaydi. Ba'zi antiMonopol sharhlovchilar Koyotening harakat qilishi raqobatga zid bo'lishi mumkin ekanligi to'g'risida bahslashadi, ya'ni: narxni kesadi Koyote uning Monopoliyasini qaytarib, yana narxlarni oshirishi mumkin, shuning uchun bozordan Roadrunner haydovchi mo'ljallangan bo'lishi mumkin. Bunday xatti-harakat yirtqich narxlash deyiladi.

Yirtqich narxlash Monopoliyaga qarshi kiyimlarida umumiy da'vo bo'lsa-da, ba'zi iqtisodchilar bu dalillarga shubha qilishadi va yirtqich narxlash bir kamdan-kam hollarda, ehtimol hech qachon, bir daromadli biznes strategiyasi bo'lishiga ishonishadi. Nima uchun? Narxlari urushi bir raqibnii quvishi uchun, narxlar qiymati quyidagicha haydalgan bo'lishi kerak edi. Koyote gangib arzon chipta sotishni boshlasa, yanada samolyot tayyor bo'lishi yaxshi edi, chunki past yo'l haqi ko'proq mijozni o'ziga jalb qilardi. Roadrunner esa, reyslarida qaytarib kesib Koyote ning yirtqich yurishi uchun javob berishi mumkin. Natijada, Koyote narxlari yo'qotishlaruing 80% iga, narx urush omon qolish

uchun yaxshi holatda Roadrunner qo'yishiga qaragnda ko'proq olib borar edi.

Iqtisodchilar munozarda davom etib Monopoliyaga qarshi siyosat tuzuvchilar uchun bir kompaniya boshqasiga nisbatan mahsulotini arzon qilishi tashvish tug'dirishini ta'kidlashadi. Turli xil savollar hal etilmasdan qolmoqda. Bir kompaniya boshqalariga nisbatan narxini past qilishi biznes strategiyasida foydali bo'ladimi? Agar shunday bo'lsa, qachon? Sud qaysi narx raqobatbardosh bo'lishini va iste'molchilar uchun yaxshi bo'lishi hamda qaysi biri vaxshiyonaligini aytadimi? Oddiy javoblar yo'qdir.

Bog'lanish. Baxsli biznes amaliyotining uchinchi misoli bog'lanish bo'ladi. Faraz qiling pul ishlab topadigan filmlar ikkita yangi Gamlet va o'rgimchak odam filimini yaratdi. Agar pul ishlab topuvchilar har ikkala filmni bitta narxda kinoteatrlarga taklif qilishsa, studiya bu ikki mahsulotda bog'lanish bo'lishini aytishadi.

Qachonki bog'lanish filmlar amaliyotida oliy sud qalloblik bo'lsa, oliy sud uni taqiqlaydi. Sud keyingi keladigan sabablarni ko'rsatib: tasavvur qiling o'shanda o'rgimchak odam katta muvafaqqiyatga erishgan film bo'ladi, Gamlet esa zarar ko'rib ishlayotgan bir film bo'ladi. So'ngra studiya o'rgimchak odam uchun katta talabdan foydalanib kinoteatrlarda Gamletni ham sotishni majburlashadi. o'shanda studiya kuchli bir mexanizm sifatida bog'lanishdan foydalanishini ko'rishimiz mumkin.

Ko'pchilik iqtisodchilar bu dalillarga ishonishmaydi. Tasavvur qiling o'shanda kinokinoteatrlar o'rgimchak odam uchun chiptaga 20 000 so'm to'lashga rozi bo'lishadi va Gamlet uchun hech qancha to'lashmaydi. O'shandan keyin ko'pchilik kinokinoteatrlarlar ikkita filmga chipta birgalikda 20 000 so'm bo'ladi, o'rgimchak odam uchun to'langan pul har ikkisi uchun bo'ladi. Kinokinoteatrlar majburan

foydasiz kino qilishda kinoteatrning to'lashga xohish istaklarini kuchaytirmaydi. Pul ishlab topuvchilar ikki filmni birgalikda bozor kuchini oshirmaydi.

O'shanda nima uchun bog'lanish mavjud? Bir sababi u narx kamaytirish sharti hisoblanadi. Faraz qiling ikkita kinoteatr bor deylik shahar kinoteatri O'rgimchak odam uchun 15 000 so'm va Gamlet uchun 5 000 so'm to'lab chipta sotib olish uchun xohishi bor. Shahar chekkasi kinoteatri esa uning aksidir: U O'rgimchak odam uchun 5 000 so'm va Gamlet uchun 15 000 so'm to'lab chipta sotib olishga xohishi bordir. Agar pul ishlab topuvchilar ikkita film uchun alohida pul to'lashni taklif qilsalar, uning yaxshi strategiyasi har bir film uchun 15 000 so'm chiptaga to'lashni taklif qilish bo'ladi va har bir kinoteatr faqatgina bitta filmni ko'rsatishni tanlashadi. Biroq agar pul ishlab topuvchilar ikki film to'plamni taklif etsalar, bu filmlar uchun har bir kinoteatr 20 000 so'mdan chiptaga pul to'lashni taklif qilishadi. Shunday qilib, turli xil kinoteatrlarning turli xil filmlarga bahosi har xil, bog'lanish studioda umumiy xohish istakni inobatga olib sotuvchilarga birgalikda pul to'lashni taklif qilsa foydasini kuchaytirishni takidlaydi.

Bog'lanish bahsli biznes amaliyotini eslatib o'tadi. Oliy sud nizosi o'shanda bog'lanish bitta firma bozor kuchini kengyatirib boshqa tovarlarga nisbatan yaxshi yaratilmaganligini va nihoyat oddiy rasmda qolishiga ruhsat beradi. Bizning hozirgi berilgan iqtisodiy bilimimiz butun jamiyat uchun bu bog'lanishda aniq bo'lmagan natijalar beradi.

Nazorat savollari

1. Sof monopol bozor qanday xususiyatlarga ega?
2. Monopol raqobat bozorining mukammal raqobatlashgan bozor bilan o'xshash tomonlari va farqlarini tushuntirib bering.
3. Monopol bozoriga kirish to'siqlarini sanab bering.
4. Oligopolik bozor qanday xususiyatlarga ega?

5. Kurno muvozanatini izohlab bering.

6. Duopolik bozorda harakat qilayotgan firmalar uchun quyidagilardan qaysi biriga erishish afzalroq: Kurno muvozanatiga, raqobatlashgan muvozanatga va kelishgan holda harakat qilishga?

XIV BOB. ISHLAB CHIQARISH OMILLARI BOZORI

14.1. Mehnat munosabatlari va mehnat resurslaridan foydalanish ko'rsatkichlari

Ishlab chiqarish omillari bozori deganda, mehnat, xom ashyo, kapital, yer va boshqa ishlab chiqarish resurslari bozori tushuniladi. Resurslar bozorida talab va taklif iste'mol tovarlari bozori ta'sirida shakllanadi. Shuning uchun ham resurslarga bo'lgan talab hosila talab bo'lib, firmaning ishlab chiqarish hajmidan va uning xarajatlariga bog'liq.

Ishchi kuchiga bo'lgan talabni alohida firma uchun qaraymiz. Bozor (tarmoq) talabini aniqlash uchun tarmoqqa qarashli firmalar talablari yig'ib chiqiladi.

Qo'shimcha yollangan bitta ishchi kuchidan olinadigan qo'shimcha daromad mehnatning chekli daromadliligi deyiladi va u MRP_L orqali belgilanadi.

Mehnatning chekli daromadliligi MRP_L ning iqtisodiy ma'nosi shundan iboratki, ya'ni u qo'shimcha bir birlik ishchi kuchidan foydalanib qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot hajmini (MP_L), qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotdan olinadigan qo'shimcha daromad MR ga ko'paytirish orqali aniqlanadi:

$$MRP_L = MP_L \cdot MR, \quad (1)$$

bu yerda MRP_L - mehnatning chekli daromadliligi;

MP_L - mehnatning chekli mahsuloti;

MR - chekli daromad.

Ushbu muhim bo‘lgan (1) munosabat iste‘mol bozori raqobatlashganmi yoki yo‘qmi har qanday raqobatlashgan omillar bozori uchun o‘rinlidir.

Masalan, kapital bozori uchun:

$$MRP_K = MP_K \cdot MR,$$

bu yerda MRP_K - kapitalning chekli daromadlilikigi;

MP_K - kapitalning chekli mahsuloti;

MR - chekli daromad.

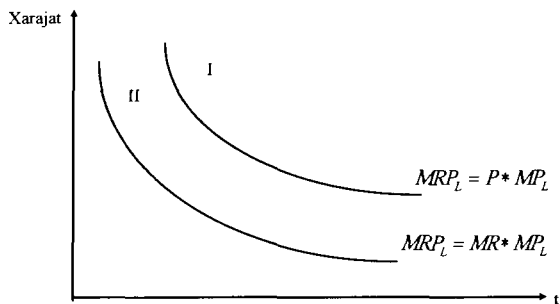
Er bozori uchun:

$$MRP_L = MP_L \cdot MR.$$

Raqobatlashgan bozor sharoitida chekli daromad bozor narxiga teng, ya‘ni $MR = P$ bo‘lgani uchun, chekli mehnat daromadlilikigi quyidagicha aniqlanadi:

$$MRP_L = MP_L \cdot P. \quad (2)$$

Chekli daromadning kamayish qonuniga ko‘ra, mehnatning chekli mahsuloti ish vaqti uzayishi bilan kamayib boradi. Demak, MRP_L chizig‘i narx o‘zgarmasa ham pastga qarab yo‘nalgan bo‘ladi (14.1-rasm).



14.1-rasm. **Chekli mehnat daromadlilikigi grafigi**

I chiziq raqobatlashgan iste‘mol bozorida firmaning MRP_L chizig‘i (bu yerda firma monopoliya bo‘lmagan). II chiziq iste‘mol

bozorida monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmaning MRP_L chizig'i. Monopol hokimiyatga ega bo'lgan firma ko'proq mahsulot sotish uchun tovar narxini tushirishi mumkin. Natijada $MR < P$ bo'ladi va ishlab chiqarish hajmi oshishi bilan MR kamayib boradi. Demak, MR va MP_L chiziqlari pastga yotiq bo'lgani uchun MRP_L chizig'i pastga tomon yotiq bo'ladi. Agar biz monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmaning mehnatni chekli daromadlilikini monopol bo'lmagan firmaning mehnatni chekli daromadlilikini bilan solishtirsak

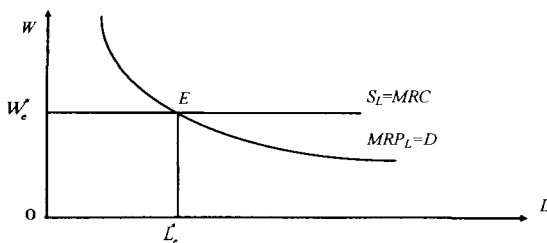
$$MRP_L^M = MP_L \cdot MR < MP_L \cdot P = MRP_L^P,$$

bu yerda MRP_L^M - monopol hokimiyatga ega bo'lgan firmaning mehnatini

chekli daromadlilikini;

MRP_L^P - monopol hokimiyatga ega bo'lmagan raqobatlashuvchi firmaning mehnatini chekli daromadlilikini.

Bundan kefib chiqadiki, har qanday ish haqida iste'mol bozorida monopol hokimiyatga ega bo'lgan firma, monopol hokimiyatga ega bo'lmagan firmaga nisbatan kamroq ishchi yollaydi.



14.2-rasm. **Raqobatlashgan mehnat bozorida mehnat narxining uning miqdoridan bog'liqligi.**

Mehnatni chekli daromadlilikini MRP_L dan ishchilarni yollashda foydalanishi mumkin. Agar firma o'z foydasini maksimallashtiradigan

bo'lsa, u ishchilarni yollashni mehnatni chekli daromadliligi ish haqiga teng bo'lgunga qadar davom ettiradi.

$$MRP_L = W, \quad (3)$$

bu yerda w - ish haqi.

Agar $MRP_L > W$ bo'lsa, firma qo'shimcha ishchi kuchini yollab, o'z foydasini oshirishi mumkin.

Ushbu shart quyidagi 2-rasmda ifodalangan.

Mehnatga bo'lgan talab D_L , MRP_L chizig'i bilan ustma-ust tushadi. D_L talab chizig'iga ko'ra, mehnat narxi pasaygan sari unga bo'lgan talab ham ortib boradi va aksincha. Mehnat bozorida ishchi kuchiga talab - bu firmalarning ishchi kuchiga talabidir. Taklif ishchilar tomonidan bo'ladi.

Mehnat bozori raqobatlashgan bo'lgani uchun mehnat narxi bozor tomonidan shakllanadi va unga bozor subyektlari ta'sir qila olmaydi (raqobatlashgan iste'mol bozoridagi kabi). Bu barcha ishchilar qaysi firmada ishlashidan qat'iy nazar, bir xil ish haqi oladi va firmalar bu narxni oldindan berilgan narx sifatida qabul qiladilar. Shuning uchun ham alohida firma uchun mehnat resurslari taklif chizig'i gorizontol, ya'ni u absolyut elastik.

14.2-rasmda raqobatlashgan mehnat bozoridagi muvozanat nuqta E nuqta bilan ifodalanadi. Muvozanat ish haqi w_c bo'lganda foydani maksimalashtiradigan mehnat resurslari miqdori L_c ga teng bo'ladi. Ishchi chekli unumdorlik nazariyasiga ko'ra, mehnatning to'liq mahsulotini oladi. Shuning uchun firmaning mehnat uchun chekli xarajati MRC ish haqiga teng.

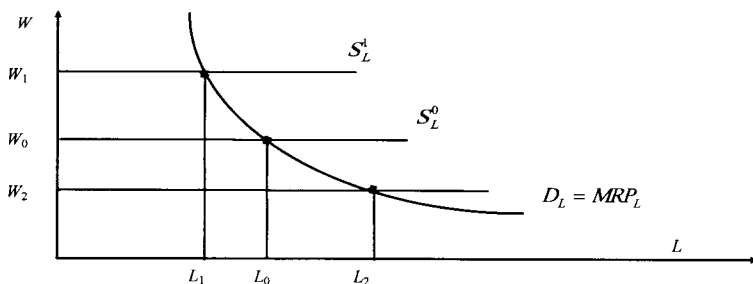
$$MRC = W' = MRP_L,$$

bu yerda MRC - firmaning mehnatga bo'lgan chekli xarajati.

Raqobatlashgan mehnat bozorida har bir ishchining ish haqi w_c ga teng bo'lgani uchun, firmaning ishchilarga beradigan umumiy ish haqi

xarajatlari $0L_eEW_e$ to'rtburchak yuziga to'g'ri keladi (2-rasm). Ish haqining o'zgarishi ishchi kuchiga bo'lgan talabni o'zgartiradi. Agar ish haqi w_0 dan w_1 gacha oshsa (14.3-rasm), yollanadigan ishchilar soni L_0 dan L_1 gacha qisqaradi; agar ish haqi w_2 gacha pasaysa, ishdagi ishchilar soni L_2 gacha oshadi.

Mehnat bozorida firma foydasini maksimallashtiradigan shart, ya'ni mehnatni chekli daromadliligining ish haqi stavkasiga tengligi iste'mol bozoridagi $MR = MC$ shartga o'xshashdir.



14.3-rasm. Ishchi kuchiga talab bilan ish haqi o'rtasidagi bog'liqlik

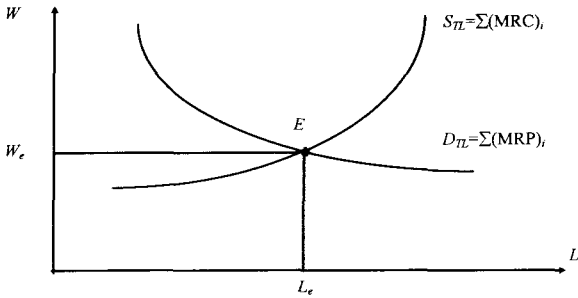
(1) va (3) tenglikdan foydalanib quyidagi munosabatni yozamiz.

$MRP_L = MP_L \cdot MR = W$ tenglikning ikkala tomonini chekli mahsulot MP_L ga bo'lamiz. Natijada quyidagini olamiz:

$$MR = \frac{W}{MP_L}. \quad (4)$$

(4)- munosabatning chap tomoni ish haqi stavkasining bir birlik mahsulot ishlab chiqarish uchun ketgan mehnat sarfiga ko'paytirilganiga teng, ya'ni bu ishlab chiqarishning chekli xarajatidir.

Tarmoq bo'yicha mehnat bozorini ko'rib chiqamiz. Umumiy bozor talabi tarmoqdagi firmalar talablari yig'indisi bilan aniqlanadi (4-rasm).



14.4-rasm. Tarmoq mehnat bozori

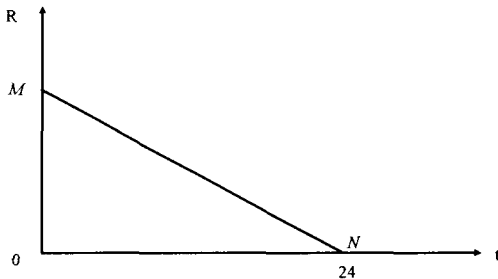
$$D_{\pi} = MRP_L = \sum(MRP)_i$$

Umumiy taklif takliflar yig'indisidan iboratdir.

$$S_{\pi} = \sum(MRC)_i$$

Bu yerda $MRC_i = w_i$ -ishchi uchun sarflanadigan qo'shimcha xarajat, ya'ni, ish haqi.

Mehnat qilish va dam olish o'rtasidagi bog'liqlik. Har bir ishchi oldidagi masala, bu qancha ishlab, qancha dam olish muammosidir. Agar sutkada 24 soat bo'ladigan bo'lsa, ishchi 24 soat ishlasa, u M so'mga teng bo'lgan maksimal daromad olish mumkin (14.5-rasm).



14.5-rasm. Ish vaqti va dam olish o'rtasidagi bog'liqlik

Agar u ishlamasa, uning maksimal dam olishi bir sutkaga, ya'ni, 24 soatga teng bo'ladi. Ishchining "daromad va bo'sh vaqti" byudjet

chizig'ini MN chizig'i orqali ifodalash mumkin. Ma'lumki, ishchi har doim sutkasiga 24 soat ishlayvermaydi. Tabiiyki, ishchining ish vaqti chegaralangan bo'ladi, u ma'lum vaqt dam olib, o'zining ishlash qobiliyatini tiklash kerak bo'ladi. Bundan tashqari, dam olish uni ma'naviy o'sishini ta'minlaydi. Demak, ishchi ma'lum vaqt ishlab, ma'lum miqdorda naf olsa (daromad olsa), u ma'lum vaqt dam olganda ham qandaydir naf oladi (ma'naviy o'sish, zavqlanish). Demak, ishchini qancha vaqt ishlab, qancha vaqt dam olishi kerakligi to'g'risidagi masalani quyidagicha qo'yish mumkin:

Ishchining ishlash vaqti va dam olish vaqtidan bog'liq naflik funksiyasini quyidagicha yozamiz:

$$U = U(t, T), \quad (5)$$

bu yerda U - naflik funksiyasi; t - dam olish vaqti; T - ish vaqti.

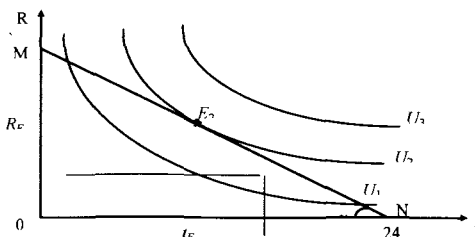
Demak, ishchi sutkadagi 24 soatni ish vaqtiga va dam olish vaqtiga shunday taqsimlashi kerakki, natijada u maksimal naf olsin:

$$U = U(t, T) \rightarrow \max. \quad (6)$$

Quyidagi shart bajarilganda:

$$t + T \leq 24. \quad (7)$$

Ushbu masalaning optimal echimini grafik orqali aniqlaymiz (14.6-rasm).



14.6-rasm. Naflik funksiyasini maksimallashtirish.

Rasmdan ko‘rish mumkinki, masalaning echimi muvozanat nuqta E orqali aniqlanishi mumkin. Naflik funksiyasining befarqlik chizig‘i U_2 byudjet chizig‘ini E nuqtada kesib o‘tadi. Optimal yechimga ko‘ra, dam olish vaqti t_E soatga teng, ish vaqti $T_E = 24 - t_E$. Ishchining bir soatlik ish haqi w so‘mga teng bo‘lsa, uning umumiy daromadi quyidagicha topiladi:

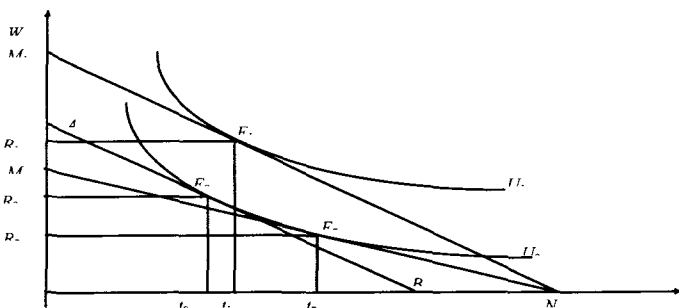
$$R = W(24 - t_E). \quad (8)$$

U holda byudjet chizig‘i yotiqligi $tg\alpha = W$ ish haqiga teng bo‘ladi.

$$tg\alpha = \frac{R}{24 - t_E} = W. \quad (9)$$

Ishchi naflik funksiyasini maksimalashtiradi, agar bo‘sh vaqt bilan daromadni chekli almashtirish normasi MRS_{R} ish haqi w ga teng bo‘lsa, $MRS_{R} = W$.

Faraz qilaylik, ish haqi stavkasi w_0 dan w_1 ga oshdi. Byudjet chizig‘i MM holatidan MM_1 holatga siljiydi (14.7-rasm).

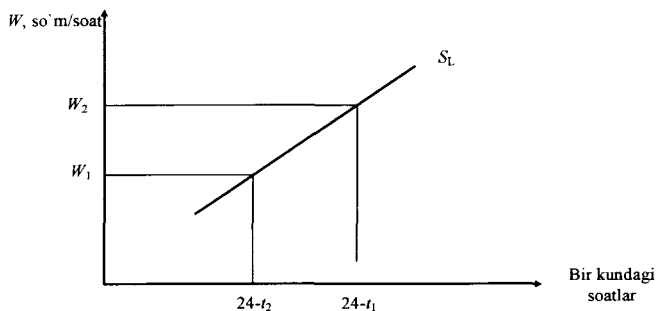


14.7-rasm. O‘rnini bosish samarasi va daromad samarasi, $0t_0$, $0t_1$, $0t_2$ lar bo‘sh vaqt, t_0N , t_1N va t_2N lar ish vaqti.

Agar biz M_1N byudjet chizig‘iga parallel bo‘lgan va U_1 befarqlik chizig‘i bilan kesishadigan AB byudjet chizig‘ini o‘tkazsak, daromad va o‘rnini bosish samarasini aniqlashimiz mumkin.

O'rnini bosish samarasi bo'sh vaqtni qisqarishi va ish vaqtining ortishi natijasida daromadning o'sishi bilan ifodalanadi, ya'ni, ma'lum miqdordagi bo'sh vaqt ish vaqti bilan almashtiriladi. 7-rasmda bu t_2 dan t_0 ga siljishini ifodalaydi, ya'ni, ish vaqti $T_1 = 24 - t_2$ dan $T_2 = 24 - t_0$ gacha oshadi. Lekin, daromadning ortishi bilan birga dam olishning - shaxsning ma'naviy o'sishi uchun kerak bo'ladigan bo'sh vaqtning ham qimmatini oshadi. Daromad samarasi (bo'sh vaqtning ortishi) teskari yo'nalishda bo'lib, u t_0, t_1 oraliq bilan ifodalanadi ($t_0 \rightarrow t_1$). Natijaviy o'zgarish t_1, t_2 oraliqqa teng.

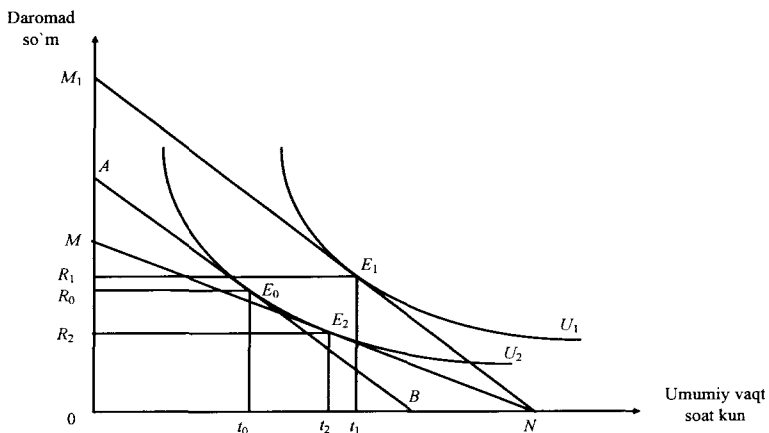
Ish haqining bunday o'sishida o'rnini bosish samarasi daromad samarasidan yuqori bo'ladi. Bundan shu kelib chiqadiki, birinchidan, ish haqining o'sishi, ish vaqtini ortishga olib keladi; ikkinchidan, individual shaxsning mehnat taklifi musbat yotiqlikka ega (14.8-rasm).



14.8-rasm. Ish haqining o'sishi natijasida ish vaqtining o'sishi.

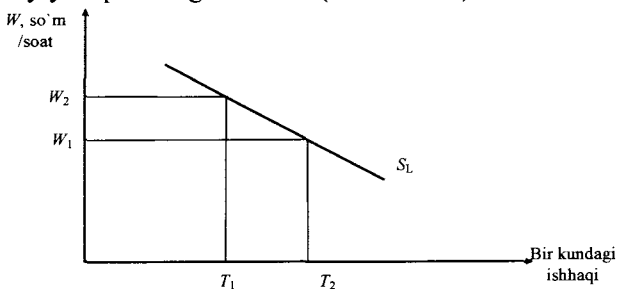
Daromadning yanada oshib borishi barcha shaxslarni ham dam olish vaqtini qisqartirib, ish vaqtini oshirishga undayvermaydi. Dam olish vaqtining qisqarib borishi, uni shaxs uchun bo'lgan qimmatini oshiradi. Yuqorida eslatib o'tganimizdek, sutkasiga 24 soat ishlash ma'noga ega emas. Bo'sh vaqtni qimmatini oshib borishi shunga olib keladiki,

daromad samarasi, o'rnini bosish samarasidan oshib ketadi (14.9-rasm). Natijada ish vaqti $T_2 = 24 - t_2$ dan $T_1 = 24 - t_1$ gacha qisqaradi.



14.9-rasm. Daromad samarasi o'rnini bosish samarasidan ortiq bo'lgan hol, $0t_0$, $0t_1$, $0t_2$ lar bo'sh vaqt, t_0N , t_2N va t_1N lar ish vaqti

Shaxsning bo'sh vaqti esa $0t_2$ dan $0t_1$ ga o'sadi. Bo'sh vaqt qiymatini ortishi, ish haqi oshganda individual shaxsning mehnat taklifi chizig'i manfiy yotqlikka ega bo'ladi (14.10-rasm).



14.10-rasm. Ish haqi oshganda ish kunini qisqarish

14.2. Taklif chizig'i yotqligi.

Ish haqi o'sishining dam olish vaqti bilan ishlash vaqti o'rtasidagi nisbatga ta'siri. Odatda ish haqi oshganda, ko'pchilik

ko'proq ishlab, ko'proq daromad olishga harakat qiladi. Lekin, ish vaqti oshgan sari bo'sh vaqtning ham qimmati oshib boradi. Inson ma'naviy o'sishga ham intiladi. Demak, ish vaqtining o'sishi o'z chegarasiga ega. Nima uchun deganda, insonlar, ishlab topgan daromadini ko'proq zavq olish uchun, dam olishga sarflaydilar.

Ish vaqti ma'lum vaqtgacha o'sgandan keyingi ish haqining o'sishi, ish vaqtini qisqarishiga olib keladi. Ish haqi oshganda o'rmini bosish samarasi hamda daromad samarasi mavjud bo'ladi. O'rmini bosish samarasida yuqoriroq ish haqi, ishchining real daromadini oshiradi. Ishchi ko'p daromad olganda, u ko'proq ne'matlarni sotib oladi, ushbu ne'matlardan biri, yaxshi dam olishdir.

Agar ishchi dam olishiga ko'proq mablag' sarflasa, daromad samarasi (daromadning oshishi), uni kamroq ishlashga undaydi. Daromad samarasi juda ham katta bo'lganda, ishchi ish vaqtini qisqartiradi va mehnat taklifi chizig'i pastga yotiq bo'ladi.

Ish haqining birinchi bosqichida W_1 dan W_2 ga o'sishi, ish vaqtini t_1 dan t_2 soatga oshiradi. Bu yerda o'rmini bosish samarasi daromad samarasidan yuqori bo'ladi. Ish haqining ikkinchi bosqichidagi W_2 dan W_3 ga o'sishi, ish vaqtiga ta'sir qilmaydi, ishchi t_2 soat ishlaydi, o'rmini bosish samarasi daromad samarasiga teng. Uchinchi bosqichdagi ish haqining W_3 dan W_4 ga o'sishi, ish vaqtini t_2 dan t_4 ga qisqartiradi, o'rmini bosish samarasi daromad samarasidan kam bo'ladi.

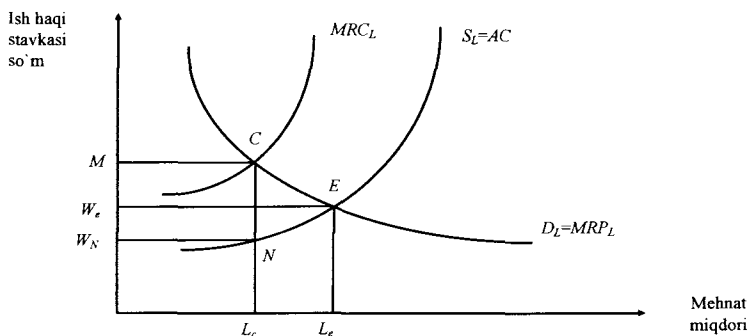
Ko'rinib turibdiki, daromadning o'sishi dam olishga bo'lgan talabni oshiradi. Ushbu hol ish vaqtini qisqarishi va dam olish vaqtini oshishida o'z ifodasini topgan. Ish haqining oshishi bilan birga dam olishning narxi ham oshadi.

Odatda, rivojlangan mamlakatlarda aholining o'rtacha daromadi, rivojlanayotgan mamlakatlardagi aholining o'rtacha daromadidan ancha yuqori bo'lgani uchun, ular ko'proq dam olishga harakat qiladi

(Daromad samarasi, o'rnini bosish samarasidan yuqori). Rivojlanayotgan davlatlarda ish haqi past bo'lgani uchun, ish haqining o'sishi, ishchilarni ko'proq vaqt ishlab, ko'proq daromad qilishga undaydi (o'rnini bosish samarasi, daromad samarasidan yuqori bo'ladi).

Mehnat bozorida monopsoniya bo'lgan hol. Bunday hol ko'proq kichik shaharlarda uchraydi. Shaharda yagona ishlab chiqarish korxonasi bo'lib, u shahar ahollisining asosiy qismini ish bilan ta'minlaydi.

Shaharda boshqa ish joylari kam bo'lgani uchun, ushbu vaziyat monopsonik bozor vaziyatiga yaqin bo'ladi. Monopol korxonada mahalliy mehnat bozorida ishchi kuchini sotib oluvchi yagona korxonaga bo'lgani uchun ham u ish haqiga ta'sir qila oladi. Korxonaga ishga yollaydigan ishchilar sonini qisqartirsa, ishga kiruvchilar o'rtasida raqobat kuchayadi va bu ish haqini muvozanat darajasidan pastga tushiradi.



14.12-rasm. Monopsonist mehnat bozori.

Raqobatlashgan mehnat bozorida muvozanat holat E nuqtada o'rnatiladi. E nuqtada talab va taklif chiziqlari kesishadi. Muvozanat holatida L_e ishchi W_e miqdordagi ish haqi bilan ta'minlanadi. Monopsonist har bir birlik mehnat uchun bir xil ish haqi to'lagani uchun taklif chizig'i o'rtacha xarajat AC chizig'idan iborat bo'ladi. Chekli mehnat xarajatlari chizig'i MRC_L o'rtacha xarajat chizig'idan yuqorida yotadi. MRC_L va MRP_L chiziqlarini kesishgan nuqtasi monopsonik holatda

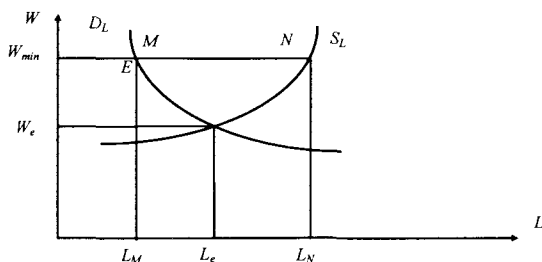
qancha ishchi bilan band bo'lishini aniqlaydi. Bu yerda $MRP_L = MRC_L$ monopsonik muvozanat holati sharti. Demak, monopsonist ishchilar sonini L_c dan L_c qisqartirib, ish haqini w_c dan w_N ga qisqartirishga erishadi. Shunday qilib, monopsonist bir vaqtning o'zida ham ishchilar sonini qisqartirib, ham ish haqini pasaytirib, o'z foydasini $MCNW_N$ to'rtburchak yuziga teng bo'lgan miqdorda oshiradi.

Minimal ish haqi. Minimal ish haqi davlat tomonidan qonun orqali o'rnatiladi. Ko'p hollarda minimal ish haqi muvozanat ish haqi darajasidan yuqori qilib o'rnatiladi.

Bunday holda umumiy o'rtacha ish haqi oshadi, lekin ishchilarni ishga yollash soni qisqaradi. Minimal ish haqini o'rnatilishini va uni oshirilishini kasaba uyushmalari ham ko'pincha talab qilib chiqadilar. Minimal ish haqi qanday oqibatlar bilan bog'liqligini ko'rib chiqaylik.

Minimal ish haqi ko'proq malakasiz ishchilar va ish topa olmagan ishchilarga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Nima uchun deganda, malakali ishchilarga talab har doim mavjud bo'ladi, shu sababli ular minimal ish haqining oshishidan yutadilar. Umuman, minimal ish haqining ortishi, ish bilan band bo'lgan aholining yuqoriroq daromad olishini ta'minlaydi. Minimal ish haqi oshganda, mehnatga haq to'lashning barcha stavkalari qaytadan ko'rib chiqiladi va oshiriladi.

Quyidagi 14.13-rasmda minimal ish haqining aholi bandligiga ta'siri ko'rsatilgan.

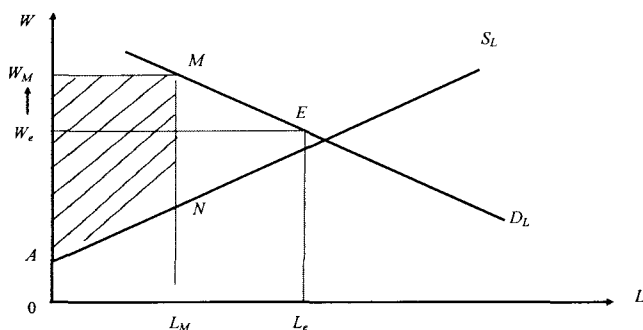


14.13-rasm. **Minimal ish haqi va bandlik.**

Minimal ish haqi o'rnatilmaganda ishchilarning bandlik darajasi va ish haqi muvozanat holat (E nuqta) orqali aniqlanadi. Muvozanat holatda ish bilan L_e ishchi band bo'ladi va u w_e miqdorda ish haqi oladi. Minimal ish haqini muvozanat ish haqidan yuqori qilib belgilanishi ($w_{min} > w_e$), ish bilan band bo'lgan ishchilar sonini L_M gacha qisqartiradi (Nima uchun deganda, firma bunday narxda kamroq ishchi yollaydi).

Monopolistik mehnat bozori. Amalda kasaba uyushmalarini monopolist deb qarash mumkin. Ular ishchilarga o'z ta'sirini o'tkazib, mehnat taklifini qisqartirib, ish haqini oshirishga harakat qiladilar.

Faraz qilaylik, kasaba uyushmalari sof monopolist. Ushbu holat 14.14-rasmda keltirilgan.

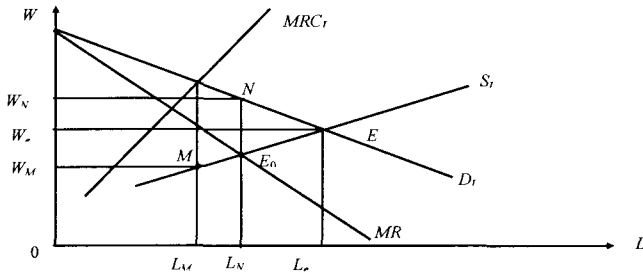


14.14-rasm. Sof monopol mehnat bozorida monopolistning ish haqiga va bandlikka ta'siri

Raqobatlashgan mehnat bozorida muvozanat E nuqtada o'rnatiladi va L_e ishchi ish bilan ta'minlanib, w_e ish haqi oladi. Mehnat bozorida kasaba uyushmasi monopoli hokimiyatga ega bo'lganligi uchun, u band bo'lgan ishchilar sonini L_e dan L_M ga qisqartirib, ish haqini w_e dan w_M ga oshirishi mumkin. Ishchilar oladigan alternativ foyda (iqtisodiy renta) $ANMw_M$ to'rtburchak yuziga teng.

Mehnat bozorida ikki tomonlama monopoliya. Bunday bozorda monopoli firmaga ishchi kuchini taklif qiluvchi monopoli

(kasaba uyushmasi) turadi. Ikki tomonlama monopolistik bozordagi holat quyidagi 14.15-rasmda ko'rsatilgan.



14.15-rasm. Mehnat bozorida ikki tomonlama monopoliya

Raqobatlashgan bozorda muvozanat holat E nuqtada o'rnatilgan bo'lar edi. Bu nuqtada mehnatga bo'lgan talab D_L va taklif S_L chiziqlari kesishadi. Muvozanat holatda L_e ishchi ish bilan band bo'lib, w_e ish haqi oladi. Lekin, monopsonist firma ish bilan band bo'lgan ishchilar sonini L_e dan L_M gacha qisqartirib, ish haqini w_e dan w_M gacha qisqartirishga harakat qiladi. Kasaba uyushmalari (monopolist) ish kuchi taklifini qisqartirib, (L_N gacha), ish haqini w_N gacha ko'tarishga harakat qiladi.

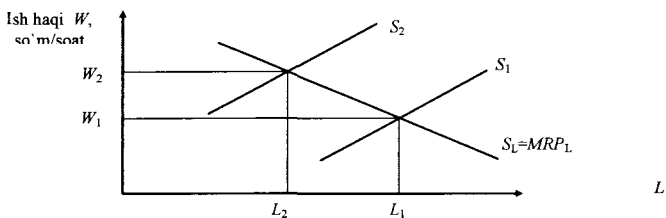
Shunday qilib, ish bilan band bo'lgan ishchilar sonining nisbatan kichik o'zgarishga ($L_M \leftrightarrow L_N$) ish haqlarining (ushbu yondashishda) bir-biridan juda katta farq qilishi to'g'ri keladi ($w_M \leftrightarrow w_N$). Ushbu vaziyatda ish haqining qanday bo'lishi, qarama-qarshi turgan monopolistik va monopsonik kuchlarga bog'liq. Ko'rinib turibdiki, ish haqi muvozanat ish haqi w_e ga ham yaqinlashishi mumkin.

Ish haqi stavkalari differentsiatsiyasi (tabaqalashuvi). Biz yuqoridagi mulohazalardan ish haqini o'zgarimas deb qaradik. Amalda o'rtacha ish haqi mutaxassisliklar bo'yicha ham, tarmoqlar bo'yicha ham, hattoki hir xil ishni bajaruvchi ishchilar bo'yicha ham farq qiladi.

Masalan, avtomobilsozlik tarmog‘ida ishlaydigan ishchilarning o‘rtacha ish haqi, qurilish sohasida ishlaydigan ishchilarning o‘rtacha ish haqlaridan farq qiladi, xuddi shunday kimyo tarmog‘idagi o‘rtacha ish haqi ham engil va oziq-ovqat sanoatidagi o‘rtacha ish haqidan farq qiladi. Poliklinikada ishlovchi har xil kategoriyadagi vrachlarning ish haqi ham bir xil emas. Yuqori kategoriyali vrach past kategoriyali vrachga qaraganda ko‘proq maosh oladi.

Ushbu farqning tagida, insonlar qobiliyatining xilma-xilligi, ma’lumoti, bilimi, tajribasi, malakasi yotadi. Bulardan tashqari, ular bajaradigan ishlarning turi ham, ular oladigan daromadlarga har-xil ta’sir qiladi. Ishning murakkabligi, ishlab chiqarishning inson hayoti uchun zararli bo‘lishi, ushbu sohada ishlovchilarning ish haqida ushbu zararni qoplaydigan qo‘shimcha ish haqida o‘z ifodasini topadi.

Quyidagi 14.16-rasmda ishning og‘irligi va zararligi uchun to‘lanadigan qo‘shimcha ish haqi ko‘rsatilgan.

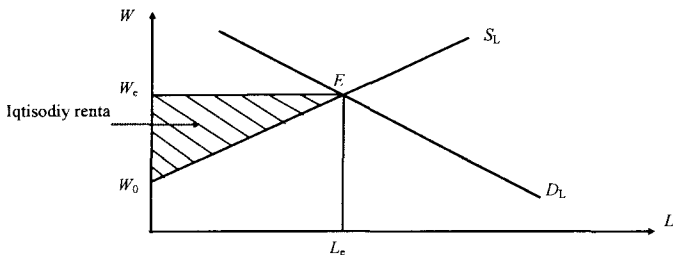


14.16-rasm. **Har xil ish sharoitidagi ish haqi**

Bu yerda og‘ir ishni bajaruvchi, qo‘shimcha $\Delta W = W_2 - W_1$ ish haqi oladi, $W_2 = W_1 + \Delta W$.

Iqtisodiy renta. Biz yuqorida resurs qanchalik ko‘p cheklangan bo‘lsa, uning narxi ham shunchalik yuqori bo‘lishini ko‘rgan edik. Shuning uchun ham yuqori malakali mutaxassis har doim ortiqcha ish haqi oladi. Ushbu ortiqcha ish haqi iqtisodiy renta bo‘lib, u ishchining qobiliyati yoki yuqori malakasi uchun to‘lanadi.

Tarmoq mehnat bozorini ko'rib chiqaylik (14.17-rasm).

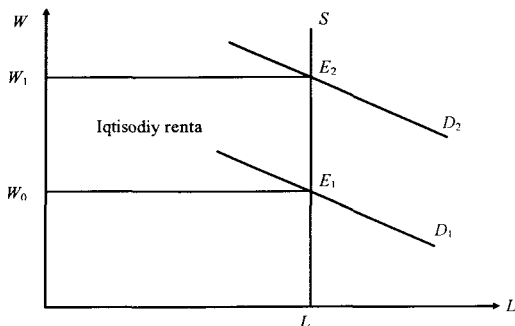


14.17-rasm. Iqtisodiy renta

Muvozanat sharoitida (E nuqta) ishchilar w_e ish haqi oladilar. Lekin, malakali ishchilar w_0 ish haqi olib ishlashga tayyor bo'lsalar ham w_e ish haqi olayptilar (demak, ular oladigan iqtisodiy renta $(w_e - w_0)$ ga teng bo'iadi).

Minimal ish haqi (mehnat narxi) bilan bozorda shakllangan ish haqi o'rtasidagi farq iqtisodiy rentani tashkil etadi. 17-rasmda barcha ishchilar uchun ushbu ko'rsatkich w_0EW_e uchburchak yuziga teng. Shuning uchun ham raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda iqtisodiy rentaning bo'lishi, tarmoqqa yangi ishchilarni kirib kelishini rag'batlantiradi. Raqobatlashuvchi tarmoqda uzoq muddatli oraliqda mehnat taklifi chizig'i absolyut elastik (gorizontal) bo'lgani uchun iqtisodiy renta bo'lmaydi. Lekin, noyob mutaxassislarining etishmasligi, iqtisodiy renta uzoq muddatda ham saqlanib qoladi (amalda ishlab chiqarishda noyob mutaxassislarni jalb qilish uchun, ularga qo'shimcha ish haqi belgilanadi). Estrada yulduzlari, kino yulduzlari, mashhur sportchilar iqtisodiy renta oladilar. Quyidagi 14.18-rasmda ushbu holat ifodalangan.

Boshlang'ich ishchi kuchiga talab D_1 , taklif esa S . Taklif elastik bo'maganda, ishchi kuchi narxi faqat talabdan bog'liq bo'ladi. Kinoaktyorning obro'i oshib borishi, unga bo'lgan talabni D_1 dan D_2 ga keskin oshiradi.



14.18-rasm. Taklif cheklangandagi iqtisodiy renta.

Shunday qilib, uning narxi w_0 dan w_1 ga ko‘tariladi. Rasmda w_0, E_1, E_2, w_1 to‘rtburchak yuzi iqtisodiy rentani ifodalaydi.

Iqtisodiy renta - bu taklifi chegaralangan resursga to‘lanadigan narxdir.

2. Daromadlarni taqsimlanishi

Daromadlar turi. Daromadlar iqtisodiyot nazariyasiga ko‘ra ishlab chiqarishda qatnashgan omillarning shu ishlab chiqarishdan olinadigan umumiy daromadga qo‘shgan hissasi bo‘yicha taqsimlanadi. Ishlab chiqarilgan mahsulotlardan tushadigan daromadni bunday taqsimlanishi jamiyat uchun kerakli bo‘lgan tovarlar va hizmatlarni ishlab chiqarishni rag‘batlantiradi. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar va hizmatlar jamiyatdagi insonlarning turmush darajasini belgilab beruvchi baza hisoblanadi va bu boylikdan jamiyatdagi har bir shaxsning o‘z ulushini olishi bozor sharoitida tengchilikka asoslanmaydi. Lekin, bunday taqsimlanishning tenglikka asoslanmaganligi ko‘pchilikni qoniqtirmaydi. Shuning uchun ham davlat daromatlardagi notekislikni yumshatish uchun o‘zining daromad siyosatini amalga oshiradi.

Ishlab chiqarish omillari egasining daromadi omillar bozorida aniqlanadi. Ma‘lumki, korxonaga egalari ishlab chiqarish omillarining egalari (ishchi kuchi, kapital, erga) har bir omilning chekli

mahsulotiga ko'ra haq to'laydi. Ishlab chiqarish resurslari xarajatlarini to'lagandan keyingi qolgan daromad korxonada ixtiyorida qoladi va unga korxonada egalarning iqtisodiy foydasi deyiladi.

$$\text{Iqtisodiy foyda} = \text{Umumiy daromad} - \text{Ishlab chiqarish omillari xarajati}$$

Mukammallashgan bozor nazariyasiga ko'ra, mukammallashgan bozorda ishlab chiqarish omillari egalari korxonadan, shu korxonada ishlatilgan omillari uchun olgan haqi, shu omillarning chekli mahsulotiga aniq teng bo'lsa, u holda iqtisodiy foyda nolga teng bo'ladi (agar masshtab samarasi o'zgaras bo'lsa).

Ma'lumki, korxonalar o'z kapitaliga ega, shu sababli ular o'z kapitalini ishlatgani uchun foyda oladilar.

Shunday qilib, bozor sharoitida quyidagi daromadlar asosiy daromadlar hisoblanadi: ishchi kuchi daromadi, kapitalga daromad (foizlarda), kichik firmalar daromadi, renta - er egalari daromadi, sof foyda.

Nominal va real daromadlar. Nominal daromad - bu soliq va narxlarning o'zgarishiga bog'liq bo'lmagan daromad darajasi. Real daromad - bu narxlarni va boshqa to'lovlarning o'zgarishini hisobga olgandagi daromad. Real daromadni aniqlashda umumiy daromaddan soliq va boshqa to'lovlarni ayirib, uni narxlar o'zgarishiga (inflyatsiyaga) ko'ra qayta hisoblaydi.

Ish haqi - ishchi kuchidan foydalanganligi uchun to'lanadigan qiymat. Ish haqi stavkasi ham ish haqining bir turi bo'lib, ishchi kuchi mehnatidan foydalangan bir birlik vaqt uchun to'lanadigan ish haqi (bir soatlik, bir kunlik, bir oylik).

Iqtisodiy renta - cheklangan resursdan foydalangan uchun to'lanadigan narx.

Kapitalga daromad - bu foiz deyiladi. Amalda kapitalga daromad ikki xil bo'ladi. Agar kapital pul shaklida bo'lsa, pul beruvchilar ssuda foizi bo'yicha daromad oladi. Agar kapital buyumlashgan shaklda bo'lsa, u kapitalga ko'ra umumiy daromaddan ulush oladi.

Real foiz stavkasi nominal stavkadan (pulda ifodalangan stavkadan) inflyatsiya darajasini ayrilganiga teng.

Tadbirkorlik daromadi - bu ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanganligi uchun tadbirkor oladigan daromad.

Bozor iqtisodiyotiga asoslangan davlatlarda iqtisodiyotning noformal sektori, ya'ni yashirin iqtisodiy sektorda (rus tilida tenevaya ekonomika) yashirin daromad mavjud bo'ladi.

Yashirin daromad ham ikki xil bo'ladi. Birinchisi - pora olish (korruptsiya), giyohvand moddalar sotish, kontrabanda va boshqa sohalardan olinadigan yashirin daromad. Ikkinchisi - patentsiz va litsenziyasiz sotish faoliyati bilan shug'ullanishdan tushadigan daromad va soliq hizmatidan yashirilgan daromad.

Davlat o'zining daromad siyosatini amalga oshirishda aholini turmush darajasini ifodalovchi agregat ko'rsatkichlardan foydalanadi. Ana shunday ko'rsatkichlardan biri - yalpi ichki mahsulotdir (YaIM).

YaIMni aholi jon boshiga hisoblagandagi ko'rsatkich aholini turmush darajasini ifodalovchi ko'rsatkich bo'lib, u har bir aholi jon boshiga jami ishlab chiqarilgan (bir yil davomida) mahsulotning qancha qismi to'g'ri kelishini ko'rsatadi. Lekin, bunday taqsimlanish aholi daromadining differentsiallashganligini (har xil bo'lishini) ifodalamaydi.

Aholining tarkibi har xil ijtimoiy qatlamlardan (ishchilar, qishloq xo'jaligidagi ishlovchilar, hizmatchilar, tadbirkorlar, o'qituvchilar, meditsina hizmati xodimlari va hokazolar) iborat bo'lgani uchun ushbu guruhlardagi insonlarning daromadlari ham har xil bo'ladi. Aholi daromadining taqsimlanish dinamikasi iste'mol byudjeti orqali

o'rganiladi. Iste'mol byudjeti ham turli xil bo'lishi mumkin: o'rtacha oila byudjeti, yuqori darajada etarli byudjet (bunga eng yuqori umumiy daromad oladigan oilalarni kiritish mumkin), minimal byudjet. Minimal byudjetli oilaga, oila a'zolarining (bir yillik yoki bir oylik) umumiy daromadlari minimal bo'lgan oilalar kiritiladi.

Aholini turmush darajasini ifodalaydigan ko'rsatkichlardan biri bu yashash minimum. Yashash minimumini sarflangan ishchi kuchini oddiy takror tiklash uchun zarur bo'lgan daromad deb qarash mumkin. Yashash minimumini minimal iste'mol korzinasiga ham deb qaralishi mumkin. Yashash minimumi aholini qashshoqlik chizig'i sifatida ham qarash mumkin. Yashash minimumidan past daromad oladigan aholining qismi qancha ko'p bo'lsa, aholining qashshoqlik darajasi shuncha yuqori bo'ladi.

Turmush darajasini ifodalovchi ko'rsatkichlar iste'mol korzinasiga ko'ra hisoblanadi. Rivojlangan davlatlarda o'rtacha daromad iste'mol korzinasiga quyidagi tovarlar kiritiladi: uy-joy, avtomobil, uying zamonaviy jihozlari, audio va video texnika, sayohat qilish imkoniyati, bolalarini kiyintirish, o'qitish, ilmiy asoslangan oziq-ovqat, kiyim-kechak, ma'lum darajadagi jamg'arma.

Odatda minimal iste'mol korzinaga boshlang'ich ehtiyojni qondiradigan tovarlar kiritiladi (kiyim-kechak, oziq-ovqat, minimal yashash sharoiti).

Jamiyatdagi barqarorlik va aholining umumiy farovonligi ko'pincha ushbu aholi tarkibidagi o'rtacha sinfdagi aholining ulushi bilan ifodalanadi deb qaraladi. O'rtacha sinfdagi aholining mamlakatni hozirgi ham siyosiy, ham iqtisodiy hayotidagi ahamiyati nihoyatda kattadir. Bozor talabini shakllantirishda, ishlab chiqarishdagi faollikni ta'minlash o'rta sinfga qarashli aholiga ko'proq bog'liq.

Rivojlangan davlatlarda o'rta sinfga qarashli aholi umumiy aholining 50 foizidan 70 foizigachasini tashkil qiladi.

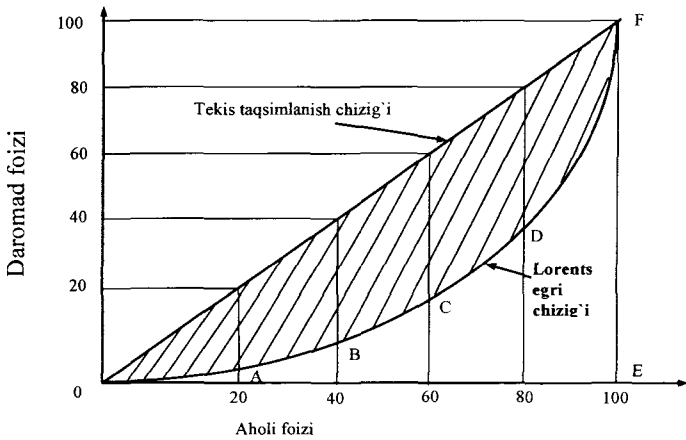
Yuqorida ham ta'kidlab o'tdikki, bozor iqtisodiyoti o'z-o'zidan jamiyatdagi daromadlarni tekis taqsimlashni ta'minlamaydi, shuning uchun ham bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyatda har doim o'ta qashshoq, boy va o'ta boy aholi guruhlari saqlanib qoladi. Tsivilizatsiyalashgan davlatlardagi iqtisodiy siyosat aholi daromadlaridagi keskin ravishda katta bo'lgan farqlarni qisqartirishga, daromadlarni ko'proq adolatli qayta taqsimlashga qaratilgan. Har bir tsivilizatsiyalashgan davlat nogironlarni, nafaqaxo'rlarni, ko'p bolali oilalarni ijtimoiy himoya qilishni o'z bo'yniga olishi zarur.

Daromadlarni differentsiyalashuvi (xilma-xil bo'lishi, tabaqalashuvi). Shaxsiy daromadlarning tabaqalashuvining asosida ish haqining har xil bo'lishi yotadi. Ish haqining har xil bo'lishi esa quyidagi omillarga bog'liq: shaxslar qobiliyatining har xilligi, bilim darajasi, malakasi, tajribasi, mulkning va qimmatbaho qog'ozlarning notekis taqsimlanishi, ko'chmas mulkning notekis taqsimlanishi, ya'ni jamg'armaning notekis taqsimlanishi va hokazolar.

Bulardan tashqari daromadlarning notekis taqsimlanishida omad, qimmatli axborotga ega bo'lish, tavakkalchilik, shaxsiy va oilaviy munosabatlar ham ma'lum rol o'ynaydi. Ushbu omillarning ta'siri har-xil, ba'zi hollarda ular daromadlarni taqsimlashga qaratilgan bo'lsa, ba'zi hollarda notekislikni kuchaytiradi.

Daromadlarni notekis taqsimlanishi darajasini, chuqurligini aniqlashda Lorents egri chizig'idan foydalaniladi.

Lorents egri chizig'ini chizish uchun koordinata sistemasini chizamiz. Gorizontalar o'q bo'yicha aholining yoki oilalarning foizlardagi ulushi ifodalanadi. Vertikal o'q bo'yicha - daromadlar foizi ifodalanadi (14.20-rasm).



14.20-rasm. Lorens egri chizig'i.

Odatda aholini besh qismga bo'ladi, ya'ni besh kvintelga. Har bir kvintelga (beshdan bir qismiga) aholining 20 foizi kiradi. Aholining qismlari koordinata o'qiga eng kam daromadga ega bo'lgan qismidan boshlab to eng ko'p daromad oladigan qismigacha bo'lgan ketma-ketlikda joylashtiriladi.

Agar aholining barcha qismlari oladigan daromad bir xil bo'lsa, ya'ni daromad tekis taqsimlangan bo'lsa, u holda 20 foiz aholiga 20 foiz daromad to'g'ri keladi, 40 foiz aholiga 40 foiz daromad to'g'ri keladi va hokazo.

Grafikdagi OF chizig'i daromadlarni absolyut tekis (teng) taqsimlanganligini ifodalaydi. OEF chizig'i esa absolyut notekis taqsimlanganligini ifodalaydi. Lorents egri chizig'i OABCDF daromadlarni real, haqiqiy taqsimlanishini ifodalaydi.

Amalda aholining eng kam ta'minlangan qismiga daromadni 5-6 foizi to'g'ri kelsa, eng boy aholi qismiga 40-45 foizi to'g'ri keladi. Shuning uchun ham Lorents egri chizig'i daromadlarni absolyut tekis va notekis taqsimlanishini ifodalovchi chiziqlar o'rtasida joylashgan.

Daromadlar taqsimlanishi qancha notekis bo'lsa, Lorents egri chizig'i shuncha E nuqtaga tomon botiq bo'ladi. Daromadlar taqsimlanishi qancha tekis bo'lsa, Lorents egri chizig'i to'g'rilanib OF chizig'iga shuncha yaqinlashadi.

Daromadlarni notekis taqsimlanishi darajasi Djini koeffitsiyentini DJ deb belgilasak, u $0ABCDF$ yuzani (1-rasmda shtrixlangan yuza) $0FE$ uchburchak yuzasiga nisbati bilan aniqlanadi:

$$DJ = \frac{S_{0ABCDF}}{S_{0FE}}.$$

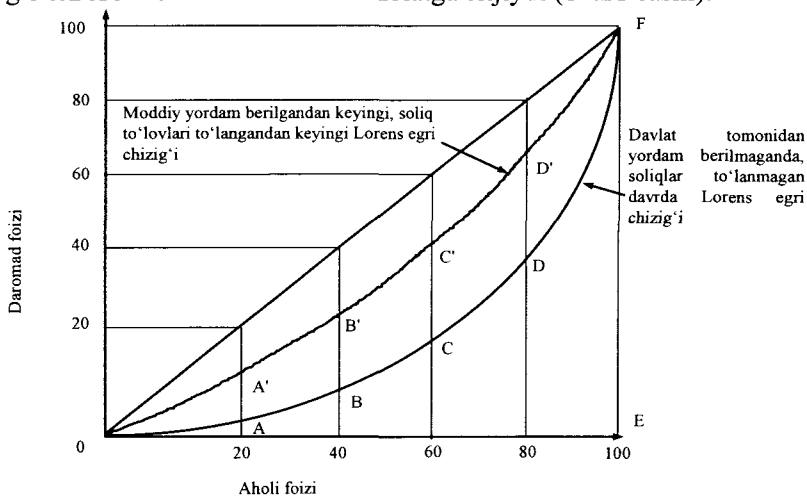
Bu yerda biz nominal daromadni taqsimlanishini ifodaladik. Nominal daromadga aholi tomonidan pul shaklida olingan barcha daromadlar kiradi: ish haqi, dividendlar, foizlar, barcha transfert to'lovlari (qaytarib olinmaydigan pul to'lovlari). Lekin, bu yerda aholini o'z tomorqasidan oladigan daromadi, uyidagi chorva mollaridan tushadigan daromad, davlat tomonidan ta'limga, meditsina xizmatiga sarflanadigan mablag'lar, xayriya, ehsonlar hisobga olinmagan.

Barcha rivojlangan mamlakatlarda daromadlarni qayta taqsimlash siyosati davlat tomonidan amalga oshiriladi. Progressiv, ya'ni o'sib boruvchi soliq tizimiga ko'ra, aholining boy qismidan yuqoriroq foizda soliq olinsa, aholining kam daromadli qisimdan kamroq foizda soliq olinadi. Soliq to'lovlaridan tushgan daromadning bir qismi kam ta'minlangan aholini ijtimoiy himoya qilishga sarflanadi. Deyarli barcha davlatlarda aholini ijtimoiy sug'urtalash va kam ta'minlangan aholiga moddiy yordam berish dasturlari mavjud.

Ijtimoiy sug'urtalash dasturiga ko'ra nafaqaxo'rlar, aholining ishga yaroqsiz bo'lgan qismi, boquvchisini yo'qotgan oila, nogironlar ijtimoiy sug'urtalanadi.

Davlatning aholini ijtimoiy himoya qilish dasturi bo'yicha ko'p bolali oilalarga yordam beriladi, oziq-ovqat mahsulotlari ajratiladi va boshqa har xil imtiyozlar belgilanadi.

Davlatning daromadlarni qayta taqsimlash siyosati natijasida Lorens egri chizig'i to'g'rilanib OF chizig'i tomonga siljiydi, ya'ni Lorens egri chizig'i $0ABCDF$ holatdan $0A'B'C'D'F$ holatga siljiydi (14.21-rasm).



14.21-rasm. Daromadlarni qayta taqsimlanishi natijasida Lorens egri chizig'ining siljishi.

Daromadlarni qayta taqsimlash siyosati istiqbolda o'zini samarasini beradi. Nima uchun deganda, kam ta'minlangan aholi o'qish, bilim olish imkoniyatiga ega bo'ladi va ular kelajakda jamiyat taraqqiyotiga o'z hissalarini qo'shadilar.

3. Asosiy va aylanma kapital mablag'lar.

Kapital - bu uzoq muddatli oraliqda ishlatiladigan ishlab chiqarish resursi bo'lib, uning yordamida uzoq vaqt davomida mahsulot ishlab chiqariladi.

Kapitalning ikki xil turi mavjud: asosiy kapital (uzoq muddatda foydalaniladigan uskuna, texnologik liniya, bino, qurilma); aylanma kapital (har bir ishlab chiqarish tsiklida o'z qiymatini tayyor mahsulot qiymatiga o'tkazadigan ishlab chiqarish resurslari, xom ashyo, materiallar, yarim fabrikatlar va hokazolar).

Asosiy kapitaldan uzoq muddatda foydalaniladi va u o'z qayta takror ishlab chiqaradi, ya'ni u ishlatilishi davomida o'z qiymatini ma'lum qismini mahsulot qiymatiga o'tkazadi.

Kapitaldan foydalanish davomida u ham ma'naviy, ham jismoniy eskiradi. Jismoniy eskirish - bu kapitalning vaqt o'tishi bilan ishga yaroqsiz bo'lishi bo'lsa, ma'naviy eskirish uning unumdorligining kamayishi, ya'ni yangi ishlab chiqarilgan zamonaviy uskunalarqa qaraganda unumdorligining pastligi, yoki umuman barcha ko'rsatkichlari bo'yicha (mahsulot sifati, foydalanishga qulayligi) yangi uskunadan orqada qolganligidir.

Asosiy kapital egasi kapital qiymatini undan foydalanish vaqti davomida qayta tiOrtiqi. Masalan, uskuna 1000000 so'm bo'lib, undan foydalanish muddati 10 yil bo'lsa, uning qiymati 10 yil davomida teng qiymatlarda mahsulot qiymatiga o'tkaziladi deb qaraydigan bo'lsak, har yilgi daromaddan 100000 so'mdan amortizatsiyaga ajratish kerak bo'ladi.

Aylanma kapital bir yil davomida o'zining butun qiymatini mahsulot qiymatiga o'tkazib qayta tiklanadi.

Kapitalning qiymati undan foydalanib, kelajakda qancha daromad olishga bog'liqdir. Kelajakda ko'proq daromad olish ishtiyoqi ko'pchilikni bugungi iste'molining bir qismidan voz kechib, uni jamg'arishga undaydi. Jamg'arilgan mablag' pul ko'rinishidagi kapital sifatida biror-bir tadbirkorga ma'lum muddatga qo'shimcha qiymat

orqali qaytarilishi sharti bilan berilishi mumkin. Ushbu olingan qo‘shimcha qiymatga kapitalga olingan foiz deyiladi.

Ssuda foizi - kapital egasiga uning kapitalidan ma’lum muddat oralig‘ida foydalanilishi uchun to‘lanadigan narxdir.

Kapitaldan foydalanishni tahlil qilganda bugun sarflangan mablag‘ni kelajakda sarflanadigan mablag‘ bilan taqqoslash yoki bugun olinadigan daromad bilan kelajakda olinadigan daromadni taqqoslash muhim ahamiyatga egadir. Bu yerda vaqt omilini e’tiborga olish kerak bo‘ladi. Bugungi sarflangan bir so‘m bir yildan keyin sarflanadigan bir so‘mga teng emas. Bularni bir-biriga tenglashtirish uchun, avval ularni bir vaqtga keltirish zarur bo‘ladi. Turli xil yillardagi xarajatlarni yoki daromadlarni bir yilga keltirishda diskont ko‘paytiruvchisidan foydalaniladi.

Harajat va daromadlarni bir xil boshlang‘ich vaqtga keltirish hisob-kitoblariga **diskontirlash** deyiladi. Bunday hisob-kitoblar investitsiya loyihalarini baholashda keng qo‘llaniladi. Investitsiyalarni tahlil qilganda yillar davomida bo‘ladigan xarajatlar bilan loyihadan olinadigan daromadlarni solishtirishga to‘g‘ri keladi. Kelajakda olinadigan daromadning nafi bugungi kunda olinadigan daromad nafidan kichik bo‘ladi. Nima uchun deganda, joriy daromadga (ya’ni, bugungi kundagi daromadga) kelajakda foiz bo‘yicha qo‘shimcha daromad olish mumkin.

Loyihalarni tahlil qilishda loyiha qiymatini aniqlash uchun bugungi kunda qo‘yilgan kapital mablag‘lar bilan loyiha amalga oshirilgandan keyin olinadigan daromadlarni solishtirish zarur bo‘ladi. Buning uchun joriy xarajatni va kelajakda olinadigan daromadni hisob-kitob qilish kerak.

Loyiha deganda, ma’lum maqsadga erishish uchun qilinadigan resuslar investitsiyasi tushuniladi.

Investitsiya - daromad olish uchun qo‘yiladigan kapital mablag‘.

Investitsiyalash - bu kapitalni yaratish yoki kapital zaxirasini to‘ldirish jarayonidir. Investitsiyalash deganda, yalpi va sof investitsiyalash tushuniladi.

Yalpi investitsiyalash - kapital zaxirasining umumiy o‘shidir.

Qoplash - asosiy kapitalning ishdan chiqqan qismini almashtirish.

Sof investitsiya - yalpi investitsiyadan qoplash uchun sarflanadigan mablag‘ni ajratgandan keyingi qolgan qismi.

Sof investitsiya = Yalpi investitsiya - Qoplash.

Agar yalpi investitsiya qoplashdan yuqori bo‘lsa, sof investitsiya musbat bo‘ladi (bu holda kapital ko‘payadi va ishlab chiqarish kengayadi). Agar yalpi investitsiya qoplashdan kichik bo‘lsa, sof investitsiya manfiy bo‘ladi (mavjud kapital kamayib boradi). Va nihoyat, yalpi kapital qoplashga teng bo‘lsa, kapital hajmi o‘zgarmaydi (bu holda kapital oddiy takror ishlab chiqarilmaydi).

Qisqa muddatli loyihalarni (qisqa muddatli investitsiyalarni) tahlil qilganda kapitalning ichki o‘zini oqlash koeffitsiyenti r dan va ssuda foizi i dan foydalaniladi. Qisqa muddatli oraliqdagi investitsiyalarning (bir yillik oraliqdagi) chekli sof oqlashi ularning chekli ichki oqlash koeffitsiyentidan ssuda stavkasi foizini ayirish orqali aniqlanadi:

$$\Delta r = r - i,$$

bu yerda Δr - chekli sof qoplash;

r - chekli ichki qoplash;

i - ssuda stavkasi foizi.

Agar $r = i$ bo‘lsa, investitsiyadan olinadigan foyda maksimal bo‘ladi.

Faraz qilaylik, firma mandarin sotish bilan shug‘ullanadi, deylik. Firma sotish quvvati turli bo‘lgan do‘konlarni qurmoqchi. Do‘konlarni qurish uchun sarflanadigan kapital mablag‘lar, sotish uchun sarflanadigan xarajatlar quyidagi jadvalda keltirilgan (1-jadval). Ssuda foizi stavkasi 10 foiz bo‘lsin.

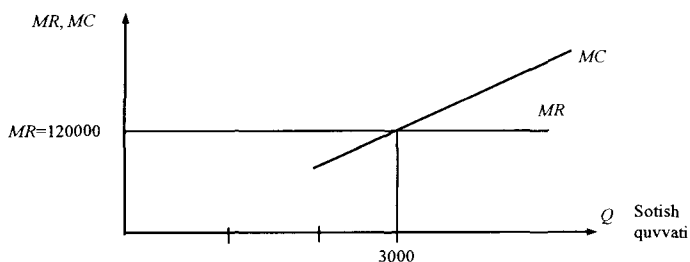
Bir yillik investitsiya qaytimlari

Do'konlarning sotish quvvati (bir kunlik), kg	Umumiy investitsiya (kapital mablag' sarfi), so'm	Chekli investitsiya, so'm	Kapitalga to'lanadigan chekli foiz, so'm	Chekli sotish xarajatlari, so'm	Chekli umumiy xarajatlari, so'm (MC)	Investitsiyadan olinadigan daromad, so'm (MR)	Chekli foyda, so'm
1000	100000	100000	10000	5000	115000	120000	5000
2000	200000	100000	10000	7500	117500	120000	2500
3000	300000	100000	10000	10000	120000	120000	0
4000	400000	100000	10000	12500	122500	120000	-2500
5000	500000	100000	10000	15000	125000	120000	-5000

Bir kunda 1000 kg mandarin sotadigan do'kon qurish uchun 100000 so'm sarflanadi, 2000 kg uchun esa 200000 so'm sarflanadi va hokazo. Sotish masshtabi 1000 kgga oshganda umumiy sarflanadigan capital hajmi 100000 so'mga o'zgaradi. Foiz stavkasi 10 foiz bo'lgani uchun chekli investitsiya 100000 so'mga, to'lanadigan mablag' 10000 so'mga teng. Har bir 100000 so'mlik chekli investitsiyadan olinadigan chekli daromad bir xil bo'lib, u 120000 so'mga teng. Sotish quvvati 1000 kg bo'lganda, chekli umumiy xarajat (chekli investitsiya plus kapitalga to'lanadigan chekli foiz plus chekli sotish xarajati) 115000 so'm bo'ladi va chekli foyda $120000 - 115000 = 5000$ so'mni tashkil etadi. Sotish quvvati 2000 kg bo'lgan do'kon uchun ushbu ko'rsatkichlar mos ravishda 117500 va 2500 so'mga teng bo'ladi. Agar chekli xarajat MC chekli daromad MR ga teng bo'lsa ($MC = MR$), kapitaldan olinadigan foyda maksimal bo'ladi. Do'konlarning bir kunlik sotish quvvati 3000 kg bo'lganda foyda maksimal bo'ladi, ya'ni $5000 + 2500 = 7500$ so'm. Ushbu holat quyidagi 14.22-rasmda ifodalangan.

Ishlab chiqarish masshtabi oshishi bilan birga chekli xarajat ham oshib boradi, shuning uchun ham MC chizig'i musbat yotqlikka ega. Chekli daromad 120000 ga teng bo'lganligi uchun MR chizig'i 120000

nuqtadan o'tib abtssisa o'qiga parallel bo'ladi. MC chizig'i bilan MR chizig'ining kesishgan nuqtasi maksimal foydani ta'minlaydigan optimal sotish quvvati 3000 kg ga teng ekanligini aniqlaydi.



14.22-rasm. Qisqa muddatli oraliqdagi investitsiya.

Endi chekli qoplash normasi koeffitsiyenti r ni va ssuda foiz stavkasi i bilan taqqoslaymiz (14.2-jadval).

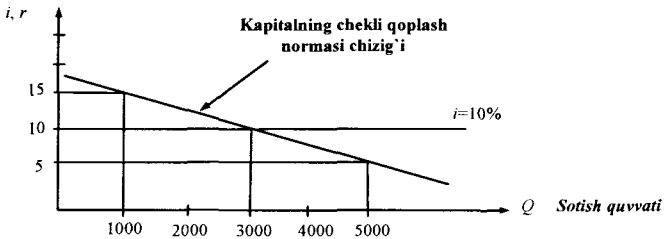
$$r = \frac{\text{Chekli foiz to'lovi} + \text{chekli foyda}}{\text{Chekli investitsiya}} \cdot 100\%$$

14.2-jadval

Bir yillik qo'yilgan investitsiyaning chekli oqlash normasi

Sotish quvvati, kg	r - chekli oqlash normasi, %	Ssuda foizi stavkasi i , %	Investitsiyani chekli sof oqlash normasi (Δr), %
1000	15,0	10,0	5,0
2000	12,5	10,0	2,5
3000	10,0	10,0	0,0
4000	7,5	10,0	-2,5
5000	5,0	10,0	-5,0

Sotish masshtabi oshishi bilan o'zini oqlash normasi 15 foizdan 5 foizga tushadi. $i=r$ bo'lganda, investitsiyadan olinadigan daromad maksimallashadi, ya'ni sotish hajmi 3000 kilogrammga etadi. Ushbu vaziyat 14.23-rasmda keltirilgan.



14.23-rasm. **Chekli oqlash normasi va ssuda foizi stavkasi dinamikasi**

Ssuda foizi stavkasi o'zgarmas bo'lib 10% ga teng bo'lgani uchun, uning chizig'i abtssisa o'qiga parallel joylashadi. Chekli oqlash normasi do'konlarning sotish quvvatiga qarab o'zgaradi, ya'ni r sotish masshtabi oshishi bilan pasayib boradi.

Chekli oqlash normasi chizig'i investitsiyaga bo'lgan talab chizig'ini ifodalaydi. Talab chizig'idan ko'rish mumkinki, foiz stavkasi qancha yuqori bo'lsa, kapitalga bo'lgan talab shuncha kam va aksincha, foiz stavkasi qancha past bo'lsa, kapital mablag'ga bo'lgan talab shuncha yuqori bo'ladi. Foydani maksimallashtiradigan sotish hajmi $i = r$ bo'lganda 3000 kilogrammga teng bo'ladi.

Uzoq muddatli oraliqdagi investitsiya. Asosiy kapitalga qo'yilgan investitsiyalar asosan uzoq muddatli bo'ladi. Asosiy kapitalning hizmat qilish, ya'ni undan foydalanish muddati mavjud bo'lib, u chegaralangan bo'ladi. Asosiy kapital hizmat ko'rsatish muddati davomida firma uchun daromad keltiradi.

Uzoq muddatli oraliqdagi kapital qo'yilmadan olinadigan foydani hisoblash uchun asosiy kapitalning hizmat ko'rsatish muddatini va undan foydalanish davomida har yilda olinadigan daromadni bilish kerak bo'ladi.

Faraz qilaylik, I - investitsiyani chekli qiymati, R_j - j -hizmat ko'rsatish yilida asosiy kapitaldan olinadigan chekli (qo'shimcha) daromad. U holda birinchi yil uchun ($j=1$) kapitalning chekli oqlash normasini (r) quyidagi formula orqali hisoblash mumkin:

$$I \cdot (1+r) = R_1. \quad (1)$$

Demak, bugungi bir so'mlik kapitalning qiymati yilning oxiriga kelib $1+r$ so'mga teng bo'ladi, agar u bir yil davomida r so'mlik foyda keltirsa.

Agar chekli kapital qiymati 1000 so'm va chekli kapitalning bir yildan keyin umumiy foydaga qo'shadigan chekli hissasi 1300 so'm bo'lsa, chekli oqlash normasi quyidagiga teng.

(1) formuladan foydalanib yozamiz:

$$r = \frac{R_1 - I}{I} = \frac{1300 - 1000}{1000} \cdot 100\% = 30\%.$$

Bugungi bir so'mlik kapital qiymati yil oxirida $1 \cdot (1+0.3) = 1.3$ so'mga teng bo'ladi.

Agar ssuda foizi stavkasi $i = 10\%$ bo'lsa, sof oqlash normasi $\Delta r = (r - i) = (30 - 10) = 20\%$ bo'ladi.

Agarda $I = 1000$ so'm va $r = 30\%$ berilgan bo'lsa, R_1 ni topish mumkin bo'ladi.

$$1000 \cdot (1 + 0.3) = 1300.$$

Ikkinchi yil uchun esa

$$R_1 \cdot (1+r) = R_2, \quad (2)$$

yoki

$$I \cdot (1+r) \cdot (1+r) = R_2,$$

$$I \cdot (1+r)^2 = R_2 \quad (3)$$

Bir yillik investitsiyaning qiymati yilning oxiriga kelib quyidagini tashkil qiladi, (1) dan foydalanib quyidagini yozamiz:

$$I = \frac{R_1}{(1+r)}. \quad (4)$$

Ikkinchi yil uchun esa

$$I = \frac{R_2}{(1+r)^2}. \quad (5)$$

Ixtiyoriy t yil uchun kapitalning qiymati quyidagicha aniqlanadi:

$$I = \frac{R_1}{(1+r)} + \frac{R_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{R_t}{(1+r)^t}.$$

Jamg'arma va vaqt bo'yicha chekli tanlash normasi. Insonlar joriy va kelajakdagi iste'molni bir-biri bilan solishtirib, jamarish to'g'risida qaror qabul qiladilar. Odatda shaxs kelajakda ko'proq iste'mol qilish uchun bugungi kundagi bir so'mlik iste'moldan voz kechadi. Masalan, shaxsning bir yillik daromadi 100 ming so'm bo'lsin. Agar u ushbu daromadini joriy yilda to'liq iste'mol qilsa, uning jamg'armasi nolga teng bo'ladi. Shaxs ushbu daromadidan 10 ming so'mini jamg'aradi (10 ming so'mlik joriy iste'moldan voz kechadi), agar u kelajakda 10 ming so'mdan ko'proq iste'mol qilish imkoniyatiga ega bo'lsa, masalan 15 ming so'mlik. U holda uning vaqt bo'yicha chekli tanlash normasi *MRTP* quyidagicha aniqlanadi:

$$MRTP = \frac{\Delta C_1}{\Delta C_0} = \frac{15}{10} = 1.5.$$

MRTP - vaqt bo'yicha chekli tanlash normasi, bu shaxsning umumiy tushum darajasi o'zgarmagan sharoitda bir birlik joriy iste'moldan voz kechish hisobiga bo'ladigan kelajakdagi qo'shimcha iste'mol qiymati bo'lib, u shu voz kechilgan birlik iste'molni qoplash uchun etarlidir.

Vaqt bo'yicha tanlash investitsiya qo'yishga jamg'arma orqali ta'sir qiladi. Lekin, joriy iste'mol hisobidan jamg'armani xohlaganicha oshirish mumkin emas. Nega deganda, umumiy daromad cheklangan. Jamg'arma umumiy daromaddan iste'molni ayrilganiga teng.

$$S = I - C,$$

bu yerda S - jamg'arma; I - umumiy daromad; C - iste'mol.

Ma'lumki foiz stavkasi (i) qancha yuqori bo'lsa, jamg'arishga moyillik shuncha yuqori bo'ladi va aksincha.

Qiyamatni diskontirlash. Bir yildan keyin beriladigan bir so'mning bugungi qiymati qancha bo'ladi? Bu savolga javob - foiz stavkasiga bog'liqdir. Faraz qilaylik, foiz stavkasi i bo'lsin. U holda biz bir so'mni jamg'aradigan bo'lsak, uning qiymati bir yildan keyin $1 \cdot (1+i)$ so'mga teng bo'ladi (agar foiz stavkasi $i=50\%$ bo'lsa, bugungi bir so'm bir yildan keyin 1,5 so'mga teng bo'ladi). Demak, aytishimiz mumkinki, bir yildan keyin olinadigan bir so'mning bugungi qiymati $\frac{1 \text{ so'l}}{(1+i)}$ so'mga teng, ya'ni u bir so'mdan kichik bo'ladi. Xuddi shunday ikki yildan keyin to'lanadigan bir so'mning bugungi qiymati $\frac{1 \text{ so'l}}{(1+i)^2}$ ga teng bo'ladi. Nima uchun deganda, bir so'm i foiz stavkasi bo'yicha investitsiyaga qo'yilsa, ikki yildan keyin u $(1+i) \cdot (1+i) = (1+i)^2$ so'mga teng bo'ladi.

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, joriy diskontirlashtirilgan qiymat *PDV* (*PresentDiscountValue*), ya'ni boshlang'ich yilga keltirilgan qiymat - bu ma'lum muddat o'tgandan keyin to'lanadigan bir so'mning bugungi qiymati (narxi).

Agar muddat bir yilga teng bo'lsa, $PDV = \frac{1}{(1+i)}$ ga teng.

14.3-jadval

1 so'mning diskontirlangan (keltirilgan) qiymati.

Foiz stavkasi	Yillar			
	1	5	10	20
0,01	0,990	0,951	0,905	0,820
0,05	0,952	0,784	0,614	0,377
0,10	0,909	0,621	0,386	0,149
0,15	0,870	0,497	0,247	0,061
0,20	0,833	0,402	0,162	0,026

Agar muddat n yilga teng bo'lsa, $PDV = \frac{1}{(1+i)^n}$ ga teng bo'ladi.

Quyidagi jadvalda (14.3-jadval) bir so'mning har xil foiz stavkalaridagi keltirilgan qiymatlari ko'rsatilgan.

Jadvaldan ko'rish mumkinki, foiz stavkasi qancha yuqori bo'lsa, bir so'mning joriy diskontirlangan (boshlang'ich yilga keltirilgan) qiymati shuncha kichik bo'ladi. Masalan, foiz stavkasi 5% bo'lganda, 10 yildan keyin oladigan so'mning bugungi qiymati 61,4 sentga teng bo'ladi, 10 foizlik stavkada esa ushbu ko'rsatkich 38,6 sentga va 20% bo'lganda 16,2 sentga teng bo'ladi.

Vaqt bo'yicha diskontirlangan (boshlang'ich vaqtga keltirilgan) daromadni qaraymiz. Faraz qilaylik, bizda ikki xil daromad bor. Birinchisini "A" deb belgilasak, ikkinchi daromadni "V" deylik. "A" daromad 400 so'mga teng bo'lib, uning 200 so'mi hozir to'lanadi, qolgan 200 so'mi bir yildan keyin to'lanadi. "V" daromad 440 so'm bo'lib, uning 40 so'mi bugun to'lanadi, 200 so'mi bir yildan keyin, qolgan 200 so'mi ikki yildan keyin to'lanadi. Ushbu ikki variantdan qaysi biri foydaliroq hisoblanadi? Javob: foiz stavkasiga bog'liq. Ushbu daromatlarni boshlang'ich vaqtga keltirilgan qiymatini hisoblaymiz.

$$PDV(A) = 200 + \frac{200}{1+i};$$

$$PDV(B) = 40 + \frac{200}{(1+i)} + \frac{200}{(1+i)^2}.$$

14.4-jadval

Diskontirlangan daromadlar turi.

Daromadlar turi	Yillar bo'yicha keltirilgan daromad		
	joriy yil	1-yil	2-yil
A	200	200	0
V	40	200	200

Quyidagi jadvalda daromadlarning ikkala turi bo'yicha foizlar stavkasi 5, 10, 15, 20% bo'lgandagi keltirilgan qiymatlari ko'rsatilgan.

Daromad turi	Foiz stavkalarida diskontirlangan daromad, (so'mda)			
	$i = 0,05$	$i = 0,10$	$i = 0,15$	$i = 0,20$
A	390,5	381,8	373,9	366,7
V	411,9	387,1	365,1	345,6

Jadvaldagi ma'lumotlardan ko'rish mumkinki, daromadlarni tanlash foiz stavkalariga bog'liq. Agar foiz stavkasi 10% ga teng va undan kichik bo'lganda, shaxs "A" daromad turiga qaraganda "V" daromad turini tanlashi yaxshiroq bo'lardi. Foiz stavkasi 15% va undan yuqori bo'lganda, "A" daromad turi "V" daromad turiga nisbatan yaxshiroq bo'lar edi.

Bu yerda asosiy sabab, "A" daromad qiymati "V" daromadga qaraganda kam bo'lsa ham, u tezroq to'lanadi.

14.3. Investitsiyani hisoblashdagi diskontirlangan qiymat

Investitsiya qo'yishdan maqsad, kelajakda olinadigan daromadlarni va qilinadigan xarajatlarni solishtirish orqali loyihaning qiymatini baholash mumkin bo'ladi. Investitsiyani baholashda sof keltirilgan qiymat mezoni (*NPV*) ishlatiladi. Bu mezonga ko'ra, agar olinadigan daromad investitsiyaga sarflanadigan xarajatdan yuqori bo'lsa, investitsiya amalga oshiriladi.

Faraz qilaylik, investitsiya hajmi boshlang'ich ishlab chiqarish yili uchun ($t=0$) I ga teng; R_t , C_t - kutiladigan t -yildagi ($t=1,2,\dots,T$) daromadlar va xarajatlar. U holda sof keltirilgan qiymat quyidagiga teng:

$$NPV = -I + \frac{R_1 - C_1}{(1+i)} + \frac{R_2 - C_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{R_T - C_T}{(1+i)^T}$$

bu yerda i - diskont normasi (xarajatlarni bir vaqtga keltirish normasi). Diskont normasi i foiz stavkasi yoki boshqa bir stavka bo‘lishi mumkin. T - loyihani faoliyat ko‘rsatish muddati.

Ba’zi hollarda diskont normasini asosiy kapitalga qo‘yilgan alternativ xarajat sifatida qarash mumkin.

Agar $NPV > 0$ bo‘lsa, investitsiya o‘zini oqlaydi, ya’ni keltirilgan foyda qo‘yilgan investitsiya qiymatidan katta. Agar $NPV < 0$ bo‘lganda investitsiya o‘zini oqlamaydi.

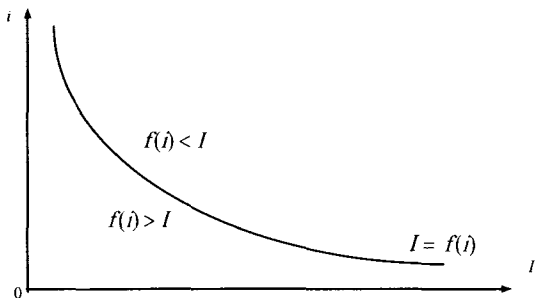
Loyihaning ishlash muddati cheksiz bo‘lganda ($t \rightarrow \infty$), sof keltirilgan qiymat quyidagicha hisoblanadi:

$$NPV = -I + \frac{R - C}{i}.$$

Investitsiyaga talab. Sof keltirilgan qiymat mezoniga ko‘ra, investitsiya o‘zini oqlaydi, agar $NPV = -I + f(i) > 0$ bo‘lsa. Bu yerda

$$f(i) = \sum_{t=1}^T \frac{R_t - C_t}{(1+i)^t}.$$

Demak, $I = f(i)$ investitsiyaga talab funksiyasi. Ushbu funksiyaning grafigi kamayuvchi bo‘lib, investitsiya “narxi” bilan, ya’ni foiz stavkasi bilan investitsiyaga qilinadigan xarajatlar o‘rtasidagi teskari aloqani ifodalaydi (14.24-rasm).



14.24-rasm. Investitsiyaga talab funksiyasi grafigi

Investitsiyaga talab funksiyasi berilgan loyiha investorlar tomonidan kapital mablag' qo'yishi mumkin bo'lgan maksimal foiz stavkasini ifodalaydi. Yuqori foiz stavkasida yuqori foyda berishi mumkin bo'lgan loyihalar amalga oshiriladi. Foiz stavkasi kamayganda kapital mablag' qo'yish masshtabi kengayadi, ya'ni kam foyda beradigan loyihalar ham mablag' bilan ta'minlanadi.

Inflyatsiyaning ta'siri. Inflyatsiya yoki narxlarning umumiy darajasining o'sishi joriy va kelajakda olinadigan mablag'lar nisbatini o'zgartiradi. Shuning uchun ham inflyatsiya darajasi loyihalarni baholashda e'tiborga olinishi zarur.

Agar barcha tovarlarga, hizmatlarga va ishlab chiqarish resurslariga (ish haqiga ham) bo'lgan narxlarning darajasi o'sganda, ular o'rtasidagi nisbat o'zgarmasa, bunday o'zgarishga balanslashgan inflyatsiya deyiladi. Bunday holda, ya'ni narxlarning o'sish sur'ati bir xil bo'lganda loyihani tahlil qilishda inflyatsiyani hisobga olmasa ham bo'ladi. Nominal narxlardan, nominal foiz stavkasidan foydalanib daromadlar va xarajatlarni hisoblab, ularni solishtirish mumkin. Foyda va xarajatlarni belgilangan (solishtirma) narxlarda ham hisoblash mumkin, lekin bunday holda real foiz stavkasidan foydalanish kerak bo'ladi.

Agar har bir tovar, hizmat va resurs o'zining narx o'sish sur'atiga ega bo'lsa, inflyatsiya balanslashmagan bo'ladi. Balanslashmagan inflyatsiya loyiha bo'yicha hisob-kitoblarni murakkablashtirib yuboradi.

Nominal foiz stavkasi - bu joriy pul birliklarida ifodalangan jamg'armaga yoki ssudaga bo'lgan daromad normasi.

Real foiz stavkasi - bu o'zgarmas (ya'ni, inflyatsiya darajasiga ko'ra o'zgartirilgan) pul birliklarida ifodalangan jamg'arma yoki ssudaga bo'lgan daromad normasi.

Faraz qilaylik, i - nominal, ε - real foiz stavkasi bo'lsin. π - inflyatsiya darajasi sur'ati, ya'ni

$$\pi = \frac{P_1 - P_0}{P_0},$$

bu yerda P_0 - joriy narx darajasi;

P_1 - ma'lum vaqt o'tgandan keyingi (bir yildan keyingi) narx darajasi.

Faraz qilaylik, qandaydir joriy qiymat M_0 berilgan bo'lib, u bir yildan keyin M_1 bo'lsin. U holda

$$M_1 = M_0 \cdot (1 + i).$$

Pulning sotib olish kuchini aniqlaymiz. Bu yerda $\frac{M_0}{P_0}$ hozirgi sotib olish kuchi; $\frac{M_1}{P_1}$ - kelajakda sotib olish kuchi.

U holda

$$\frac{M_1}{P_1} = \frac{M_0 \cdot (1 + i)}{P_0 \cdot (1 + \pi)} = \frac{M_0}{P_0} \cdot (1 + \varepsilon).$$

Bundan real foiz stavkasi r quyidagiga teng:

$$\varepsilon = \frac{\frac{M_1}{P_1} - \frac{M_0}{P_0}}{\frac{M_0}{P_0}} = \frac{1 + i}{1 + \pi} - 1,$$

ya'ni, $(1 + \varepsilon) \cdot (1 + \pi) = 1 + i$, yoki $\varepsilon = \frac{i - \pi}{1 + \pi}$.

Inflyatsiya darajasi (sur'ati) kichik bo'lganda real foiz stavkasi quyidagicha hisoblanishi mumkin:

$$\varepsilon \approx i - \pi.$$

Umuman olganda, firmalarning talabi moddiy kapital ne'matga (uskuna, texnologik liniya) emas, balki vaqtincha bo'sh bo'lgan pul mablag'igadir. Ushbu pul mablag'ini moddiy kapitalga sarflab, ulardan foydalanish natijasida kelajakda oladigan foydaning bir qismini pul egasiga qaytarish kerak bo'ladi. Shuning uchun ham investitsiyaga talab, bu pul jamg'armasiga bo'lgan talab, foiz to'lovi esa qarzga olingan pulning narxidir.

Misol. Nominal stavka $i = 60\%$, ε - real stavka; π - inflyatsiya darajasi; $\pi = 90\%$.

Formulaga ko'ra quyidagini yozamiz:

$$(1 + \varepsilon) \cdot (1 + 0,9) = 1 + 0,6$$

yoki real foiz stavkasi $\varepsilon = 15,8\%$.

Zayomlarning qiymatini diskontirlash. Zayomlar to'lov majburiyati bo'lib, ularning mohiyati shundan iboratki, zayom beruvchi zayom oluvchiga (kreditorga) ma'lum muddat o'tishi bilan ma'lum summada pul to'laydi. Faraz qilaylik, davlat yoki biror korxonaning zayomi yaqin 10 yil ishlab chiqarishda har yilda 100 so'mdan daromad keltiradi, 10 yil o'tgandan keyin pirovard dividend 1000 so'm bo'lsin. Ushbu zayomga zayom oluvchi qancha to'lashini ko'rib chiqamiz. Buning uchun daromadlarning diskontirlangan summasini hisoblab chiqamiz.

$$PDV = \frac{100}{(1+i)} + \frac{100}{(1+i)^2} + \dots + \frac{100}{(1+i)^{10}} + \frac{1000}{(1+i)^{10}}. \quad (1)$$

Bu yerda ham zayom qiymati foiz stavkasiga bog'liq. 14.25-rasmda zayomning har xil foiz stavkalarida diskontirlangan qiymati keltirilgan. Foiz stavkasi qancha ko'p bo'lsa, zayomning qiymati shuncha past bo'ladi. Masalan, 5 foizli stavkada zayom narxi 1386 so'mni tashkil qilsa, 15 foizda u 747 so'mga teng bo'ladi.

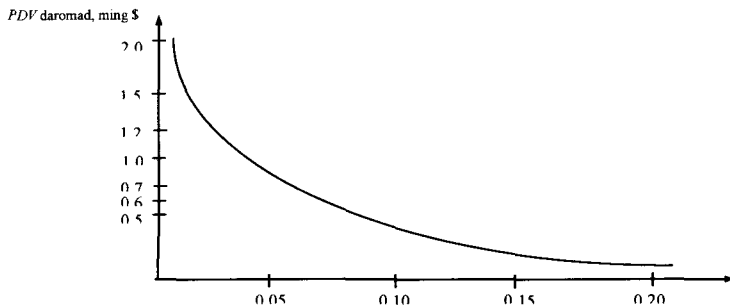
Zayomlar muddatsiz bo'lganda zayom olgan shaxs cheklanmagan muddatda har yili ma'lum o'zgarmas summa olib turadi. 1000 so'mlik dividend beradigan cheksiz muddatli zayomning narxi quyidagiga teng:

$$PDV = \frac{1000}{(1+i)} + \frac{1000}{(1+i)^2} + \frac{1000}{(1+i)^3} + \dots$$

Bunday holda PDV quyidagicha hisoblanadi:

$$PDV = \frac{1000}{i}.$$

Shunday qilib, agar foiz stavkasi 5% bo'lsa, muddatsiz zayomning qiymati $\frac{1000}{0,05} = 20000$ so'm bo'ladi. Agar foiz stavkasi 20% bo'lsa, zayomning qiymati 5000 so'mga teng bo'ladi.



14.25-rasm. Zayom qiymatidan olinadigan diskontirlangan daromadlar yig'indisi.

4. Yer bozori

Iqtisodiy nazariyada er deganda, uning tabiiy resurslari tushuniladi, ya'ni: yerning hosildorligi, undagi foydali qazilma boyliklar va hokazolar. Bunda biz yerning ustki qatlamini qaraymiz, ya'ni uning ustki qatlamidan qishloq xo'jaligi mahsulotlari yetishtirishda yoki qurilishda (uy-joy, maktab, korxonalar va hokazo) foydalanish mumkin.

Yerning o'ziga xos xususiyatlaridan biri, u har doim cheklangan va uni u joydan boshqa joyga, ya'ni kapitalni ko'chirganday ko'chirib bo'lmaydi.

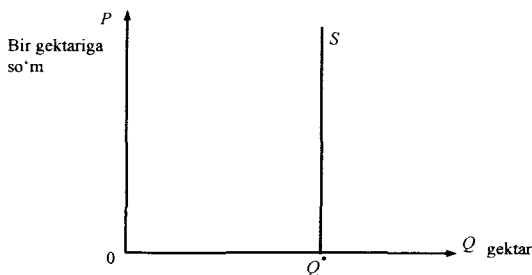
Yer taklifi. Yer taklifiga ta'sir etuvchi asosiy omillar - bu uning hosildorligi va qulay joylashganligidir. Ma'lumki, sifatli erlar har doim va har erda cheklangan bo'ladi. Sifatli, shaharlarga yaqin bo'lgan erlar yanada ko'proq cheklangan bo'ladi.

Ma'lumki, erning hosildorligi erning sifatiga, ob-havo sharoitiga, suv bilan ta'minlanishi mumkinligiga, unda mehnat qiladiganlarning

bilimiga, tajribasiga va foydalaniladigan texnikaga, ekiladigan urug‘ sifatiga va hokazolarga bog‘liqdir. Yuqoridagi omillarning ko‘pchiligi o‘zgaruvchan bo‘lib, ularning ta’siri ham o‘zgaruvchandir. Lekin, qishloq xo‘jaligida foydalaniladigan kapitalning va mehnatning o‘zgarishi har doim ham bir xil sodir bo‘lmaydi. Ular odatda ma’lum muddat o‘tgandan keyin o‘zgaradi.

Er taklifning cheklanganligi shuni ko‘rsatadiki, uning taklif chizig‘i absolyut elastik emas. Shuning uchun erning taklif chizig‘i grafikda vertikal ko‘rinishga ega bo‘ladi (14.26-rasm).

Taklif chizig‘ining ayusulyot elastik emasligidan shu kelib chiqadiki, uning narxi (bir gektariga) qanchalik oshmasin, er taklifi o‘zgarmaydi. Erning real narxi qanday bo‘lishini aniqlash uchun unga bo‘lgan talabni tahlil qilish kerak bo‘ladi. Taklif o‘zgarmasa, bozor narxini o‘rnatilishida talab katta rol o‘ynaydi.



14.26-rasm. Yer taklifi

Erga talab. Erga bo‘lgan talab ikki xil bo‘ladi: qishloq xo‘jaligida foydalanish uchun bo‘lgan erga talab va noqishloq xo‘jaligida foydalanish uchun bo‘lgan talab.

$$D = D_{q/x} + D_{noq/x},$$

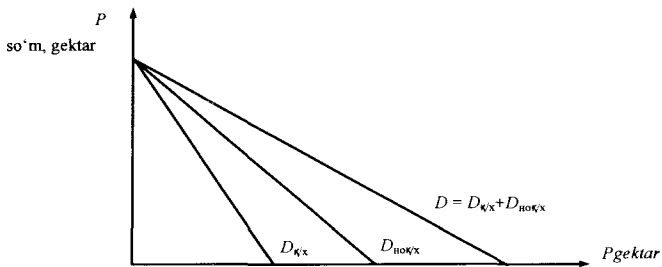
bu yerda D - umumiy talab;

$D_{q/x}$ - qishloq xo‘jaligi uchun talab;

$D_{noq/x}$ - noqishloq xo‘jaligi talabi.

Ushbu talablarni grafikda quyidagicha tasvirlash mumkin

(14.27-rasm).



14.27-rasm. Yerga talab

Bu yerda qishloq xo'jaligi uchun bo'lgan talab chizig'i manfiy yotqlikka ega. Nega deganda, yer unumdorligining kamayish qonuniga asosan, mavjud texnika va texnologiya o'zgarmaganda foydalaniladigan erning ortib borishi, uning hosildorligini kamayib borishiga olib keladi. D.Rikardoning (1772-1823) ilmiy asarlari er unumdorligining kamayish qonunini keng tarqalishida muhim rol o'ynagan.

Noqishloq xo'jalik sohalarining erga bo'lgan talab chizig'i ham manfiy yotqlikka ega. Bu yerda ham qurilish uchun nafaqat shahar ichidagi erlardan foydalaniladi (ular cheklangan), balki shahar atrofidagi erlardan ham foydalanishga to'g'ri keladi. Hozirgi vaqtda qishloq xo'jaligi bilan bog'liq bo'lmagan sohalar uchun erga bo'lgan talab o'sish tendentsiyasiga ega. Ushbu talab o'z ichiga uy-joy qurish uchun bo'lgan talabni, infratuzilma obyektlari uchun va sanoat obyektlari qurish uchun bo'lgan talablarni oladi. Inflyatsiya darajasi yuqori bo'lganda ko'pchilik ortiqcha pulini er sotib olishga sarflaydi (erga bo'lgan inflyatsion talab). Shuning uchun ham er boyllkni saqlash va uni ortishini ta'minlash obyekti sifatida qaraladi. Noqishloq xo'jalik erlarga talab erning hosildorligiga bog'liq bo'lmay, ko'proq uning qulay joylashuviga (shaharga yaqin) bog'liqdir. Odatda shahar markazlaridagi

er narxi yuqori bo‘ladi, shahar markazidan yiroqlashgan sari esa uning narxi kamayib boradi.

Qishloq xo‘jaligi uchun kerak bo‘lgan erlarga talab uning hosildorligiga va bu hosildorlikni oshirish imkoniyatlariga, erning joylashuviga (qishloq xo‘jalik mahsulotlari iste‘molchilaridan uzoqlashish darajasiga) bog‘liq.

Qishloq xo‘jalik erlariga talab oziq-ovqat mahsulotlariga bo‘ladigan talab bilan belgilanadi. Ma‘lumki, oziq-ovqat mahsulotlariga talab noelastikdir. Insonlar oziq-ovqatsiz yashay olmaydilar. Shuning uchun am oziq-ovqat mahsulotlarining asosiy turlariga bo‘lgan talab, ularning narxi qanchalik oshmasin, kam o‘zgaradi.

Oziq-ovqat mahsulotlariga talabning noelastikligi shuni bildiradiki, ularning taklifmi kam miqdorda qisqartirish, mahsulotlar narxini keskin oshib ketishiga sabab bo‘lishi mumkin va aksincha, taklifning ko‘payishi (hosildor yil kelganda), oziq-ovqat mahsulotlari narxini keskin kamayib ketishiga olib kelishi mumkin.

Iqtisodiy renta (absolyut renta) – bu cheklangan resurs uchun to‘lanadigan to‘lov.

Yer rentasi – cheklangan yer resurslaridan (boshqa tabiiy resurslardan) foydalanganlik uchun to‘lov.

Iqtisodiy renta yer rentasiga ko‘ra kengroq ma‘noga ega, buni yuqorida ko‘rgan edik.

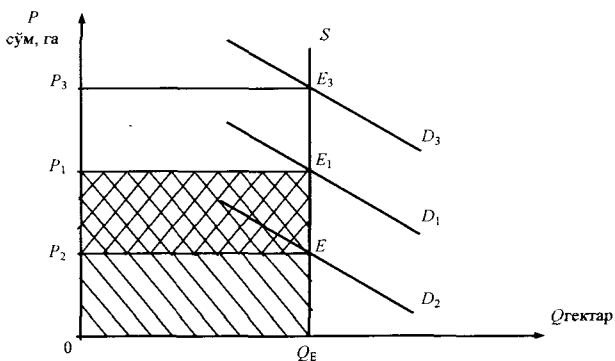
Absolyut renta – bu barcha yer egalari tomonidan erning sifatiga bog‘liq bo‘lmagan holda oladigan rentadir (absolyut renta K.Marks tomonidan kiritilgan).

Yer rentasini tahlil qilish uchun quyidagi shartlar bajarilgan deb faraz qilinadi:

* ishlab chiqarilgan barcha mahsulot bozor uchun ishlab chiqariladi;

- * barcha yerlar mukammallashgan bozor sharoitida ijaraga beriladi;
- * barcha yerlardan asosiy oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun foydalaniladi;
- * barcha yerlarning unumdorligi bir xil.

Yer taklifi absolyut elastik bo'lmagani uchun, yer taklif chizig'i vertikal ko'rinishda bo'ladi (14.28-rasm).



14.28-rasm. Yer bozorida muvozanat holat

Yerga bo'lgan talab chizig'i D (yer unumdorligining pasayish qonuniga ko'ra) manfiy yotqlikka ega.

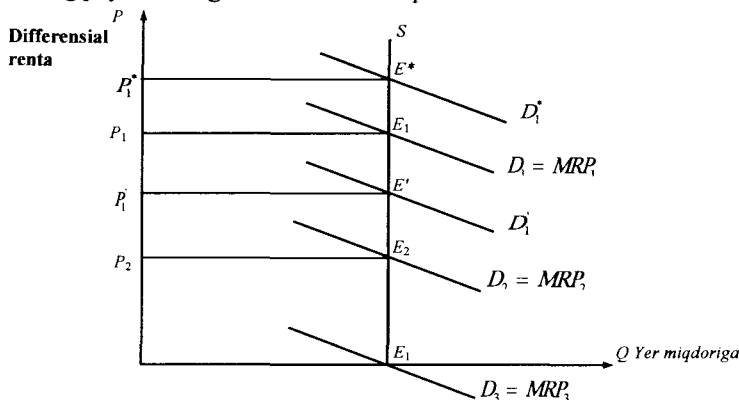
Yer taklifi chizig'i s ni talab chizig'i D_1 bilan kesishgan nuqtasi E_1 yer bozoridagi muvozanat holatini bildiradi. P_1 muvozanat renta bo'lib, u har oyda ijarachi tomonidan yer egasiga to'lanadi. $P_1 E_1 Q_E 0$ to'rtburchak yuzi barcha yerdan foydalanish uchun to'lanadigan umumiy renta. Agar asosiy mahsulot bug'doy bo'ladigan bo'lsa, bug'doyga bo'lgan talabning ortishi, yerga bo'lgan talabning ortishiga olib keladi (D_3), natijada bir gektar yerga to'lanadigan renta P_1 dan P_3 ga ko'tariladi. Ushbu holat umumiy (absolyut) renta $0 P_3 E_3 Q_E$ to'rtburchak yuziga teng bo'ladi. Agar bug'doyga bo'lgan talab kamaysa, har oyda to'lanadigan renta ham kamayadi va umumiy renta qiymati $0 P_2 E Q_E$ to'rtburchak yuzigacha kamayadi.

Ko'rinib turibdiki, taklif absolyut elastik bo'lmaganda er rentasi asosan unga bo'lgan talabga bog'liq.

Differensial renta. Absolyut rentani qaraganimizda, yerning sifati, joylashuvi bir xil deb faraz qilgan edik. Haqiqatda esa yerlar hosildorligi bo'yicha hamda joylashuviga ko'ra bir-biridan farq qiladi.

Faraz qilaylik, tabiiy hosildorligi bo'yicha 3 xil yer bo'lsin, ya'ni, yaxshi, o'rtacha va yomon yerlar. Bu yerlarning hosildorligi har xil bo'lganligi uchun, ularning teng o'lchamdagi uchastkalariga teng miqdorda kapital va mehnat sarflasak, turli xil natija olamiz. Hosildorligi yuqori bo'lgan yerdan, boshqa yerlarga misbatan ko'proq hosil olamiz va bu ortiqcha olingan hosil yerning faqat tabiiy hosildorligi bilan bog'liqdir. Yaxshi hosildor yerga renta o'rtacha yer rentasiga ko'ra yuqori, o'rtacha yer rentasi esa yomon yer rentasiga ko'ra ko'p bo'ladi, yomon yer egasi esa sof iqtisodiy (absolyut) renta oladi (14.29-rasm).

Eng yaxshi er egasi har bir gektar erdan har oyiga differensial renta P_1 ni oladi, o'rtacha yer egasi - P_1 rentani. Yomon erning rentasi nolga teng. biz bu yerda yaxshi, o'rtacha va yomon yerlarning o'lchami teng deb faraz qildik. Xuddi shunga o'xshash differensial rentalarni yerlarning joylashuviga ko'ra ham aniqlash mumkin.



14.29-rasm. **Differensial renta**

Biz yuqorida erlarni tabiiy hosildorligi bo‘yicha rentalarni ko‘rdik. Lekin, yer hosildorligini unga qo‘shimcha kapital sarflab ham (masalan, optimal darajada o‘g‘it berish, yangi agrotexnikani qo‘llash) oshirish mumkin. Masalan, yaxshi yerga qo‘shimcha kapital sarflasak, u quyidagi oqibatlariga olib kelishi mumkin: a) qo‘shimcha kapital ishlab chiqarish samaradorligini oshirishi mumkin (bu holda yer rentasi P_1 dan P_1^* ga oshadi); b) sarflangan qo‘shimcha kapital ishlab chiqarish samaradorligini kamayishiga olib keladi (bu holda yaxshi yer rentasi pasayib P_1 ni tashkil etadi). Bordi-yu, qo‘shimcha kapital sarfi samaradorlik darajasini o‘zgartirmasa, yer rentasi ham o‘zgarmaydi.

Yer narxi. Yer narxi yer rentasini kapitalizatsiya qilish yordamida aniqlanadi. Faraz qilaylik, ma’lum bir er uchastkasi o‘lchami er egasiga bir yilda P renta (so‘mda) keltirsin. Yer qiymatini aniqlashda er egasi uchun alternativ qiymatdan foydalaniladi. Yer narxi shunday pul miqdoriga tengki, agar uni bankga qo‘ysak, undan olinadigan foyda ushbu yerdan olinadigan foydaga teng bo‘lsa. Demak, yer narxi kelajakda olinadigan yer rentasining diskontirlangan (keltirilgan) qiymatiga teng:

$$P_{\text{do}} = \sum_{k=1}^{\infty} \frac{P_k}{(1+i)^k}.$$

Yer narxi - bu kapitalni muddatsiz qo‘yish demakdir.

Agar $k \rightarrow \infty$ bo‘lsa, $\frac{1}{(1+i)^k} \rightarrow 0$, u holda

$$P_{\text{bop}} = \sum_{k=1}^{\infty} \frac{P_k}{(1+i)^k} = \frac{P}{i},$$

bu yerda P_k - k - yil rentasi;

i - ssudaning bozor foiz stavkasi.

Agar renta 1000 so‘m bo‘lsa, ssudaning bozor foiz stavkasi 5% bo‘lsa, erting narxi

$$P_{40} = \frac{1000}{5\%} = \frac{100000}{5} = 20000 \quad \text{so‘m}$$

bo‘ladi.

Haqiqatdan qaraganda renta ijarachining er egasiga to‘laydigan ijara haqining bir qismi hisoblanadi. Ijara haqi tarkibiga rentadan tashqari er ustidagi inshootlarning amortizatsiyasi hamda erga qo‘yilgan kapital foizi kiradi. Er egasi er ustiga qandaydir qurilish qilgan bo‘lsa yoki inshootlar qurgan bo‘lsa, ularning qiymatini qoplashi kerak, xuddi shunday, agar kapital sarflagan bo‘lsa, ushbu kapitalga foiz olishi kerak. Er egasi ushbu kapitalni bankga qo‘yib foiz olishi mumkin edi.

Misol 1. Fermer xo‘jaligida bug‘doy etishtirish funksiyasi quyidagi ko‘rinishga ega:

$$Q = 400 \cdot x - 2 \cdot x^2.$$

Q - bug‘doy ishlab chiqarish hajmi yer maydoni x ga bog‘liq. Bir tsentner bug‘doyning narxi 20 so‘m. Agar fermerning er maydoni 30 gektar bo‘lsa, u er egasiga qancha miqdorda renta to‘laydi? Agar foiz stavkasi bir yilda 10% bo‘lsa, bir gektar yer narxi necha so‘mga teng bo‘ladi?

Yechish. Ma‘lumki, raqobatlashgan bozorda resurs (ya‘ni, yer) narxi uning pulda ifodalangan chekli mahsulotiga teng, ya‘ni

$$\frac{dQ}{dX} = MP_x = 400 - 4 \cdot X.$$

Erning puldagi chekli mahsuloti:

$$MRP = 8000 - 80 \cdot X.$$

Yer maydoni 30 gektar bo‘lgani uchun

$$MRP = 8000 - 80 \cdot X = 8000 - 80 \cdot 30 = 8000 - 2400 = 5600 \text{ so‘m}.$$

Demak, fermer har bir gektary yer uchun 5600 so‘m renta to‘laydi.

Fermerning umumiy daromadi:

$$R = (400 \cdot X - 2 \cdot X^2) \cdot 20 = 204000.$$

Yer narxi=ijara to'lovlari/Foiz stavkasi=5600/0,1=56000 so'm bir gektari uchun.

Nazorat savollari

1. Mehnat bozorida ikki tomonlama monopoliya.
2. Ish haqi stavkalari differentsiatsiyasi.
3. Iqtisodiy renta.
4. Nominal va real daromadlar.
5. Daromadlarni differentsiatsiyalashuvi.
6. Daromadlarni qayta taqsimlash siyosati.
7. Djin koeffitsiyenti.
8. Qiymatni diskontirlashning mohiyati va ahamiyati nimada?
9. Loyihalarni baholashda inflyatsiyaning ta'siri qanday hisobga olinadi?
10. Yer bozorining o'ziga xos xususiyatlari nimalardan iborat?
11. Yerning narxi qanday hisoblanadi?
12. Yer rentasiga izoh bering.

XV BOB. TASHQI TA'SIRLAR VA DAVLAT SIYOSATI

15.1. Tashqi ta'sirlar va bozor samarasizligi

Ushbu bo'limda biz tashqi ta'sirlar iqtisodiy farovonlikka qanday ta'sir ko'rsatishini o'rganish uchun 7-bobdagi farovonlik iqtisodiyoti usullaridan foydalanamiz. Bu tahlil nima uchun tashqi ta'sirlar bozorlarni resurslarni samarasiz taqsimlashiga olib kelishini aniq ko'rsatadi. Bobning oxirida, biz bu turdagi bozor muvaffaqiyatsizliklarini shaxslar va jamiyat siyosatchilari bartaraf qiladigan turli yo'llarni ko'rib chiqamiz.

Farovonlik iqtisodiyoti: Eslatma

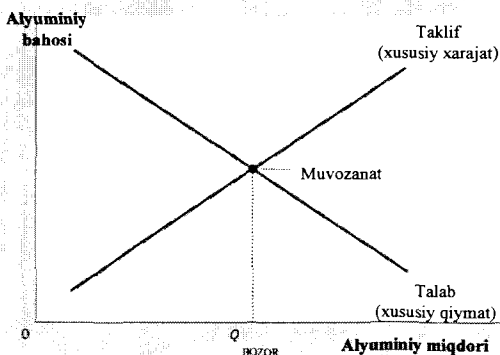
Biz 7-bobdan farovonlik iqtisodiyoti asosiy darslarini eslashdan boshlaymiz. Tahlilimizni aniq qilish uchun biz ma'lum bozor – alyuminiy bozorini ko'rib chiqamiz. 15.1-rasm alyuminiy bozori talab va taklif chizig'ini ko'rsatadi.

Agar 7-bobdan eslasangiz, talab va taklif chizig'i xarajatlar va daromadlar haqida muhim ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Alyuminiy uchun talab chizig'i iste'molchilar to'lashga tayyor narxlarda o'lchanadigan alyuminiy miqdorini aks ettiradi. Har qanday berilgan miqdorda, talab chizig'i balandligi chekli xaridor to'lashga tayyor bo'lgan narxni ko'rsatadi. Boshqa so'z bilan aytganda, u iste'molchiga oxirgi sotib olingan alyuminiy birligining narxini ko'rsatadi. Xuddi shunday, taklif chizig'i alyuminiy ishlab chiqarish xarajatlarini aks ettiradi. Har qanday berilgan miqdorda, taklif chizig'i balandligi chekli sotuvchi xarajatlarni ko'rsatadi. Boshqacha qilib aytganda, u ishlab chiqaruvchi uchun oxirgi sotilgan alyuminiy birligining xarajatlarini ko'rsatadi.

Hukumat aralashuvi bo'lmasa, narx alyuminiy uchun taklif va talab muvozanatini to'g'irlaydi. Ishlab chiqarilgan va iste'mol qilingan alyuminiyning bozordagi miqdori 15.1-rasmdagi Q_{bozor} sifatida ko'rsatilgan bozor muvozanatida u ishlab chiqaruvchi va iste'molchilarning umumiy ortiqchaligini maksimallashtirishi ma'nosida samaralidir. Bu shuni anglatadiki, bozor resurslarni shunday taqsimlaydiki, alyuminiyning iste'molchilar ushuni umumiy qiymatidan ishlab chiqaruvchilar sotadigan alyuminiyning umumiy xarajatlari ayrilgani (qiymat – xarajat) maksimal darajaga yetadi.

15.2. Salbiy tashqi ta'sirlar

Endi alyuminiy zavodlari chiqindilar chiqaradi deb faraz qilaylik: har bir ishlab chiqarilgan alyuminiy birligi uchun atmosferaga ma'lum miqdorda tutun chiqadi. Bu tutun shu havodan nafas oladiganlar sog'lig'i uchun zarar qilishi sabab, bu salbiy tashqi ta'sir. Bu tashqi ta'sir bozor natijasi samarasiga qanday ta'sir ko'rsatadi?



Rasm 1

Alyuminiy bozori

Talab chizig'i xaridorlar uchun qiymat va taklif chizig'i sotuvchilar uchun xarajati aks ettiradi. Muvozanat miqdor, ya'ni Q_{bozor} , xaridorlar uchun to'liq qiymat ayrilgan sotuvchilar to'liq xarajatini oshiradi. Tashqi ta'sirlar bo'lmaganda, shuning uchun, bozor muvozanati samaralidir.

Tashqi ta'sir tufayli, alyuminiy ishlab chiqarishning *jamiyat* uchun xarajati alyuminiy ishlab chiqaruvchilar xarajatidan katta bo'ladi. Ishlab

chiqarilgan har bir alyuminiy birligi uchun *ijtimoiy xarajat* alyuminiy ishlab chiqaruvchilari xususiy xarajatlaridan tashqari ifloslanishdan zarar ko'rgan kishilar xarajatini ham o'z ichiga oladi. 2-rasm alyuminiy ishlab chiqarishning ijtimoiy xarajatini ko'rsatadi. Ijtimoiy xarajat chizig'i taklif chizig'idan yuqori, chunki u alyuminiy ishlab chiqaruvchilar tomonidan keltirilgan jamiyatdagi tashqi xarajatlarni ham hisobga oladi. Ushbu ikki chiziq o'rtasidagi farq chiqarilgan ifloslantirish xarajatini aks ettiradi.

Alyuminiy qancha miqdorda ishlab chiqarilishi kerak? Ushbu savolga javob berish uchun biz yana bir marotaba ko'ngli keng ijtimoiy reja tuzuvchi (planner) nima qilishini ko'rib chiqamiz. Reja tuzuvchi bozordan keladigan umumiy ortiqchalikni ya'ni iste'molchilar uchun alyuminiy qiymatidan alyuminiy ishlab chiqarish xarajati ayrilganini oshirishni xohlaydi. Shu bilan birga, reja tuzuvchi alyuminiy ishlab chiqarish xarajati ifloslanish tashqi xarajatlarini ham o'z ichiga olishini tushunadi.

Reja tuzuvchi talab chizig'i bilan ijtimoiy xarajat chizig'i kesishgan darajadagi alyuminiy ishlab chiqarilishini tanlaydi. Bu oraliq jamiyat umumiy vaziyatdan kelib chiqib maqbul alyuminiy miqdorini belgilaydi. Ushbu ishlab chiqarish darajasidan pastda iste'molchilar uchun alyuminiy qiymati (talab chizig'i balandligi bilan o'lchangan holda) uni ishlab chiqarish ijtimoiy xarajatidan (ijtimoiy xarajat chizig'i balandligi bilan o'lchangan holda) oshib ketadi. Reja tuzuvchi hu miqdordan ortiq ishlab chiqarmaydi, chunki qo'shimcha alyuminiy ishlab chiqarish ijtimoiy xarajati iste'molchilar uchun qiymatni oshirib yuboradi.

E'tibor bering, alyuminiyning muvozanatli miqdori – Q_{bozor} ijtimoiy maqbul miqdor – Q_{maqbul} dan yuqori. Bozor muvozanati faqat ishlab chiqarish xususiy xarajatini aks ettirgani sabab samarasizlik kelib

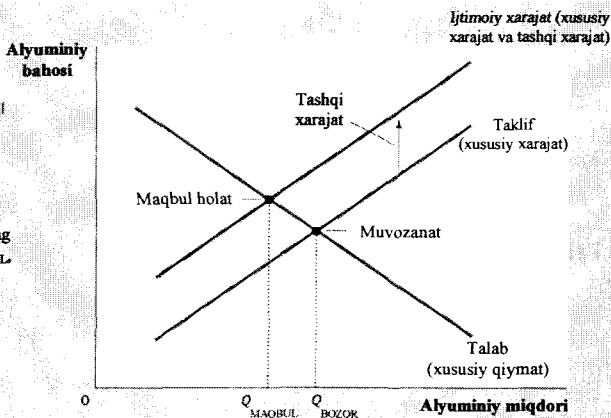
chiqadi. Bozor muvozanatida chekli iste'molchi alyuminiyga uni ishlab chiqarish ijtimoiy xarajatidan past narx beradi. Bu esa, ya'ni Q_{bozor} da, talab chizig'i ijtimoiy xarajat chizig'idan past bo'ladi. Shunday ekan, alyuminiy ishlab chiqarish va iste'molini bozor muvozanati darajasidan pasaytirish umumiy iqtisodiy farovonlikni oshiradi.

Ijtimoiy reja tuzuvchi qanday qilib maqbul natijaga erishishi mumkin? Bir yo'li sotilgan har bir alyuminiy tonnasi uchun alyuminiy ishlab chiqaruvchilar soliqa tortilishi bo'ladi. Soliq o'zining miqdorida alyuminiy taklif chizig'ini yuqoriga ko'taradi. Agar soliq atmosferaga chiqarilgan tutunning tashqi xarajatini aniq aks ettirsa, yangi taklif chizig'i ijtimoiy xarajat chizig'i bilan bir to'g'ri chiziqda yotadi. Bozor yangi muvozanatida alyuminiy ishlab chiqaruvchilar alyuminiyni ijtimoiy maqbul miqdorda ishlab chiqaradi.

2 Rasm

Ifloslanish va ijtimoiy maqbul holat

Salbiy tashqi ta'sir, masalan ifloslanish, bo'lganda, tovarlar ijtimoiy xarajati xususiy xarajatdan oshib ketadi. Shuning uchun, optimal miqdor Q_{MAQBUL} muvozanat miqdor Q_{BOZOR} dan past.



Bunday soliqni joriy etish tashqi ta'sirni o'zlashtirish deb nomlanadi, chunki u bozorda sotuvchi va xaridorlarni o'z ishlari tashqi ta'sirlarini hisobga olishga undaydi. Alyuminiy ishlab chiqaruvchilar odatda qancha alyuminiy taklif qilishi haqida qaror qabul qilishda ifloslantirish xarajatlarini ham hisobga oladi, chunki soliq ularni tashqi

xarajatlarini ham to'lashga majbur qiladi va bozor narxi ishlab chiqaruvchilarga qo'yilgan soliqni ham aks ettirgani uchun, alyuminiy iste'molchilari kamroq miqdorda foydalanishga harakat qilishadi. Bu siyosat *Iqtisodiyotning o'nta tamoyillarining* biriga asoslangan: odamlar ta'sirlarga javob qilishadi. Mazkur bobning oxirida, siyosatchilar tashqi ta'sirlarni qanday hal qilishini chuqurroq ko'rib chiqamiz.

Ijobiy tashqi ta'sirlar

Ba'zi faoliyatlar uchinchi shaxslarga ham xarajatlar joriy qilsa ham, boshqalar bundan foyda olishadi. Masalan, ta'limni olaylik. Aksariyat hoilarda, ta'lim foydasi xususiydir: ta'lim iste'molchisi yaxshi ishchi bo'lib yetishadi va shuning bilan yuqori maosh sifatida foyda oladi. Ammo ushbu xususiy foydadan tashqari, ta'lim ijobiy tashqi ta'sir hosil qiladi. Ulardan biri shuki, yaxshi ta'lim olgan odamlar ko'proq biladigan saylovchilar bo'lishadi, bu esa hamma uchun yaxshiroq hukumat bo'lishini anglatadi. Yana bir tashqi ta'siri shuki, ko'proq ta'lim olgan aholi past jinoyat darajasini anglatadi. Uchinchi tashqi ta'siri shuki, ko'proq ta'lim olgan aholi texnologik rivojlanishni va tarqalishini ta'minlaydi, bu esa hamma uchun samaradorlik va yuqori maoshga olib keladi. Ushbu uchta ijobiy ta'shqi ta'sir sabab, odamlar ko'proq ta'lim olgan qo'shnilari bor bo'lishini xohlaydi.

Ijobiy ta'shqi ta'sirlar tahlili salbiy ta'shqi ta'sirlar tahliliga o'xshaydi. 3-rasmda ko'ringanidek, talab chizig'i jamiyat uchun tovar qiymatini aks ettirmaydi. Ijtimoiy qiymat xususiy qiymatdan yuqori bo'gani sababli, ijtimoiy qiymat chizig'i talab chizig'idan yuqori bo'ladi. Maqbul miqdor ijtimoiy qiymat va taklif chizig'i (xarajat) kesishgan nuqtada bo'ladi. Shunday ekan, ijtimoiy maqbul qiymat xususiy bozor aniqlagan miqdordan yuqori bo'ladi.

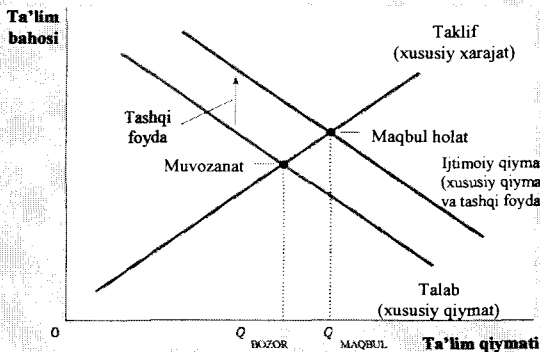
Yana bir marta, hukumat bozor ishtirokchilarini tashqi ta'sirni o'zlashtirishiga undab bozor muvaffaqiyatsizligini to'g'riirlashi

mumkin. Ijobiy tashqi ta'sirlar holatidagi to'g'ri javob, xuddi salbiy tashqi ta'sirlar holatining teskarisi bo'ladi. Bozor muvozanatini ijtimoiy maqbul darajaga yaqinlashtirish uchun, ijobiy tashqi ta'sir subsidiya kiritishni talab qiladi. Aslida ham, bu hukumatni amaldagi siyosatining o'zginasi: ta'lim davlat maktablari va hukumat grantlari asosida subsidiya bilan ta'minlanadi.

Xulosa qilish uchun: salbiy tashqi ta'sirlar bozorlarni ijtimoiy zaruriyatdan ko'proq miqdorda ishlab chiqarishga undaydi. Ijobiy tashqi ta'sirlar bozorlarni ijtimoiy zaruriyatdan kamroq miqdorda ishlab chiqarishga undaydi. Bu muammoni yechish uchun, hukumat salbiy tashqi ta'sirli tovarlarga soliq solish va ijobiy tashqi ta'sirli tovarlarga subsidiya berish orqali tashqi ta'sirlarning o'zlashtirilishiga erishadi.

3 Rasm

Ta'lim va ijtimoiy maqbul holat
Ijobiy tashqi ta'sir bo'lganda, tovarlar ijtimoiy qiymati xususiy qiymatdan oshib ketadi. Shuning uchun, optimal miqdor Q_{MAQBUL} muvozanat miqdor Q_{BOZOR} dan yuqori.



Texnologik yoyilishlar, sanoat siyosati va patent himoyasi

Ijobiy tashqi ta'sirning imkoniyatli muhim bir turi – bu texnologik yoyilish, ya'ni bir firmaning tadqiqot va ishlab chiqarish harakatlarining boshqa firma texnologik yangiliklariga ega bo'lishiga ta'siri. Masalan, sanoat robotlari bozorini olaylik. Robotlar tez o'zgarib borayotgan texnologiyalarning boshida turadi. Firma robot yaratganda uning yangi

va yaxshiroq dizayn kashf qilishiga imkoniyat mavjud. Bu yangi dizayn faqatgina bu firmani emas balki butun jamiyatga foyda olib kelishi mumkin, chunki bu dizayn jamiyatning texnologik bilimlari qatoriga qo'shiladi. Bu esa yangi dizaynning iqtisodiyotdagi boshqa ishlab chiqaruvchilar uchun ijobiy tashqi ta'sirga ega bo'lishini anglatadi.

Bu holatda, hukumat robotlar ishlab chiqarilishiga subsidiya kiritib bu tashqi ta'sirni o'zlashtirishi mumkin. Agar hukumat firmalarga har bir ishlab chiqarilgan robot uchun subsidiya to'lasa, taklif chizig'i ushbu subsidiya miqdorida pastga tushadi va bu o'zgarish robotlarning muvozanat miqdorini oshiradi. Bozor muvozanati ijtimoiy maqbul darajaga tenglashishiga ishonch hosil qilish uchun subsidiya texnologik yoyilish qiymatiga teng bo'lishi kerak.

Texnologik yoyilishlar qanchalik katta va ular ijtimoiy siyosat uchun nimani bildiradi? Bu muhim savol, chunki texnologik rivojlanish nega hayot darajasi davriy ravishda o'sishiga sababdir. Ammo bu qiyin savol ham hisoblanadi va buning ustida iqtisodchilar ko'pincha kelishishmaydi.

Ba'zi iqtisodchilar texnologik yoyilishlar tarqaluvchi va shuning uchun hukumat eng ko'p yoyilish qiluvchi sanoatlarni qo'llab-quvvatlashi kerak deb ishontirishadi. Masalan, ushbu iqtisodchilar agar kartoshka chipslaridan ko'ra kompyuter chiplarini yaratishni ko'proq yoyilishga ega bo'lsa, unda hukumat kartoshka chipslari ishlab chiqarishdan ko'ra kompyuter chiplarini ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlashi kerak. Bunday ishni AQSh soliq kodeksi tadqiqot va rivojlanish sarfiga maxsus soliq imtiyozlari taklif qilish orqali cheklangan miqdorda bajaradi. Ba'zi boshqa davlatlar ko'p texnologik yoyilishlar taklif qiluvchi maxsus sanoatlarga subsidiya kiritish bilan chuqurroq e'tibor qaratadi. Texnologik sanoatni rivojlantirishga qaratilgan hukumatning iqtisodiyotga aralashuvi ba'zida *sanoat siyosati*

deb yuritiladi.

Boshqa iqtisodchilar sanoat siyosati to'g'risida salbiy fikrda. Garchi texnologik yoyilish umumiy bo'lsa-da, sanoat siyosatining muvaffaqiyati hukumat turli bozorlarda yoyilish hajmini o'lchashga qodir bo'lishini talab etadi. Bu o'lchov muammosi eng qiyinidir. Bundan tashqari, aniq o'lchovlarsiz, siyosiy tizim eng katta ijobiy tashqi ta'sirlardan ko'ra katta siyosiy ta'sirga ega bo'lgan sanoatlarni subsidiya qilishi mumkin.

Texnologik yoyilishlar bilan shug'ullanishning yana bir usuli patent himoyasi hisoblanadi. Patent qonunlari ma'lum vaqt uchun o'zlarining ixtirolaridan mutlaq foydalanishini ta'mimlab ixtirochilar huquqlarini himoya qiladi. Firma texnologik yangilik qiladigan bo'lsa, u g'oyani patentlab, o'zi uchun ko'p iqtisodiy foyda olishi mumkin. Patent huquqi firmaga ixtirosi ustidan *mulk huquqini* berib tashqi ta'sir o'zlashtiriladi. Boshqa firmalar yangi texnologiyalar foydalanish istagida bo'lsa, ular ixtiro firmasidan ruxsat olishi kerak va unga royalti to'laydi. Shunday qilib, patent

tizimi firmalarni texnologiyani rivojlantiradigan tadqiqot va boshqa faoliyat bilan shug'ullanishiga katta turtki beradi.

15.3. Tashqi ta'sirlarga qaratilgan davlat siyosati

Tashqi ta'sirlar nima uchun bozorlarni resurslar samarasiz taqsimlanishiga olib kelishini muhokama qildik, lekin bu samarasizlikni qanday bartaraf qilish haqida kam gapirildi. Amalda, davlat siyosatchilari va xususiy shaxslar tashqi ta'sirlarga turli yo'llar bilan javob beradi. Barcha yechimlarning maqsadi resurslar taqsimotini ijtimoiy maqbul darajaga yaqinlashtirishdir.

Ushbu bo'limda davlat yechimlari ko'rib chiqiladi. Umumiy masala sifatida, hukumat tashqi ta'sirga javob berishda ikki yo'lning biridan

foydalanishi mumkin. *Buyruq-va-nazorat* siyosati bevosita xatti-harakatni tartibga soladi. *Bozorga asoslangan siyosat* rag'batlantirish bilan ta'minlaydiki, xususiy qaror qabul qiluvchilar muammoni hal qilish yo'lini o'zlari tanlaydi.

Buyruq va nazorat siyosati: tartibga solish

Hukumat muayyan xatti-harakatni talab qilish yoki cheklash orqali tashqi ta'sirni bartaraf qilishi mumkin. Misol uchun, suv ta'mimoti ichiga zaharli kimyoviy moddalar qo'shish jinoyat hisoblanadi. Bu holda, jamiyat uchun tashqi xarajatlar ifloslantiruvchi foydasidan ancha oshib ketadi. Hukumat shuning umuman bu xatti-harakat sodir bo'lishini man qiluvchi bir buyruq-va-nazorat qilish siyosatini institutlashtiradi.

Ammo ifloslanish ko'p hollarida vaziyat bunchalik oddiy emas. Ba'zi ekologlar belgilangan maqsadlarga qaramay, barcha ifloslantiruvchi faoliyatlarni taqiqlab qo'yishning iloji yo'q. Masalan deyarli barcha turdagi transport, hatto otlar ham ayrim nomaqbul ifloslantiruvchi mahsulotlar ishlab chiqaradi. Lekin hukumatning barcha transportni taqiqlashi aqlga sig'maydi. Shuning uchun, butunlay ifloslanishni bartaraf etishga harakat qilish o'rniga, jamiyat bu ifloslanishlarning qaysi turlariga va qancha miqdoriga ruxsat etishga qaror qabul qilishning zarari va foydasini ko'rib chiqishi kerak. Amerika Qo'shma Shtatlarida, atrof-muhit himoya qilish

agentligi (EPA) va atrof-muhitni muhofaza qilishga qaratilgan qoidalarni ishlab chiqish va rioya qilish vazifasini olgan davlat muassasasidir.

Atrof-muhitni tartibga solish ko'p shakllarda bo'lishi mumkin. Ba'zan EPA zavod chiqarishi mumkin bo'lgan ifloslanish maksimal darajasini aytadi. Boshqa paytlari EPA firmalardan chiqindilarni kamaytirish uchun muayyan texnologiya qabul qilishni talab qiladi. Barcha hollarda, yaxshi qoidalarni tuzish uchun, hukumat tartibga

soluvchilari muayyan sanoatlar haqida ma'lumotlarni va bu sanoat qabul qilishi mumkin bo'lgan muqobil texnologiyalar haqida bilishi kerak. Bu ma'lumotlar hukumat regulyatorlari tomonidan olinishi ba'zida juda qiyin.

Bozorga asoslangan siyosat 1: tuzatuvchi soliq va subsidiyalar

Tashqi ta'sirga javoban xatti-harakatni tartibga solish o'rniga, davlat ijtimoiy samaradorlik bilan xususiy rag'batlantirishlarni moslashtirishda bozorga asoslangan siyosatdan foydalanishi mumkin. Masalan, biz avval ko'rgamimizdek, hukumat salbiy tashqi ta'siri bor faoliyatni soliqqa tortish va ijobiy tashqi ta'siri bor faoliyatni subsidiya qilish orqali tashqi ta'sirlarni o'zlashtirishi mumkin. Salbiy tashqi ta'sirlar bilan shug'ullanish uchun kuchga kirgan soliqlar tuzatuvchi soliqlar deyiladi. Ular, shuningdek, ulardan foydalanish tarafdori bo'lgan iqtisodchi Artur Pigu (1877-1959) nomiga Pigu soliqlari deb ham yuritiladi. Ideal tuzatuvchi soliq salbiy tashqi ta'sirli faoliyat tashqi xarajatlariga teng bo'ladi va ideal tuzatuvchi subsidiya ijobiy tashqi ta'sirli faoliyat tashqi foydasiga teng bo'ladi.

Iqtisodchilar odatda ifloslanishni bartaraf qilish yo'li sifatida tuzatuvchi soliqlarni afzal ko'rishadi, chunki ular jamiyat uchun kam xarajatda ifloslanishni kamaytirishi mumkin. Nima uchunligini ko'rish uchun, keling bir misolni ko'rib chiqaylik.

Faraz qilaylik, ikkita korxonaga – qog'oz ishlab chiqaruvchi va po'lat ishlab chiqaruvchi, har yili bir daryoga 500 tonna chiqindi chiqaradi. EPA bu ifloslanish darajasini kamaytirishni xohlaydi. U ikki yechimni ko'rib chiqadi:

- Tartibga solish: EPA ifloslanishini kamaytirish uchun har bir zavodga yiliga 300 tonna chiqindi chiqarishini aytishi mumkin.

- Tuzatuvchi soliq: EPA har bir zavod chiqaradigan chiqindining har bir tonnasi uchun so'm 50,000 dan soliq undirishi

mumkin.

Tartibga solish ifloslanish darajasini belgilaydi, soliq esa ifloslanishni kamaytirish uchun zavod egalariga qaratilgan iqtisodiy tayanch bo'ladi. Qaysi yechimni yaxshiroq deb, o'ylaysiz?

Ko'pchilik iqtisodchilar soliqni afzal ko'radi. Bu afzallikni tushuntirish uchun, ular birinchi soliq ifloslanish umumiy darajasini kamaytirishda tartibga solish kabi samarali ekanligiga ishora qilishadi. EPA tegishli darajada soliq joriy etish orqali o'zi istagan ifloslanish darajasiga erishishi mumkin. Soliq qancha yuqori bo'lsa, ifloslanishni kamaytirish shuncha katta bo'ladi. Soliq yetarlicha yuqori bo'lsa, fabrikalar ifloslanishi nolga tushirib umuman zavodni yopadilar.

Tartibga solish va tuzatuvchi soliqlar ifloslanishni kamaytirishga qodir bo'lsa-da, soliq bu vazifani yanada samaraliroq amalga oshiradi. Tartibga solish har bir zavoddan bir xil miqdorda ifloslanishni kamaytirishni talab qiladi. Ammo teng kamaytirish suvni tozalash uchun arzon yo'l emas. Qog'oz zavodi po'lat zavoddan ko'ra ancha past xarajat bilan ifloslanishni kamaytirishi mumkin. Agar shunday bo'lsa, qog'oz zavodi soliq to'lashning oldini olish uchun ifloslanishni katta miqdorda kamaytirishi mumkin, po'lat zavodi ifloslanishni kamaytirishga kam harakat qilib, soliqni to'lab qo'ya qoladi.

Odatda, tuzatuvchi soliq ifloslantirishga narx qo'yadi. Bozorlar tovarlarni eng yuqori baholaydigan xaridorlarga sotgani kabi, tuzatuvchi soliq ham ifloslanishni kamaytirishda eng yuqori narxga ko'nadigan fabrikalar ifloslantirish stavkalarini ajratadi. EPA qaysi ifloslanish darajasini tanlashidan qat'iy nazar, u soliq yordamida eng past umumiy xarajat bilan bu maqsadga erishishi mumkin.

Iqtisodchilar tuzatuvchi soliqlar atrof-muhit uchun ham yaxshiroqdir deb aytishadi. Buyruq-va-nazorat tartibga solish siyosati ostida, fabrikalar uchun ular 300 tonna chiqindidan boshqa yana chiqindi

chiqarishni kamaytirish uchun hech qanday sabab yo'q. Aksincha, soliq fabrikalarni toza texnologiyalarni rivojlantirishga undaydi, chunki toza texnologiya zavod to'lashi kerak soliq miqdorini kamaytiradi.

Tuzatuvchi soliqlar boshqa soliqlardan farq qiladi. 8-bobda muhokama qilinganidek, aksariyat soliqlar rag'batlantirishni buzadi va resurslar taqsimotini ijtimoiy maqbul darajadan uzoqlashtirib yuboradi. iqtisodiy farovonlikdagi kamayishi, ya'ni iste'molchi va ishlab chiqaruvchi ortiqchaligida, hukumat ko'taradigan daromadlar miqdoridan oshib ketadi, natijada yo'qotishlarga sabab bo'ladi. Aksincha, tashqi ta'sirlar mavjud paytda, jamiyat ham zarar ko'rgan boshqa odamlar farovonligi haqida ham qayg'uradi. Tuzatuvchi

soliqlar tashqi ta'sirlar borligini hisobga olib, natijada resurslarni taqsimoti ijtimoiy maqbul darajaga yaqinlashishini ta'minlaydi. Shunday qilib, tuzatuvchi soliqlar hukumat uchun daromad oshirish bilan bir vaqtda, ular iqtisodiy samaradorlikni ham oshiradi.

KEYS Stadi. NEGA BENZIN BUNCHALIK OG'IR SOLIQQA TORTILADI?

Ko'p mamlakatlarda, benzin eng og'ir soliqqa tortiladigan tovarlardan biridir. Gaz solig'i avtomobil bilan bog'liq uch salbiy tashqi ta'sirga qaratilgan tuzatuvchi soliq sifatida ko'rilishi mumkin:

- *Tirbandlik:* siz hech bir yuzma-yuz tirbandlikda bo'lgan bo'lsangiz, siz ehtimol yo'lda kam mashina bo'lishini istagansiz. Benzin solig'i odamlarni jamoat transportidan foydalanish va ishga yaqin joyda yashashga undab tirbandlikni kamaytiradi.

- *Baxtsiz hodisalar:* odamlar katta avtomobil yoki sport-kommunal hizmat transport vositalarini sotib olganda, o'zlarini xavfsizroq qilishi mumkin, lekin ular qo'shnilarini xavf ostiga qo'yadi. Milliy Avtomobil Yo'l Xavfsizligi Boshqarmasi (National Highway Traffic Safety Administration) ma'lumotiga ko'ra, boshqa mashinaga

urilgandan ko'ra, sport-kommunal hizmat avtomobiliga urilganda, odatda, oddiy mashina haydovchilari vafot etishi ehtimoli besh marta ko'p bo'ladi. Gaz solig'i odamlarni katta, gaz-yoqilg'isidan foydalanqan transport vositalari boshqalarga xavf solganda to'lashga majbur qilishning bilvosita yo'lidir, bu esa o'z navbatida ularni qanday avtomobil sotib olishni tanlashda ushbu xavfni ham hisobga olishga undaydi.

* *Ifloslanish:* benzina o'xshash yoqilg'ilarni yoqish global isishi sababi deb ko'pchilik ishonadi. Mutaxassislar bu tahdid unchalik xavfli emasligini ta'kidlashsa-da, lekin gaz solig'i benzindan foydalanishni kamaytirib xavfni shubhasiz kamaytiradi.

Shunday qilib, gaz solig'i ko'pchilik soliqlar kabi ijtimoiy zarar o'rniga, yaxshi iqtisodiyotni tashkil qiladi. Bu kam tirbandlik, xavfsiz yo'llar va toza muhitni anglatadi.

Benzina soliq qanchalik yuqori bo'lishi kerak? Ko'pchilik Yevropa davlatlari, Qo'shma Shtatlarga qaraganda ancha yuqori benzin soliqlarini kiritadi. Ko'pchilik kuzatuvchilar Amerika Qo'shma Shtatlari ham og'irroq benzin solig'ini joriy qilishni taklif qilgan. Iqtisodiy adabiyot jurnalida chop etilgan, 2007-yilgi izlanish avtomobil bilan bog'liq turli tashqi ta'sir miqdori bo'yicha tadqiqotlarni xulosa qiladi. Xulosaga ko'ra, benzina maqbul tuzatuvchi soliq bir bochkaga so'm2.10 edi, Qo'shma Shtatlarda esa amaldagi soliq 40 sent bo'lgan.

Benzin solig'idan keladigan soliq daromadi rag'batlantirishlarni buzadigan va ijtimoiy yo'qotishlarga olib keladigan soliqlarni pasaytirish uchun foydalanish mumkin. Bundan tashqari, yanada tejamkor avtomobil ishlab chiqarishni talab qiladigan og'ir hukumat qoidalari keraksizday edi. Ammo bu fikr siyosiy jihatdan hech qachon mashhur bo'lmadi.

Bozorga asoslangan siyosat 2: sotiladigan ifloslanishga ruxsatlar

Qog'oz zavodi va po'lat zavodi misoliga qaytadigan bo'lsak, keling tasavvur qilaylik, iqtisodchilar maslahatiga qaramay, EPA

tartibga solishni joriy qiladi va har bir zavoddan yiliga 300 tonna chiqindi miqdorida ifloslanishni kamaytirishni talab qiladi. Keyin bir kuni, tartibga solish amalda va har ikki zavod unga rioya qilgan paytda, ikkala firma EPAga taklif bilan murojaat qiladi. Po'lat zavod 100 tonna chiqindi miqdorida chiqindi chiqarishni oshirishni istaydi. Qog'oz zavodi po'lat zavodi unga so'm5 million to'lasa, o'sha miqdorda o'z chiqindi chiqarishini kamaytirishga rozi bo'ladi. EPA bu ikki fabrikalar ushbu shartnomani amalga oshirishga ruxsat berishi kerakmi?

Iqtisodiy samaradorlik nuqtayi nazaridan, shartnomaga ruxsat berish yaxshi siyosat. Ular ixtiyoriy ravishda rozi bo'layotgani bois, shartnoma ikkala zavod egalariga foydali bo'lishi kerak. Bundan tashqari, shartnoma hech qanday tashqi ta'sirga ega emas, chunki ifloslanish umumiy miqdori bir xil bo'lib qolmoqda. Shunday qilib, qog'oz zavodining po'lat zavodiga ifloslantirish huquqini sotish uchun ruxsat berish orqali ijtimoiy farovonlik kehib chiqadi.

Ushbu mantiq bir firma tomonidan ifloslantirish huquqini boshqa firmaga har qanday ixtiyoriy o'tkazish uchun amal qiladi. Agar EPA firmalarga bunday shartnomalar qilish imkonini beradigan bo'lsa, u, o'z mohiyatiga ko'ra, yangi noyob resurs, ya'ni ifloslantirishga ruxsatnoma, yaratadigan bo'ldi. Bu ruxsatnomalar savdosini oxir-oqibat amalga oshiradigan bozor paydo bo'ladi va bu bozor talab va taklif kuchlari tomonidan boshqariladigan bo'ladi. Ko'rinmas qo'l bu yangi bozor ifloslantirish huquqini samarali taqsimlashiga ishonch hosil qiladi. Ya'ni, to'lashga o'z tayyorligi bilan aniqlanadigan ruxsatni eng yuksak baholaydigan firma qo'lga kiritadi.

Firmaning to'lash uchun xohishi, o'z navbatida, ifloslanishni kamaytirish xarajatiga bog'liq bo'ladi: Ifloslanishni kamaytirish firma uchun qanchalik ko'p xarajatli bo'lsa, ruxsatnoma uchun to'lashga shunchalik ko'p tayyor bo'ladi.

Bozorlar uchun ifloslantirish ruxsatnomalariga yo'l qo'yish afzalligi shundaki, firmalar o'rtasida ifloslantirish ruxsatnomalari boshlang'ich taqsimoti iqtisodiy samaradorlik nuqtayi nazaridan muhim emas deb hisoblanadi. Faqat ifloslanishni arzon xarajatlar bilan kamaytirishi mumkin firmalar ruxsatnomalarni sotadi va yuqori xarajat bilan ifloslanishni kamaytirishi mumkin firmalar o'zlariga kerak miqdorda ruxsat sotib oladi. Ifloslantirish huquqlari uchun erkin bozor bor bo'lgani tufayli, boshlang'ich taqsimotdan qat'iy nazar so'nggi taqsimot samarali bo'ladi.

Ifloslantirish ruxsati yordamida ifloslanishni kamaytirish tuzatuvchi soliqlardan farqli ko'rinsa-da, ikki siyosat ko'p umumiy

jihatlarga ega. Har ikki holatda ham, firmalar ifloslanish uchun to'laydi. Tuzatuvchi soliqlar bilan atrof-muhitni ifloslantiruvchi firmalar hukumatga soliq to'lashi kerak. Ifloslantirish ruxsati bilan atrof-muhitni ifloslantiruvchi firmalar ruxsat sotib olish uchun to'lashi kerak. (Hatto allaqachon o'z ruxsatnomasiga ega firmalar ham ifloslanish uchun to'lashi shart: ular ochiq bozorda o'z ruxsatnomalarini sotishdan olgan miqdor ifloslantirish imkoniyati xarajatidir.) Tuzatuvchi soliqlar va ifloslantirish ruxsatnomalari ikkalasi ham firma uchun ifloslantirishni xarajatli qilish orqali tashqi ta'sirni o'zlashtiradi.

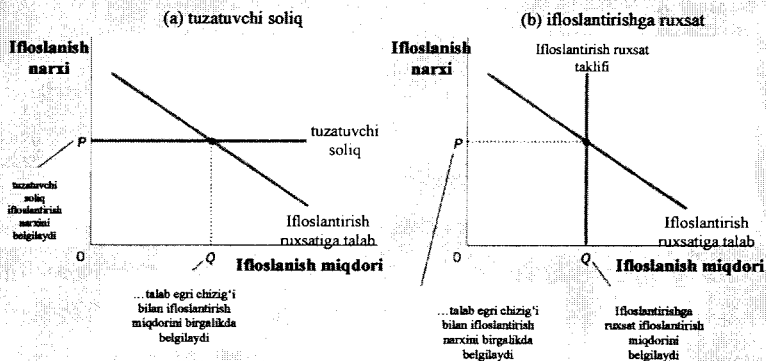
Ikki siyosat o'xshashligini ifloslantirish bozorini tahlil qilish orqali kor'rish mumkin. 15.4-rasmdagi ikkala rasmlar ifloslantirish huquqi uchun talab chizig'ini ko'rsatadi. Bu chiziq ifloslantirish narxlari qanchalik past bo'lsa, firmalar ifloslantirishni shunchalik ko'proq tanlashini ko'rsatadi. (a) rasmda EPA ifloslantirish uchun narx belgilash

uchun tuzatuvchi soliقدan foydalanadi. Bu holda, ifloslantirish huquqlari uchun taklif egri chizig‘i mukammal elastik (chunki firma soliq to‘lash orqali ular istaganicha ko‘p ifloslantirishi mumkin) va talab chizig‘i vaziyati ifloslanish miqdorini belgilaydi. (b) rasmda, EPK ifloslantirish ruxsatini joriy etish orqali ifloslanish miqdorini belgilab beradi. Bu holda, ifloslantirish huquqlari uchun taklif egri chizig‘i mukammal noelastik (chunki ifloslantirish miqdori ruxsatnomalar soni bilan belgilanadi), va talab egri chizig‘i vaziyati ifloslanish narxini belgilaydi. Demak, EPA tuzatuvchi soliq bilan narx belgilash orqali, yoki ifloslantirish ruxsatnomalari bilan miqdorni o‘rnatish orqali berilgan talab egri chizig‘ining har qanday qismiga erishishi mumkin.

4 Rasm

Tuzatuvchi soliq va ifloslantirish ruxsatlarining ekvivalentsligi.

Rasmda EPA tuzatuvchi soliq joriy qilib ifloslanish narxini belgilaydi va talab chizig‘i ifloslanish miqdorini belgilaydi. (b) rasmda EPA ifloslantirish ruxsatlari sonini cheklash orqali ifloslanish miqdorini cheklaydi, va talab chizig‘i ifloslanish narxini belgilaydi. Ikkala holatda ifloslanish narxi va miqdori bir xil.



Ba‘zi hollarda esa, ifloslantirish ruxsatini sotish tuzatuvchi soliq undirishdan ko‘ra yaxshiroq bo‘lishi mumkin. EPA daryoga 600 tonna dan kam chiqindi tashlanishini istaydi. Lekin EPK ifloslanish talab chizig‘ini bilmasligi tufayli, bu maqsadga erishish uchun qanday hajmda

solliq joriy etishni bilmaydi. Bu holda, u shunchaki 600 ifloslantirish ruxsatini kim oshdi savdosiga qo'yishi mumkin. Kim oshdi savdosi narxi tuzatuvchi solliq tegishli hajmini hosil qiladi.

Hukumatning ifloslantirish huquqini kim oshdi savdosiga qo'yish g'oyasi avvaliga biror iqtisodchi tasavvurining mahsulidek tuyulishi mumkin. Aslida ham g'oya shunday boshlangan. Lekin borgan sari, EPA ifloslanishni nazorat qilish yo'li sifatida bu tizimdan foydalanib kelgan. Taniqli muvaffaqiyat yakunlangan hikoya kislota yomg'iriga sabab bo'luvchi oltingugurt dioksidi (SO_2) masalasi edi. 1990-yilda, Toza havo akti (Clean Air Act) o'zgartirishlar kiritilishi elektr zavodlaridan katta miqdorda SO_2 chiqindilarini kamaytirishni talab qildi. Shu bilan birga, o'zgartirishlar zavodlarning SO_2 ruxsatnomalarini savdo qilishiga ruxsat berish tizimini o'rnatdi. Dastlab sanoat vakillari va ekologlar taklifni salbiy qabul qilgan bo'lsa-da, vaqt o'tishi bilan bu tizim eng kam uzilish bilan ifloslanishni kamaytirishi mumkinligi isbotlandi. Ifloslantirishga ruxsatnomalar, tuzatuvchi solliqlar kabi, hozir muhitni toza saqlab qolish uchun iqtisodiy samarali yo'l sifatida qaraladi.

Ifloslanish iqtisodiy tahliliga e'tirozlar

“Biz hech kimga haq evaziga ifloslantirish imkonini berolmaymiz”. Sobiq senator Edmund Maskining ushbu gapi ayrim ekologlar fikrini aks ettiradi. Ular aytishicha, toza havo va toza suv iqtisodiy jihatdan hisobga olinmasligi kerak, chunki ular amaliy inson huquqlari hisoblanadi. Siz qanday qilib toza havo va toza suv ustida narx qo'yishingiz mumkin? Ular da'vosiga ko'ra, narxidan qat'iy nazar, atrof-muhit muhim ahamiyatga ega, shuning uchun uni iloji boricha ko'proq himoya qilish kerak.

Iqtisodchilar ushbu dalilga kam qiziqish bildirishadi. Iqtisodchilar uchun, yaxshi ekologik siyosat 1-bobda keltirilgan *iqtisodiyotning o'nta*

tamoyillarining birinchisini tushunishdan boshlanadi: Odamlar sotib yuborishga duch keladi. Albatta, toza havo va toza suv qiymatga ega. Lekin ularning qiymati ularning imkoniyati xarajatiga nisbatan olinishi kerak, ya'ni kimdir ularni olish uchun nimadandir voz kechishi kerak. Barcha ifloslanishlarni bartaraf qilishning iloji yo'q. Barcha ifloslanishni bartaraf etishga harakat qilish bizga yuqori yashash andozalaridan bahramand bo'lishimizga sabab bo'luvchi ko'plab texnologik yutuqlarga teskari bo'lib qoladi. Imkon qadar atrof-muhitni toza qilish uchun kam kishi kam ovqatlanish, yetarli bo'lmagan tibbiy yordam yoki sifatsiz uy-joylarni qabul qilishga tayyor bo'ladi.

Iqtisodchilar ba'zi ekologik faollar iqtisodiy jihatdan o'ylamasdan o'z da'volariga zarar yetkizadi deb aytadi. Toza muhit boshqa tovarlar kabi tovardir. Barcha normal tovarlar kabi u ijobiy daromad eglluvchanligiga ega: Boy davlatlar rivojlanmagan davlatlarga qaraganda tozaroq muhitga ega va shuning uchun, odatda, qat'iy muhitni muhofaza qiladi. Bundan tashqari, boshqa ko'plab tovarlar kabi, toza havo va toza suv talab qonunimiga bo'ysunadi: atrof-muhit muhofazasi narxi qanchalik past bo'lsa, jamoat istagi shunchalik ko'p bo'ladi. Ifloslantirishga ruxsat va tuzatuvchi soliqlar yordamida iqtisodiy yondashuv atrof-muhitni muhofaza qilish xarajatlarini kamaytiradi va, shuning uchun, toza atrof-muhit uchun ijtimoiy talabni oshiradi.

Tashqi ta'sirlarga xususiy yechimlar

Tashqi ta'sirlar bozorlarning samarasiz bo'lishiga sabab bo'lsa-da, hukumat harakati har doim ham muammoni hal qilish uchun zarur emas. Ba'zi hollarda, odamlar xususiy yechimlar ishlab chiqishi mumkin.

Xususiy yechim turlari

Ba'zan tashqi ta'sir muammolari ma'naviy kodekslar va ijtimoiy sanksiyalar bilan hal etiladi. Ko'p odamlar nima uchun, masalan, hamma joyni iflos qilmasligini ko'rib chiqaylik. Iflos qilishga qarshi qonunlar

mavjud bo'lsa-da, bu qonunlar kuchli amal qilmaydi. Ko'pchilik odamlar iflos qilmaydi, chunki bunday qilish, albatta, noto'g'ri narsa. Ko'pchilik bolalarga o'rgatiladigan "O'lin qoida"ga ko'ra, "hammani o'zingdek bil". Bu ma'naviy to'siq bizning xatti-harakatlarimiz boshqa odamlarga qanday ta'sir etishini hisobga olish kerakligini aytadi. Iqtisodiy jihatidan, u tashqi ta'sirni o'zlashtirish ma'nosini bildiradi.

Tashqi ta'sirlar uchun yana bir xususiy yechim tashqi ta'sirlarni hal qilish uchun tashkil etilgan xayriyalardir. Misol uchun, maqsadi atrof-muhitni himoya qilish bo'lgan Sierra Club xususiy xayriya bilan moliyalashtiriladigan notijorat tashkilot hisoblanadi. Boshqa bir misol sifatida, kollej va oliy o'quv yurtlari bitiruvchilari, korporatsiyalar va fondlardan sovg'alar oladi, chunki ta'lim jamiyat uchun ijobiy tashqi ta'sir olib keladi. Hukumat xayriya uchun daromad solig'iga imtiyozlar beruvchi soliq tizimi orqali tashqi ta'sirning bu xususiy yechimini rag'batlantiradi.

Xususiy hozor ko'pincha tegishli partiyalarning manfaatlariga tayanib tashqi ta'sirlar muammosini hal qilishi mumkin. Ba'zan hal qilish turli xil biznes integratsiyasi shaklimi oladi. Misol uchun, bir-biriga yaqin joylashgan olma yetishtiruvchi va asalarichini olaylik. Har bir biznes boshqasiga ijobiy ta'sir etmoqda: daraxtlar gulini changlash orqali asalarilar bog'bonga olma yetishtirishda yordam beradi. Shu bilan birga, asalarilar olma daraxtlaridan nektar olib asal ishlab chiqarish uchun foydalanadi. Shunday bo'lsa-da, olma yetishtiruvchi qancha daraxt ekishga qaror qilishi va asalarichi qancha asalari saqlashga qaror qabul qilishida, ular ijobiy tashqi ta'sirni hisobga olmaydilar. Natijada, olma yetishtiruvchilar juda kam daraxt ekadi va asalarichi juda oz asalari saqlaydi. Asalarichi olma bog'larini sotib olsa yoki olma yetishtiruvchi asalari qutillarini sotib olsa, bunda tashqi ta'sirlar o'zlashtirilishi mumkin: Har ikki faoliyat keyin bir xil firma ichida bo'ladi va bu firma

daraxtlar va asalarilar maqbul sonini tanlashi mumkin bo‘ladi. Tashqi ta’sirni o‘zlashtirish ayrim firmalarning turli turdagi bizneslarga jalb qilinishining bir sababidir.

Xususiy bozor uchun tashqi ta’sirni hal qilishning yana bir usuli manfaatdor tomonlar bilan aloqaga kirishishdir. Yuqoridagi misolda, olma yetishtiruvchilar va asalarichi o‘rtasidagi shartnoma juda kam daraxt va juda oz ari muammosini hal qilishi mumkin. Shartnoma daraxtlar sonini, asalarilar sonini va ehtimol, bir tomonning boshqa biriga to‘lovlarini belgilashi mumkin. Daraxtlar va asalarilar to‘g‘ri sonini aniqlash orqali shartnoma odatda bu tashqi ta’sirdan kelib chiqadigan samarasizlik hal qilinishi va ikki tomon uhucun yaxshi bo‘lishi mumkin.

Kouz teoremasi

Tashqi ta’sirlarni hal qilishda xususiy bozor qanchalik samarali? Mashhur natija, iqtisodchi Ronald Kouz nomi bilan ataluvchi Kouz teoremasi, uning ba’zi hollarda juda samarali bo‘lishi mumkinligini aytadi. Kouz teoremasiga ko‘ra, agar xususiy partiyalar hech qanday xarajatsiz resurslarni taqsimlash ustida savdolashishi mumkin bo‘lsa, unda xususiy bozor har doim tashqi ta’sir muammosini hal qiladi va resurslarini samarali taqsimlaydi.

Kouz teoremasi qanday ishlashini ko‘rish uchun, bir misolni ko‘rib chiqaylik. Dikning Spot nomli iti bor deylik. Spot huradi va Dikning qo‘shnisi Jeynni bezovta qiladi. Dik itga egalik qilishdan manfaatdor, lekin it Jeynga salbiy tashqi ta’sir ko‘rsatadi. Dik Spotni umumiy itlar joyiga yuborishga majbur qilinishi kerakmi, yoki Jeyn Spotning hurishi sabab uyqusiz tunlardan qiynalishi kerakmi?

Avvaliga qaysi natija ijtimoiy samarali ekanligini ko‘rib chiqaylik. Ikki muqobil variantni hisobga olib, ijtimoiy planner, Dikning itdan oladigan foydasimi Jeynga it hurishidan ketadigan xarajatni solishtiradi.

Foyda xarajatlardan ko‘proq bo‘lsa, Dik itni olib qolishi va Jeynning it hurishiga chidab yashashi samarali bo‘ladi. Lekin agar xarajat foydadan yuqori bo‘lsa, unda Dik itdan xalos bo‘lishi kerak.

Kouz teoremasiga ko‘ra, xususiy bozor samarali natijani o‘zi topadi. Qanday? Jeyn shunchaki itdan qutilish uchun Dikga to‘lash taklifini qilishi mumkin. Jeyn taklifidagi pul miqdori itni tutib turish manfaatidan yuqori bo‘lsa, Dik shartnomani qabul qiladi.

Narx ustida savdolashish orqali, Dik va Jeyn har doim samarali natijaga erishishi mumkin. Misol uchun, Dik itdan 500 so‘mlik foyda oladi va Jeyn it hurishidan 800 so‘mlik xarajat sarflaydi deb tasavvur qilaylik. Bu holatda, Jeyn itdan qutilish uchun Dikga 600 so‘m taklif qilishi mumkin va Dik buni mamnuniyat bilan qabul qiladi. Har ikkala tomonham oldinga qaraganda yaxshiroq va samarali natijaga erishildi.

Albatta Dik qabul qiladigan har qanday narxni Jeyn taklif qilishga tayyor bo‘lmasligi mumkin. Misol uchun, Dik itdan 1000 so‘mlik foyda oladi va Jeyn it hurishidan 800 so‘mlik xarajat sarflaydi, deb tasavvur qilaylik. Bu holatda, Jeyn 800 so‘mdan yuqori miqdorda hech qanday taklif qilmaydi, Dik esa 1000 so‘mdan kam har qanday taklifni rad etadi. Shuning uchun, Dik itni olib qoladi. Shunday bo‘lsada, xarajat va foydani hisobga olsak, bu natija samarali hisoblanadi.

Hozircha, biz Dik huradigan it saqlash uchun qonuniy huquqqa ega deb tasavvur qildik. Boshqa so‘zlar bilan aytganda, biz Jeyn Dikni ixtiyoriy ravishda itdan voz kechishga undash uchun yetarlicha to‘lamasa, Dik Spotni olib qoladi deb tasavvur qildik. Lekin, agar Jeyn tinchlik uchun haqli bo‘lsa, natija qanday qilib har xil bo‘ladi?

Kouz teoremasiga ko‘ra, huquqlarning boshlang‘ich taqsimoti bozorning samarali natija erishish qobiliyati uchun muhim emas. Misol uchun, Jeyn qonuniy Dikni itdan qutilishga majbur qilishi mumkin deylik. Bu huquqqa ega bo‘lish Jeyn foydasiga ishlasa-da, u ehtimol,

natijani o'zgartirmaydi. Bu holda, Dik itni saqlashga ruxsat berish uchun Jeynga to'lov taklif qilishi mumkin. Dik uchun itning foydasi Jeyn uchun it hurishi xarajatidan ortiq bo'lsa, u holda Dik va Jeyn Dik itni saqlashi uchun savdolanishga kirishishadi.

Huquqlarning dastlabki taqsimlanishidan qat'iy nazar, Dik va Jeyn samarali natijaga erishishsa-da, huquqlar taqsimlanishi o'rinsiz emas: Bu iqtisodiy farovonlik taqsimlanishini aniqlaydi. Dikning huradigan itga yoki Jeynning tinchlik huquqiga ega yoki ega emasligi oxirida savdolanishdan kim kimga to'lashi kerakligi aniqlanadi. Lekin har ikki holda ham, ikki tomon bir-biri bilan savdolanishi va tashqi ta'sir muammosini hal qilishi mumkin. Foyda xarajatlardan yuqori bo'lsagina Dik it saqlay oladi.

Xulosa uchun: *Kouz teoremasi xususiy iqtisodiy aktyorlar o'zaro tashqi ta'sir muammosini hal qilishi mumkin deydi. Huquqlarning dastlabki taqsimlanishidan qat'iy nazar, manfaatdor tomonlar savdolanib har doim har bir kishi uchun yaxshi va samarali natijaga erishishi mumkin.*

Xususiy yechimlar nega har doim ham ishlamaydi?

Kouz teoremasining mantiqiga qaramay, xususiy shaxslar ko'pincha tashqi ta'sir muammolari hal qilishda muvaffaqiyatsizlikka uchraydilar. Kouz teoremasi faqat manfaatdor tomonlar bitim tuzishi va amalga oshirishida hech qanday muammo bo'lmaganda amal qiladi. Biroq real dunyoda, o'zaro manfaatli shartnoma tuzish mumkin bo'lsa ham, savdolanish har doim ham ishlayvermaydi.

Ba'zan manfaatdor tomonlar **operatsion xarajatlar**, ya'ni savdolanish jarayonida tomonlar rozi bo'ladigan xarajatlar, tufayli tashqi ta'sir muammosini hal qilishda muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Bizning misolda, tasavvur qiling, Dik va Jeyn turli tillarda gapirishadi, shuning uchun, shartnomaga erishish uchun ular tarjimon yollashi kerak.

Agar huruvchi it muammosini hal qilish foydasi tarjimon xarajatidan kam bo'lsa, Dik va Jeyn masalasini yechilmagan holatda tashlab qo'yishi mumkin. Yanada real misollarda, operatsion xarajatlari tarjimon xarajati emas, balki shartnomalarni tayyorlash va amalga oshirish uchun zarur bo'lgan huquqshunos xarajatlari bo'ladi.

Boshqa vaqtlarda, savdolashish shunchaki buziladi. Urushlar va mehnat to'qnashuvlari sodir bo'lishi kellsuvning qanchalik qiyin bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi va kelishuvga erishish juda qimmatga tushishi mumkin. Muammo shundaki, har bir tomon odatda o'zi uchun yaxshiroq shartnoma uchun harakat qiladi. Misol uchun, Dik itdan 500 so'mlik foyda oladi va Jeyn it hurishidan 800 so'mlik xarajat sarflaydi deb tasavvur qilaylik. Jeynning itdan qutilish uchun Dikga to'lashi samarali bo'lsa-da, bu natijaga olib kelishi mumkin bo'lgan ko'plab narxlar bor. Dik 750 so'm talab qilishi mumkin, va Jeyn faqat 550 so'm taklif qilishi mumkin. Ular narxi ustida savdolashaversa, huradigan it bilan samarasiz natija davom etaveradi.

Manfaatdor tomonlar soni ko'p bo'lganda samarali savdolashishga erishish, ayniqsa, qiyin, chunki hammani muvofiqlashtirish qimmatga tushadi. Misol uchun, yaqin ko'l suvini

ifloslantiradigan bir zavodni olaylik. Ifloslanish mahalliy baliqchilarga salbiy tashqi ta'sir ko'rsatmoqda. Kouz teoremasiga ko'ra, ifloslanish samarasiz bo'lsa, unda baliqchilar ifloslantirmaslik uchun zavodga haq to'lashi orqali zavod va baliqchilar savdolashishga erishishi mumkin. Biroq, agarda baliqchilar ko'p bo'lsa, zavod bilan savdolashishga ularning barchasini muvofiqlashtirish uchun harakat deyarli ilojsiz bo'lishi mumkin.

Xususiy savdolashish ishlamaganda, ba'zan hukumat rol o'ynashi mumkin. Hukumat ommaviy harakatlar uchun mo'ljallangan muassasa hisoblanadi. Bu misolda, baliqchilar o'zlari uchun harakat qilishi ilojsiz

bo'lsa ham, davlat baliqchilar nomidan harakat qilishi mumkin.

Nazorat savollari

1. Salbiy tashqi ta'sir va ijobiy tashqi ta'sirga misol keltiring.
2. Firma ishlab chiqarish jarayoni natijasida yuzaga keladigan salbiy tashqi ta'sirni tushuntirish uchun talab va taklif rasmini chizing.
3. Qanday qilib patent tizimi jamiyatga tashqi ta'sir muammosini hal qilishda yordam beradi?
4. Tuzatuvchi soliqlar nima? Nega iqtisodchilar atrof-muhitni ifloslanishdan himoya qilishda ulardan foydalanishni afzal ko'radi?
5. Tashqi ta'sir natijasida kelib chiqqan muammolarni hukumat aralashuvisiz hal qilish mumkin bo'lgan yo'llar ro'yxatini tuzing.
6. Tasavvur qiling, siz chekmaysiz, lekin chekadigan kishi bilan bir xonadaturibsiz. Kouz teoremasiga ko'ra, xonadoshingiz xonada chekish yo chekmasligini nima belgilaydi? Bu natija samaralimi? Siz va xonadoshingiz bu muammoga qanday yechim topasiz?

XVI-BOB. IJTIMOY NE'MATLAR VA UMUMIY RESURLAR

16.1. Mahsulotlarning turli xil turlari

Bozorlar insonlar xohlayotgan mahsulotlar yetkazib berishda qanchalik yaxshi ishlashadi? Bu savolga javob masalani mohiyatini qay darajada chuqur anglib yetilganligiga bog'liq. Biz 7-bobda ta'kidlab o'tganimizdek, bozor konussimon qutili muzqaymoqni samarali sonini ta'minlab berishi mumkin: muzqaymoqning narxi ularga bo'lgan talab va taklifni muvozanatlashtirishi mumkin va bu muvozanat ishlab chiqaruvchi daromadlarini maksimallashtirishi hamda iste'mol tanqisligini bartaraf etishi mumkin. Bundan tashqari, biz 10 bobda ko'rib o'tganimizdek, bozor alyuminiy ishlab chiqaruvchilarini biz nafas olayotgan havoni ifloslantirishdan qaytarishga umid qila olmaydi. Bozorda xaridor va sotuvchilar odatda o'z qarorlarining tashqi oqibatlariga e'tibor qaratishmaydi. Shunday qilib, bozorlar mahsulot muzqaymoq bo'lganda yaxshiroq va mahsulot toza havo bo'lganda yomonroq ishlashadi.

Bozordagi turli xil mahsulotlar haqida fikr yuritib, ularni quyidagi ikki sifatiga ko'ra guruhlash mumkin:

- Mahsulot iste'moldan mahrum qilinish (eksklyuzivlik) xususiyatiga egami? Ya'ni, kishilarni uni iste'moldan mahrum etish mumkinmi?

- Mahsulot iste'molda cheklanganmi? Ya'ni, bir kishining mahsulotni iste'mol qilishi boshqa kishilarning uni iste'mol qilish qobiliyatlarini kamaytiradimi?

Ushbu ikki sifatni ishlatilishi, 16.1-rasmda mahsulotlarni 4 guruhga taqsimlaydi:

1. **Shaxsiy buyumlar** ist'emoldan mahrum qilinish va iste'molda cheklanganlik xususiyatlariga ega. Masalan, konussimon qutili muzqaymoqni ko'rib chiqamiz.

Muzqaymoq iste'moldan olinishi mumkin, chunki kimnidir muzqaymoq iste'molidan mahrum qilish uchun o'sha kishiga muzqaymoqni bermaslikni o'zi kifoya. Konussimon qutili muzqaymoq iste'molda cheklangan, chunki agarda biror kishi muzqaymoqni iste'mol qilsa boshqa bir kishi aynan o'sha muzqaymoqni iste'mol qilish imkoniyatiga ega bo'lmaydi. Iqtisodiyotda ko'pgina mahsulotlar aynan konussimon qutili muzqaymoq kabidir: siz to'lovni amalga oshirmay turib biror narsani qo'lga kirita olmaysiz va siz to'lovni amalga oshirgandan so'ng shu tovar hisobiga foyda olishi mumkin bo'lgan yagona shaxsga aylanasiz. Biz ilgari 4, 5 va 6 boblarda talab va taklifni, shuningdek 7, 8 va 9 boblarda bozorlar samaradorligini ta'lil qilganimizda mahsulotlar ist'emoldan mahrum qilinish va iste'molda cheklanganlik xususiyatlariga ega ekanligini taxmin qilgandik.

2. **Umumiy foydalanishdagi mahsulotlar** iste'moldan mahrum qilinish va iste'molda cheklanganlik xususiyatlariga ega emasdir. Ya'ni kishilarga umumiy foydalanishdagi mahsulotlarning iste'molini cheklash mumkin emas, shuningdek bir kishining iste'moli boshqa kishining uni iste'mol qilish imkoniyatini kamaytirmaydi. Masalan, kichik shaharchada tornado ovozi umumiy foydalanishdagi mahsulot hisoblanadi. Ya'ni, tornado yuzaga kelgandan keyin hech kimni uning ovozidan himoya qilish mumkin emas (demak bu ist'emoldan olinishi mumkin emas). Undan tashqari, biror kishi ushbu shovqindan foyda oladigan bo'lsa, u boshqa biror kishining imkoniyatlarini kamaytirib yubormaydi (demak bu iste'molda cheklangan emas).

1 RASM

Iste'moldagi raqobat?

Tovarlarning to'rt turi.

Mahsulotlar ikki xususiyatlariga ko'ra to'rt toifaga guruhlangan bo'lishi mumkin; (1) odamlar undan foydalanishdan to'xtatiladigan tovarlar bundan mustasno. (2) Agar bitta odamning tovarlarni iste'mol qilishi, boshqa odamlarning shu tovarlarni iste'mol qilishlarini qisqartirsa, bu tovarlar raqobatdosh bo'ladi.

		Ha	Yo'q
Mustasnomi?	Ha	Xususiy mulk <ul style="list-style-type: none"> • Muzqaymoq konusi • kiyimlar • tirband yo'llardan foydalanish uchun to'lov 	Tabiiy monopoliyalar <ul style="list-style-type: none"> • yong'indan himoya • Kabel TV • tirband bo'lmagan yo'llar uchun to'lov
	Yo'q	Umumiy resurslar <ul style="list-style-type: none"> • dengizdagi baliq • Atrof-muhit • bepul yo'llardan ketyapsiz 	davlat mahsulotlari <ul style="list-style-type: none"> • Milliy mudofaa • Tirband bo'lmagan yo'llar uchun to'lov

3. Umumiy resurslar. Cheklanganlik xususiyatiga ega, biroq iste'moldan mahrum qilinishi mumkin bo'lmagan mahsulotlar. Masalan, okeandagi baliq iste'molda cheklanganlik xususiyatiga ega, agar biror shaxs okeandan baliq tutib olsa, u holda boshqa bir shaxs uchun tutib olish mumkin bo'lgan baliqlar soni kamayadi. Shu bilan birga bu baliqlar, iste'moldan mahrum qilinishi mumkin bo'lgan mahsulot emas. Sababi okeanni cheksizlik xususiyatini inobatga olsak, baliq tutuvchilarni baliq tutishdan to'xtatish o'ta mushkul vazifadir.

4. Agar mahsulot iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega bo'lish bilan bir qatorda cheklanganlik xususiyatiga ega bo'lmasa, u holda mazkur mahsulot tabiiy monopoliya ishlab chiqarish uchun yaxshigina misol bo'la oladi. Masalan, kichik shaharchada yong'inga qarshi himoya tizimini misol keltiraylik. Biror kishini bu mahsulotni (hizmatni) iste'mol qilishdan mahrum etish juda oson: yong'inga qarshi kurashish bo'limi shunchaki o'sha kishining uyini yonib bitishi uchun imkoniyat yaratib beradi. Shu bilan birga, bu mahsulot (hizmat) cheklanganlik xususiyatiga ega emas. Ya'ni butun boshli shaharning yong'inga qarshi kurashish bo'limi xarajatlari to'langanda, kichik bir uyni yong'indan himoya qilish xarajatlari hech narsa emas (15-bobda tabiiy monopoliyalar mavzusi chuqurroq o'rganiladi va unga kengroq

ta'rif beriladi).

Yuqorida ko'rib chiqilgan 16.1-rasm mahsulotlarni aniq 4 guruhga bo'lishni ko'zda tutganiga qaramasdan, odatda ular o'rtasidagi chegara ko'p hollarda aniq bo'lmaydi. Mahsulot iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga egami yoki iste'molda cheklanganmi ko'p holatlarda aniq bir darajaga bog'liq bo'lib qoladi. Okeandagi baliq iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega bo'lmaydi, sababi okeanda kuzatish imkoniyati juda qiyin, lekin shu bilan birga qo'riqlanadigan qirg'oqqa ega suv havzasi baliqni aksariyat holatlarda iste'moldan mahrum qiluvchi xususiyatiga ega qilishi mumkin. Xuddi shunday tartibda, baliq odatda iste'molga cheklangan mahsulot bo'lgani bilan baliq ovlovchilar soniga ko'ra uni iste'molga cheklanmagan mahsulot sifatida ko'rib o'tish mumkin (shimoliy-amerikalik baliq tutvchilarni u yerlarga yevropalik ko'chmanchilarni ko'chib kelgungacha bo'lgan holatini eslang). Bu fikr bizning tahlil uchun, shu bilan birga, yuqoridagi boshqa to'rt guruh mahsulotlari uchun ham foydali bo'ladi.

Mazkur bobda biz iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega bo'lmagan mahsulotlarni ko'rib chiqamiz: ommaviy (umumiy foydalanishdagi) mahsulotlar va umumiy resurslar. Sababi kishilar bu mahsulotlarni iste'molidan mahrum etilishlari yoki voz kechishlari mumkin emas, ular hamma uchun mavjud. Ommaviy mahsulotlar va umumiy resurslarni o'rganish tashqi faktorlarni o'rganish bilan chambarchas bog'liq. Ushbu har ikkala mahsulot uchun ham tashqi faktorlar yuzaga keladi, chunki ba'zi bir tabiiy ne'matlar (boyliklar) narxga ega bo'lmaydi. Agar biror bir kishi ommaviy (umumiy foydalanishdagi) mahsulotdan iste'mol qilishi (foydalanishi) kerak bo'lsa, aytaylik tornado ovozidan, boshqa bir kishi esa undan ko'ra yaxshiroq ko'rinishda (vaziyatda) ham foydalanishi mumkin. Ularning

har ikkisi mahsulot uchun haq to‘lamasdan foyda olishadi – bu ijobiy tashqi ta’sir. Xuddi shunday, biror kishi ommaviy (umumiy foydalanishdagi) mahsulotni iste’mol qilayotganda, aytaylik okeandagi baliqni, boshqa kishilarda undan foydalanish imkoniyati pasayib ketadi, chunki tutilishi mumkin bo‘lgan baliqlar soni kamayadi. Ular yuzaga kelgan yo‘qotishdan ma’lum ma’noda zarar ko‘rishadi, biroq hech kim buni qoplab berish majburiyatini olmaydi – bu esa salbiy tashqi ta’sir. Ushbu kabi tashqi ta’sirlar tufayli, iste’mol qilish va ishlab chiqarish to‘g‘risidagi ko‘pchilik qarorlar resurslarni samarasiz taqsimlanishiga olib keladi. Ushbu holatlarda davlatning aralashuvigina iqtisodiy farovonlikka va resurslar barqarorligiga olib kelishi mumkin.

16.2.Ommaviy (umumiy foydalanishdagi) tovarlar

Ommaviy (umumiy foydalanishdagi) mahsulotlarni boshqa mahsulotlardan farqini yaxshiroq tushunish va ular tufayli jamiyatga kelib chiqishi mumkin bo‘lgan muammolarni ko‘rib chiqish uchun keling bir misolni ko‘ramiz: mushakbozlik. Bu mahsulot iste’moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega emas, sababi mushakbozlik bo‘lgan holatda biror kishini uni tomosha qilishdan qaytarish mumkin emas. Shuningdek, bu cheklanganlik xususiyatiga ham ega mahsulot emas, sababi biror kishini mushakbozlikdan zavq olishi boshqa bir kishini undan olishi mumkin bo‘lgan zavq darajasini kamaytirmaydi.

“Tekinxo‘rlar” (ommaviy mahsulotlardan foydalanib, ularga haq to‘lamaydigan kishilar) muammosi

AQShning Smolltaun shaharchasi fuqarolari, iyulning to‘rtinchi kunida mushakbozlik o‘tkazilishini yoqtirishadi. Mushakbozlik shaharchaning har 500 aholisiga 10 so‘mdan to‘g‘ri keladi va shahar byudjetiga yakunda jami 5000 so‘m daromad keltiradi.

Mushakbozlikni tashkil etish xarajatlari jami 1000 so'mga to'g'ri keladi. Ushbu faoliyatdan olinayotgan daromad (5000 so'm) unga ketgan xarajatdan (1000 so'm) ko'proq ekanligi inobatga olinsa, to'rtinchi iyulda mushakbozlikni o'tkazish Smolltaun shaharchasi uchun daromadli faoliyatdir.

Xo'sh, xususiy sektor mazkur faoliyatni samarali yo'lga qo'ya oladimi? Yo'q. Aytaylik, shaharchada yashovchi tadbirkor Ellen Smolltaun shaharchasi uchun mushakbozlik o'tkazishni tashkil etishga bel bog'ladi.

Ellenda, shubhasiz, chiptalarni sotish bilan bog'liq muammolar yuzaga keladi, sababi uning salohiyatli mijozlari bilishadiki, mushakbozlikni chipta sotib olmasdan ham ko'rish mumkin. Sababi, mushakbozlik iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega bo'lmagan mahsulotdir, chunki kishilarda chiptasiz ham mushakbozlikni tomosha qilishga rag'bat bor. "Tekinxo'rlar" bu shunday kishiki – yaxshi narsadan foyda oladi, ammo unga haq to'lamaydi. Kishilar bunda rag'batga ega bo'lishadi, turgan gapki, agar chipta sotib oluvchilar mavjud bo'lmasa bozor samarali natijaga ega bo'lmaydi.

Bozorda mazkur muvaffiqiyatsizlikni ko'rib chiqish yo'llaridan biri bu mazkur holatga sabab bo'layotgan tashqi ta'sirlarni ko'rib chiqish.

Agarda, Eilen mushakbozlik marosimini shahar markazidagi displeyda namoyish etsa, bu narsa "tekinxo'r" tomoshabinlar uchun samara keltiradi, ammo Ellenga emas. Marosimni ekranda namoyish qilish to'g'risida qaror qabul qilish bilan Ellen tashqi ta'sirlarni e'tibordan chetda qoldiradi. Mushakbozlik aholi tomonidan katta qiziqishga sabab bo'lgani bilan, yakunda u daromadli faoliyat bo'lmay qoladi. Natijada, marosimni displeyda namoyish etmasdan Eilen o'zi

uchun ratsional qaror qabul qiladi, biroq aholini mushakbozlik zavqidan mahrum etadi.

Xususiy bozor Smolltaun shaharchasi aholisi hohishiga ko'ra mushakbozlik tashkil etishga tayyor emasligiga qaramay ushbu holatni yechimi juda oddiy: to'rtinchi iyul tadbirlarini mahalliy hukumat moliyalashtirishi zarur. Shahar hokimiyati aholidan olinadigan soliqni 2 so'mga oshirib, kelib tushgan mablag'lar hisobiga Ellenni mushakbozlik o'tkazish uchun yollashi mumkin. Shaharchada 8 so'm barcha uchun yaxshi yechim, 10 so'mdan esa, 2 so'm soliq to'lovini ayirib tashlagan holda, daromad hosil bo'lmoqda. Shunday qilib, Ellen Smolltaunga tadbirkor sifatida yordam bera olmagan bo'lsada, unga jamiyat a'zosi sifatida yordam berishi mumkin.

Smolltaun hikoyasi sodda bo'lsada real hayotni aks ettiruvchi o'ziga xos voqe'likdir. Aslida AQShdagi ko'pgina mahalliy hukumatlar to'rtinchi iyul mushakbozliklari uchun pul to'lashadi. Undan tasliqari mazkur hikoya ommaviy mahsulotlarning umumiy xususiyatini ochib beradi: ommaviy mahsulotlar iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega emas, "tekinxo'rlar" muammosi esa ommaviy mahsulotlarni xususiy sektor tomonidan taqdim etilishiga to'sqinlik qiladi. Shu bilan birga, davlat bu masalani mahsulotlardan kelayotgan daromad ularga sarflanayotgan xarajatlarni qoplashi mumkin bo'lgan darajada hal etishi, soliqlar bilan birga umumiy xarajatlarni qoplashi, barcha masalalarni ijobiy hal etishi mumkin.

Ba'zi bir muhim ommaviy mahsulotlar

Ommaviy (umumiy foydalanishdagi) mahsulotlar uchun misollar talaygima. Quyida biz ulardan eng muhim uchtasini ko'rib chiqamiz.

Mudofaa tizimi. Mamlakatni xorijiy bosqinchilardan himoya qiluvchi mudofaa tizimi bunga klassik misol bo'la oladi. Butun mamlakat himoyalangandan keyin biror bir kishini bu mahsulotni

(hizmatni) iste'molidan, ya'ni tinchlikdan bahra olishdan mahrum qilib bo'lmaydi. Undan tashqari biror kishi mudofaa tizimidan foydalanayotganda, u boshqa bir kishini bu mahsulotdan (hizmatdan) foydalanishiga to'sqinlik qila olmaydi. Shunday qilib, mudofaa tizimi iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ham cheklanganlik xususiyatiga ham ega emas.

Shu bilan birga mudofaa tizimi eng serxarajat ommaviy mahsulot hisoblanadi. 2007-yilda AQSh federal hukumati mudofaa tizimiga 553 milliard so'm mablag' sarfladi, ya'ni aholi jon boshiga 1800 so'm. Bu mablag'ni ko'p yoki kamligi yuzasidan aholi o'rtasida turli xil fikrlar mavjud bo'lganiga qaramay, hech kim mudofaa tizimi uchun davlat xarajatlari zarur ekanligini inkor etmaydi. Davlatni o'ziga xos himoyachilari bo'lgan iqtisodchilar ham mudofaa tizimini ommaviy mahsulot ekanligini inobatga olib, uni davlat tomonidan ta'minlanishini yoqlashadi.

Fundamental ilmiy-tadqiqotlar. Bilim ilmiy-tadqiqotlar asosida yuzaga keladi. U yoki bu davlatning bilimlarni shakllantirishga yo'naltirilgan siyosatini baholashda umumiy bitimlarni aniq texnologik bilimlardan farqlash zarur. Uzoqroq muddat hizmat qiluvchi batareykalarni ixtiro qilish, kichikroq hajmdagi mikrochiplarni yaratish yoki yaxshiroq musiqa eshitish asbobini ishlab chiqishga o'xshagan aniq texnologik bilimlar odatda patentlangan bo'lishi mumkin. Patent ixtirochiga ma'lum bir muddatda u yaratgan yoki ixtiro qilgan sohada faoliyat yuritish uchun alohida huquqni beradi. Boshqa shaxslar patentlangan ma'lumotlardan foydalanganlik huquqi uchun ixtirochiga haq to'lashadi. Boshqacha so'z bilan aytganda patent ixtirochini bilimini iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega qiladi.

Bunga qarama-qarshi ravishda, umumiy bilimlar ommaviy mahsulot hisoblanadi. Masalan, matematik olim teoremani patentlay

olmaydi. Teorema isbotlanganidan so'ng bilim iste'moldan mahrum qilish xususiyatiga ega bo'lmaydi. Teorema umumiy foydalanishdagi bilimlar sirasiga kiradi, har kim biron-bir ayblovsiz undan foydalanish huquqiga ega. Teorema shuningdek, iste'molda taqiqlangan ham emas, biror kishini teoremadan foylanishi boshqa bir kishini undan foydalanish imkoniyatlarini kamaytirmaydi.

Daromad olishga intilgan firmalar keyinchalik ularni patentlash yoki qayta sotish hisobiga ko'proq daromad olishni ko'zlab, tayyor ilmiy tadqiqotlar hisobiga yangi loyihalarni ishlab chiqishga juda ko'p mablag' ishlatishadi, biroq ular fundamental ilmiy izlanishlarga ko'p mablag' sarf etishmaydi. Bunda ularni rag'batlantiruvchi omil - ilgari boshqalar tomonidan ishlab chiqilgan umumiy bilimlarga mablag'ni iqtisod qilish. Buning natijasi o'laroq, u yoki bu davlat siyosatining mavjud emasligi tufayli jamiyat yangi fundamental ilmiy izlanishlarga juda kam resurs sarflaydi.

Davlat ommaviy mahsulot hisoblangan umumiy bilimlarni turli xil usullar bilan ta'minlashga harakat qiladi. Sog'liqni-saqlash milliy instituti va Milliy ilmiy jamg'arma kabi davlat idoralari tibbiyot, matematika, fizika, ximiya, biologiya va hatto iqtisodiyot kabi yo'nalishlarda fundamental tadqiqotlar uchun turli xil subsidiyalar ajratadi. Ba'zi kishilar davlatning kosmik dasturlarni moliyalashtirish siyosatini

ularni jamiyatda umumiy bilimlarni kuchaytirilishiga qo'shishi mumkin bo'lgan hissasi tufayli yoqlashadi (biroq ba'zi olimlar komik sayoxatlarni amalga oshirishga qaratilgan loyihalarga skeptik yondashishgan). Olinayotgan foydani aniqlash qiyinligi hisobiga davlat tomonidan mazkur urinishlarga mustahkam qo'llab quvvatlashni aniqlash qiyin. Bundan tashqari mazkur tadbirlarga yo'naltirilgan moliyaviy mablag'larni tasdiqlab bergan Kongress a'zolari ushbu

yoʻnalishlarda etarlicha bilim va tajribaga ega emas, bu tadbirlarni samarali ekanligini aniqlab berishga qodir emaslar. Shunday qilib, fundamental izlanishlar ommaviy mahsulot boʻlgan bir paytda davlatni ularni kerakli hajm va yoʻnalishlarda moliyalashtirishga qodir emasligiga hayron boʻlishimiz kerak emas.

Qashshoqlikka qarshi kurashish. Koʻpgina davlat dasturlari nochorlarga yordam berishga yoʻnaltirilgan. Ijtimoiy himoya qilish tizimi (rasman yordamga muhtoj oilalarga vaqtincha koʻmak deb nomalanadi) ayrim nochor oilalarga katta boʻlmagan daromadni taʼminlab beradi. Undan tashqari oziq-ovqat talonlari dasturi kam daromadli kishilarga oziq-ovqat mahsulotlarini xarid qilishni subsidiyalaydi, shuningdek turli xil uy joy bilan taʼminlash davlat dasturlari ularni yashash joylari bilan taʼminlab beradi. Qashshoqlikka qarshi kurashishga yoʻnaltirilgan ushbu dasturlar moliyalviy jihatdan barqaror boʻlgan oilalar tomonidan toʻlanadigan soliqlar hisobiga moliyalashtiriladi.

Iqtisodchilar qashshoqlikka qarshi kurashishda davlatning tutgan roli borasida oʻzaro hamfikir emaslar. Biz mazkur masalani 20-bobda atroflicha oʻrganib chiqishimizga qaramasdan hozir muhim bir jihatga eʼtibor qaratamiz: qashshoqlikka qarshi kurashish tarafdorlari, ushbu kurashishni ommaviy mahsulot hisoblashadi. Hatto, barcha qashshoqlik mavjud boʻlmagan jamiyatda yashashni hohlasada, qashshoqlikka qarshi kurashish umuman olganda “yaxshi” tadbir emas, sababi bu masalalar shaxsiy tartibda amalga oshirilishi zarur.

Qashshoqlikni bartaraf etish maqsadida, aytaylik, kimdur boy kishilar jamiyatini tashkil etdi. Ular ommaviy mahsulotlar taqdim etishadi. Bu isteʼmolda cheklangan mahsulot boʻlmaydi: biror kishini qashshoqlik mavjud boʻlmagan jamiyatda yashashi boshqa bir kishini ana shu jamiyatda yashashiga toʻsquinlik qilmaydi. Bu isteʼmoldan

mahrum qilish xususiyatiga ham ega bo‘lmaydi: qashshoqlik bartaraf etilgandan so‘ng kimdur, xech kim bundan mahrum etilmaydi.

Natijada, “tekinxo‘rlar” qashshoqlikka qarshi kurashishda ishtirok etmasdan turib qashshoqlik mavjud bo‘lmagan sharoitda yashash imkoniyatiga ega bo‘lishadi.

“Tekinxo‘rlar” muammosi tufayli qashshoqlikni xususiy homiylik yordamlari hisobidan bartaraf etish, turgan gapki, mumkin emas. Shu bilan birga, davlatni aralashuvi ushbu masalani hal etishi mumkin. Nochorlarni hayot tarzini ko‘tarishni ko‘zlab boylarni soliqqa tortish hammasini yaxshilashi mumkin. Nochorlar baxtli – sababi ular yaxshi hayot tarziga ega bo‘lishayapti, boylar baxtli – sababi ular qashshoqlar nisbatan kam bo‘lgan jamiyatda yashashni yaxshi ko‘rishadi.

Keys. Mayoqlar ommaviy mahsulotmi?

Ba‘zi bir mahsulotlar sharoitga qarab ommaviy mahsulotdan shaxsiy mahsulotga aylanishi mumkin. Masalan, agar mushakbozlik aholisi ko‘p bo‘lgan shaharda o‘tkazilsa u ommaviy mahsulotdir. Shu bilan birga, bu tadbir Walt Disney World kabi shaxsiy ko‘ngilochar xiyobonlarda o‘tkazilsa mushakbozlik xxususiy mahsulotga ko‘proq to‘g‘ri keladi, sababi xiyobonga kirish uchun alohida to‘lov amalga oshiriladi.

Boshqa bir misol sifatida mayoqni ko‘rishimiz mumkin. Iqtisodchilar anchadan beri mayoqlarni ommaviy mahsulot namunasi sifatida ishlatib kelishayapti. Mayoqlar dengizda ma‘lum bir hududlarni yoritib beradi va ular yordamida suv kemalari begona suv hududlaridan xalos bo‘lishadi. Mayoqlarni kema kapitaniga beradigan foydasi ist‘emoldan mahrum qilish xususiyatiga ham cheklanganlik xususiyatiga ham ega emas, shuning uchun ham har bir kapitan mayoqlardan yo‘l yorituvchi vosita sifatida foydalanib ularga haq to‘lamasdan mustaqil harakat qilishlari mumkin. “Tekinxo‘rlar”

muammosi tufayli, xususiy bozorlar kapitanlarni ular uchun zarur bo'lgan mayoqlar bilan ta'minlab bera olishmaydi. Aynan shu sababli hozirda ko'pchilik mayoqlar davlat nazoratida bo'lib qolmoqda.

Shu bilan birga, ayrim holatlarda mayoqlar xususiy mahsulotlarga yaqin bo'lishadi. 19-asrda Angliya qirg'oqlarida, masalan, bir qator mayoqlar xususiy mulk sifatida boshqarib kelingan. Mayolardan foydalanish uchun kema kapitanlari emas, balki yaqin atrofdagi port egalari haq to'lashgan. Agarda port egalari mayoq uchun haq to'lashmasa, mayoq egalari uni o'chirib qo'yishgan va kemalar, turgan gapki, bu portda to'xtamasdan o'tishgan.

U yoki bu mahsulot ommaviy mahsulotga mansub ekanligini aniqlashda, avvalo uni egasi kim ekanligiga va ushbu benefitsiarlar iste'moldan mahrum qilish xususiyatiga ega yoki yo'qligiga e'tibor qaratish zarur. Qachonki mahsulot iste'molchilari soni ko'p va ulardan u yoki bumsini ajratish imkoni bo'lmasa "tekinxo'rlar" muammosi yuzaga keladi. Agar mayoq bir qancha kapitanlarga hizmat ko'rsatsa bu ommaviy mahsulot, va shu bilan birga u birgina port egasiga hizmat ko'rsatsa xususiy mahsulot hisoblanadi.

Xarajatar va daromadlarni tahlil qilishning murakkab jihati

Shu vaqtgacha biz ko'rib chiqdikki, xususiy bozorlar samarali miqdorda ta'minlay olmaganligi sababli ommaviy mahsulotlarni davlat ta'minlab beradi. Shu bilan birga, davlat faqatgina birinchi qadamni qo'yish funksiyasini bajarishi ham mumkin. Keyinchalik esa davlat qaysi ommaviy mahsulotlarni qancha hajmda etkazib berish kerakligini ko'rsatib berishi zarur.

Aytaylik, davlat yangi shossenini qurish loyahasini – ommaviy mahsulotni (hizmatni) ko'rib chiqayapti. Shosse qurilishi to'g'risida yakuniy xulosaga kelishdan oldin, davlat, shossenini unga ketadigan xarajatlar va keyinchalik uni faoliyatini ta'minlash xarajatlari bilan

ishlatishi mumkin bo'lganlardan kelib tushuvchi foydani ko'rib chiqishi lozim. Bu qarorga kelishdan oldin davlat, **xarajatlar va daromadlarni tahlil qilish** deb nomlanuvchi jamiyatga ushbu tovar yalpi foydasini aniqlab beradigan tadqiqotni olib borish uchun iqtisodchilar va injenerlar komandasini jalb qilishi mumkin.

Xarajatar va daromadlar tahlili o'ziga xos murakkab jarayon. Shosse kelgusida barcha uchun bepul foydalanishga mo'ljallanganligi sababli uning qiymatini (yoki foydalilik darajasini) aniqlovchi narx mavjud emas.

Kishilardan shunchaki ular shossenini qanchaga baholashlarini so'rash ishonchli emas, anketalash ham samarali usul emas, sababi so'rovda qatnashuvchilar haqiqiy bahoni berish uchun moddiy rag'batga ega bo'lmaydilar. Shossedan kelajakda foydalanishi mumkin bo'lganlarda uni daromadlilik darajasini oshirishga ko'proq rag'bat bor. Shossenini qurilishidan zarar ko'rishi mumkin bo'lganlarda esa shosse qurilishiga ketadigan xarajatlarni oshirib ko'rsatishga va uni qurilishini to'xtatishga rag'bat mavjud.

Ommaviy mahsulot (hizmat) larni samarali tarzda taqdim etish, o'z o'zidan, xususiy mahsulot (hizmat) larni taqdim etishga qaraganda bir muncha mushkulroq. Xususiy mahsulot xaridorlari bozorga chiqishganda ular o'zlari to'lay olishi mumkin bo'lgan narxga qarab fikr yuritishadi. Shu bilan birga sotuvchilar o'z xarajatlarini o'zlari qabul qilishlari mumkin bo'lgan narx yordamida ko'rsatishadi. Muvozanat nuqtasi esa resurslarni samarali taqsimlash nuqtasi bo'lib, u barcha ma'lumotlarni o'zida aks ettiradi. Ommaviy mahsulotlarda, bundan farqli o'laroq, xarajatlar va daromadlar tahlilchilari davlat ommaviy mahsulotlarni qanday va qancha miqdorda ta'minlashi bo'yicha hech qanday baho signallariga ega bo'lishmaydi. Ularning

xarajatlar va daromadlar to'risidagi xulosalari, nari borsa, eng yaxshi taxminiy xulosalar, xolos.

Keys stadi HAYOT QIYMATI QANCHA?

Tasavvur qiling, siz xalq deputatlari mahalliy kengashga a'zo sifatida saylandingiz. Shahar injeneri yoningizga shunday bir taklif bilan keldi: shahar 10 000 so'm sarflab, hozirda faqat STOP belgisi qo'yilgan markaziy ko'chadagi chorrahada svetofor o'rnatishi va uni keyinchalik boshqarishi mumkin. Svetoforning ustun jihati - harakat xavfsizligi oshiriladi. Injenerni ilgari shunga o'xshash chorrahalaridagi loyihalar tahlili asosidagi bahosiga ko'ra svetofor faoliya muddati davomida o'lim bilan tugaydigan yo'l-harakati hodisalari darajasini 1,6 foizdan 1.1 foizgacha tushiradi. Siz bunga mablag' sarflaysizmi?

Ushbu savolga javob topish uchun siz xarajatlar va daromadlar tahliliga murojaat etishingizga to'ri keladi. Biroq siz darhol o'ziga xos qarshilikka duch kelasiz: agar siz foydalilik darajasini hisoblamoqchi bo'lsangiz, xarajatlar va daromadlar bir xil kattaliklarda (o'lchovlarda) hsoblanishi lozim. Qiymat pul birligida (so'mda) o'lchanadi, biroq svetofor keladigan foyda inson hayotini saqlab qolish pul birligida o'lchanmaydi. Qabul qilinishi lozim bo'lgan qarorni aniqlash uchun siz so'mni inson hayotidagi o'lchamini aniqlashingiz zarur bo'ladi.

Dastavval siz inson hayoti bebaho deb o'ylashni hohlashingiz mumkin, qolaversa siz o'zingizni yoki biror bir sevimli kishingizni hayoti uchun o'z hohishingiz bilan sarflashingiz mumkin bo'lgan pulning qiymati yo'q. Bu shundan dalolat beradiki, inson hayoti pulda (so'mda) qiymatga ega emas.

Biroq bu javob xarajatlar va daromadlar tahlili uchun o'ta mavhumdir. Agar biz rostdan ham inson hayoti uchun cheksiz qiymatliklarni sarflamoqchi bo'lsak, u holda har bir ko'cha burchagida

svetofor o'rnatib chiqishimiz va barcha yangi yirik yuk avtomashinalariga eng so'nggi xavfsizlik funksiyalarini joylashtirishimiz lozim bo'ladi.

Ustiga ustak, svetoforlar har bir burchakda emas va kishilar ko'p holatlarda xavfsizlik yostiqchasi yoki tormoz tizimini bloklanishiga qarshi mexanizmga ega bo'lmagan, qimmat bo'lmagan avtomobillarga haq to'lashni afzal ko'rishadi. Ommaviy mahsulotlar yoki xususiy mahsulotlar to'g'risidagi har ikki qarorda ham ko'proq iqtisod qilish maqsadida hayotimiz bilan tavakkal qilishga tayyor bo'lamiz.

Inson hayoti so'mdagi ekvivalentga ega emas degan qarorni qabul qilgandan so'ng qanday qilib bu qiymatni aniqlab olishimiz mumkin?

O'lim to'g'risida da'vo qilgan taraf xarajatlarini qoplab berish maqsadida "agar vafot etgan shaxs tirik bo'lganda qancha mablag' ishlab topishi mumkinligini aniqlash" usuli sudlar tomonidan qo'llanilib kelinadi. Iqtisodchilar bu usulni ko'p holatlarda tanqid qilishadi, sababi bu usul hayotni yo'qotishning boshqa qiymatliklarini e'tiborga olmaydi. Shunday qilib, bu usul g'alati ko'rsastkichni o'zida aks ettiradi, go'yoki nogiron yoki pensionerning hayoti hech qanday qiymatga ega emasdek.

Inson hayotini baholashning eng yaxshi usuli bu – inson o'z hayotini yo'qotish uchun mavjud bo'lgan tavakkalchilik va bunga to'lanishi lozim bo'lgan haq miqdorini bilishdir. O'lish tavakkalchiligi, masalan, ish joyiga qarab baholanadi. Osmono'par bimolardagi quruvchilar o'z ish joylarida ofis ishchilariga qaraganda ko'proq tavakkalchilikka duch keladilar. Iqtisodchilar ko'proq va kamroq tavakkalchilik darajasiga, ta'lim sifatiga, tajribaga va boshqa ish haqini belgilab beruvchi faktorlarga qarab kishilar o'z hayotlarini qanchaga baholashlari mumkinligi haqida ba'zi bir tushunchalarga ega bo'lishlari mumkin. Ushbu usulni qo'llab o'tkazilgan tadqiqotlarga

ko'ra inson hayoti qiymati 10 million so'mga baholanishi to'g'risida xulosaga kelingan.

Endi biz, yuqorida keltirib o'tilgan misolimizga qaytib shahar injenerining taklifiga munosabat bildirishimiz mumkin. Svetofor inson hayotini saqlab qolish tavakkalchiligi darajasini 0,5 foizgagina yaxshilaydi. Shunday qilib, svetovor o'rnatilishidan kutilishi mumkin bo'lgan foyda 50 000 so'm (yoki $0,005 \cdot 10$ million so'm)ni tashkil etadi. Bu ko'rsatkich loyiha xarajati bo'lgan 10 000 so'mdan bir muncha ko'p, demak siz loyihani tasdiqlashingiz mumkin.

16.3. Umumiy resurslar

Umumiy resurslar, xuddi ommaviy mahsulotlar kabi iste'moldan mahrum qilinish xususiyatiga ega emas: ular iste'mol qiluvchilar uchun mavjud va bepul. Shu bilan birga umumiy resurslar cheklanganlik xususiyatiga ega: biror kishining umumiy resurslarni iste'mol qilishi boshqa bir kishining ularni iste'mol qilish imkoniyatlarini pasaytirib yuboradi.

Shunday qilib, umumiy resurslar yangi muammolarni keltirib chiqaradi. Atroflicha o'rganib chiqilgandan so'ng siyosatchilar umumiy resurslarni qanday hajmda iste'mol qilinayotganligi haqida qayg'urishlari lozim. Bu masalani **Umummilliy resurslar fojeasi** hikoyasidan to'liqroq anglash mumkin.

Umummilliy resurslar fojeasi

O'rta asrlardagi kichik bir shaharcha hayotini ko'rib chiqamiz. Shaharchada mavjud ko'pgina iqtisodiy faoliyat turlaridan eng muhimlaridan biri - bu qo'y yetishtirish edi. Shahardagi ko'pgina oilalar qo'ylarni yetishtiruvchi xo'jalikka (fermalarga) ega edilar, ular qo'ylarning yunlarini keyinchalik kiyim-kechak sifatida ishlatish uchun sotishar edi.

Bizni hikoyamiz boshlangan vaqtda qo'ylar ko'pgina vaqtlarini

shaharni qamrab olgan. Umumiy Maydon deb nomlanuvchi umumiy yerlarda (yaylovlarda) yotib o'tkazishar edi. Shaharda hech bir oila o'zining shaxsiy yer maydoniga ega emas edi. Buning o'rniga aholi kollektiv (jamo) yer maydonlariga (yaylovlariga) ega bo'lib, o'z qo'ylarini mazkur yerlarda boqishar edi. Kollektiv (jamo) mulki yaxshi samara beradi, chunki yerlar yaxshi ko'rinishda saqlanadi. Kishilar o'zlari uchun shaxsiy yer maydonlarini ajratib olgunlariga qadar Umumiy Maydon iste'moldan cheklanmagan xususiyatga ega edi va kishilarni qo'y yetishtirishlarida hech qanday to'siqlar mavjud emas, bir so'z bilan aytganda hamma baxtli edi.

Yillar o'tishi bilan shaharcha aholisi soni ham unga baravar ravishda Umumiy Maydonda boqilayotgan qo'ylar soni ham ortib borar edi. Yer maydonining o'zgarmas hajmida qo'ylar sonini ortib borishi yerni o'zini o'zi qayta tiklash qobiliyatini kamaytirib borar edi. Oxir-oqibat yerni tarkibi shu darajada yomonlashib ketdiki, natijada u o'zining hosildorlik darajasini butkul yo'qotdi.

Ekinlarsiz Umumiy Maydonda qo'ylarni yetishtirish imkonsiz va qachonlardir rivoj topgan yung yetishtirish sanoati o'z-o'zidan yo'qolib boradi. Ko'pgina oilalar o'zini o'zi ta'minlash uchun daromad manbaalarini yo'qotishadi. Xo'sh, ushbu muammoni yuzaga kelish sabablari nima? Nega cho'ponlar qo'ylar sonini Umumiy Maydonni ishdan chiqarish darajasigacha o'sishiga yo'l qo'yishdi. Muammo shundaki, ommaviy va xususiy rag'batlar (manfaatlar) tubdan farq qiladi.

Hosildor yerlar sifatini saqlab qolish cho'ponlarning birgalikdagi jamoaviy harakatlariga bog'liq. Agar cho'ponlar birgalikda harakat qilishganida edi, ular qo'ylar sonini Umumiy Maydon quvvati etadigan darajada saqlab qolishlari mumkin edi. Biror bir oila uning qo'ylari sonini kamaytirishdan manfaatdor emas, lekin har bir qo'ylar guruhi

aslida umumiy muammoning alohida bir bo‘lagi hisoblanadi.

Aslini olganda, **umummilliy resurslar fojeasi** tashqi ta’sirlarni o‘rganmaganlikdan kelib chiqadi. Bir oilaning qo‘ylari umumiy maydonda boqilganda bu o‘z-o‘zidan ikkinchi bir oila qo‘y boqishi mumkin bo‘lgan yer maydoni sifatini yomonlashtiradi. Kishilar yaylovda qancha qo‘y boqish mumkinligini aniqlashayotganda bu kabi tashqi masalalarga befarqlk bilan yondashishadi, natijada qo‘ylarning umumiy soni haddan ziyod ortib ketadi.

Agar muammo ilgariroq ko‘rib chiqilganda shahar aholisi buning yechimini turli usullar bilan topgan bo‘llshar edi. Buni har bir oiladagi qo‘ylar sonini cheklash, ularning ma’lum bir soni uchun soliq joriy etish yoki qo‘ylarning ma’lum bir sonini boqish huquqini auksion savdolarida sotish kabi usullar bilan tartibga solish mumkin edi. Ya’ni o‘rta asrlardagi shahar qo‘ylar sonini haddan ziyod ortib ketishi muammosini zamonaviy jamiyat atrof-muhitni ifloslanishiga qarshi kurashayotgan usullar orqall bartaraf etishi mumkin edi.

Buning ustiga yer bilan bog‘liq holat uchun yana ham soddaroq usullar mavjud: shahar yer maydonini barcha ollalarga teng bo‘lib berishi mumkin edi. Har bir oila o‘z yer maydonini to‘siqlar bilan chegaralashi, keyinchalik uni chorva sonining haddan ziyod ko‘p bo‘lishidan himoyalashi mumkin edi. Shunday qilib, yer umumllliy resurs emas, balki xususiy mulkka aylana boshlaydi. Bu narsa aslida 17-asrda Angliyada o‘rab olish vaqtida yuz berdi ham.

Umummilliy resurslar fojeasi umumiy saboqqa ega: qachonki biror kishi umumiy resursdan foydalanganda, u albatta boshqalarning undan foydalanish imkoniyatlarini kamaytiradi. Aynan mana shu salbiy samara tufayli umummilliy resurslardan ehtiyotsizlik bilan foydalaniladi. Davlat umummilliy resurslar iste’molini kamaytirish maqsadidida ushbu muammoni tartibga solish choralari yoki soliqlar orqali hal etishi mumkin. Boshqa tarafdian olib qaralganda, davlat

gohida umummilliy resursni xususiy mulkka aylantirishi ham mumkin.

Blumberg rejasi

Ko'pchilik iqtisodchilar yo'l harakatini tartibga solish mexanizmi sifatida yo'l narxini yoqlab chiqishdi. Yaqinda ular Nyu York Shahar merini bunga ko'ndirishdi.

Bu hikoya (dars) ming yillar davomida barchaga saboq bo'ldi. Qadimgi grek faylasufi Aristotel umummilliy resurslar haqida shunday degan: "Barcha uchun birdek mavjud bo'lgan ne'matlarga odatda kamroq e'tibor beriladi, sababi kishilar o'zining shaxsiy buyumlariga boshqalar bilan birgalikda egalik qilayotgan buyumlariga qaraganda ko'proq hurmat bajo keltirishadi".

Ayrim muhim umumiy resurslar

Umumiy resurslardan foydalanishning ko'pgina misollari mavjud. Deyarli barcha holatlarda **umummilliy resurslar fojeasidagi kabi** muammo yuzaga keladi. Alohida shaxslar umumiy resurslardan haddan ziyod ko'p foydalanishadi. Davlat, aksariyat hollarda, haddan ziyod ko'p foydalanish muammosini yengillashtirish maqsadida ularning xulq-atvorlarini tartibga soladi yoki turli yig'imler joriy etadi.

Toza havo va suv. Biz 10-bobda ta'kidlab o'tganimizdek, bozorlar atrof-muhitni oqilona himoya qilishmaydi. Qat'iy tartibga solish choralari yoki atrof-muhitni ifloslantirganlik uchun soliqlar bilan bartaraf etilishi mumkin bo'lgan ifloslanish salbiy tashqi ta'sir hisoblanadi. Bozorning ushbu salbiy jihatini jamiyatning umumiy muammosi sifatida ko'rish mumkin. Toza havo va toza suv xuddi ochiq hosildor yerlar kabi, atrof-muhitning haddan ziyod ifloslanishi esa xuddi chorvani haddan ziyod ortib ketishi kabi umumiy resurslardir. Atrof-muhitning haddan ziyod ifloslanishi **umummilliy resurslar fojeasining** zamonaviy ko'rinishidir.

Tirband avtomobil yo'llari. Yo'llar yoki ommaviy mahsulot yoki umumiy resurs bo'lishi mumkin. Agar yo'llar tirband bo'lmasa, u holda bir kishining undan foydalanishi boshqa bir kishining foydalanishiga xalaqit qilmaydi. Bu holatda mahsulot iste'molda cheklanganlik xususiyatiga ega bo'lmaydi va yo'l ommaviy mahsulot bo'lib qoladi. Shu bilan birga, agar yo'llar tirband bo'lsa, u holda bu yo'ldan foydalanish salbiy tashqi ta'sirni beradi. Agar biror kishi ushbu yo'ldan yursa, yo'l yana ham tor bo'lib, boshqa kishilarni sekinroq yurishga majbur etadi. Bu holatda yo'l umumiy resurs hisoblanadi.

Davlat tomonidan yo'llarda avtomobillar tirbandligi muammosini bartaraf etish yo'llaridan biri bu haydovchilarga shaharlararo transport qatnovlariga soliq solish. Shaharlararo transport qatnovlariga soliq solish o'z mohiyatiga ko'ra tirbandlikni tartibga soluvchi soliqdir. Ba'zida, xuddi mahalliy yo'llarda bo'lgani kabi, qatnovlar uchun soliq solish amaliy yechim bo'lmay qoladi, sababi soliq summasi juda yuqoridir. Biroq, London shahri to'lov hajmini oshirish usulini tirbandlikni bartaraf etishdagi eng muhim usul deb topdi. Yangiliklarda ma'lum qilinishicha bu usul Nyu-York shahri uchun ham ko'rib chiqilmoqda.

Gohda tirbandlik kunning ma'lum bir qismidagina muammo bo'lib qoladi. Agar ko'prikda yuk avtomobilli tig'iz-paytda o'tayotgan bo'lsa tirbandlik muammosi faqatgina mana shu soatdagina yuzaga keladi. Ushbu masalani samarali yechimi shuki – tig'iz-paytda yurganlik uchun to'lovni yana ham oshirish zarur. Bu narsa haydovchilarni o'zlarining harakatlanish grafiklarini o'zgartirib, tig'iz-paytda yurmasliklari uchun o'ziga xos stimullar bo'ladi.

O'tgan bobda muqokama qilingan tirbandlik muammosiga qarshi kurashuvchi usullardan yana biri - bu benzin uchun soliq. Benzin, ma'lumki avtomobilda harakatlanish uchun samarali yoqilg'i

hisoblanadi: benzin narxini oshirish, odatda harakat hajmini kamaytirishni talab etadi. Shunday qilib, benzin uchun soliq yo'llarni tirbandlik darajasini kamaytiradi. Shu bilan birga, benzin uchun soliq mutloq echim emas, sababi bu yo'llarda harakatlar hajmidan tashqari boshqa masalalarga ham ta'sir ko'rsatadi. Masalan, benzin uchun soliq tirbandlik qayd etilmagan yo'llarda ham harakatlar sonini kamaytirib yuboradi.

Baliq, kit va boshqa yovvoyi jonivorlar. Ba'zi bir tur jonivorlar umumiy resrs hisoblanishadi. Masalan baliq va kit tijorat qiymatiga ega, va har qanday kishi okeanga borib, u yerda mavjud bo'lgan hamma narsani tutib olishlari mumkin. Har kishi jonivorlar turlarini keyinga yilga ham saqlab qo'yishga kam rag'bat his qilishadi. Xuddi chorva yetishtirishning haddan ziyod ko'p soni Umumiy Maydonni barbod qilganidek, haddan ziyod ko'p baliq va kit ovlanishi dengiz jonivornlari ko'payishining tijorat maqsadlariga putur yetkazishi mumkin.

Okean eng kam tartibga solinuvchi umumiy resurs bo'lib qolmoqda. Ikki muammo oddiy yechimga ega. Birinchidan, okeanga ko'pgina davlatlar chiqish yo'llariga ega, shuning uchun har qanday yechim turli xil ma'no kasb etadigan xalqaro darajadagi hamkorlikni talab etadi. Ikkinchidan, okeanlar shu darajada yirikki, har qanday kelishuvni to'la qonli amalga oshirish juda qiyin. Natijada, baliq ovlash hatto odatda do'st mamlakatlar orasida ham o'ziga xos nizolarga sabab bo'lib qoladi.

AQShda baliq va boshqa yovvoyi jonivorlarni himoya qilishga qaratilgan turli xil qonunlar mavjud. Masalan, baliq tutish va ovchilik bilan shug'ullanish huquqini beruvchi litsenziya davlat xarajatlari baliqchilik va ovchilik muddatini kamayishiga sabab bo'ladi.

Baliqchilardan ko'p holatlarda kichik baliqlarni tashlab yuborishni va ovchilardan faqat alohida jonivorlarni o'ldirishni talab qilishadi. Barcha bu kabi qonunlar umumiy resurslardan foydalanishni bekor qiladi va jonivorlarni ko'payishiga xizmat qiladi.

Keys stadi. Nega sigirlar qirilib ketmadi?

Butun dunyo tarixida ko'pgina jonivorlar turlari qirilib ketish xavfi ostida bo'lishgan. Yevropaliklar ilk marta Shimoliy Amerikaga qadam qo'yishganida, 60 milliondan ortiq bizon (qo'tos)lar qit'adan ko'chib ketishiga majbur bo'lishgan. Undan tashqari, qo'toslarni ovlash 19-asrda shu darajada mashhur bo'lganki, 1900-yillarga kelib, ya'ni davlatlar ularni himoya qilishga kirishishlaridan oldin jonivorlar soni 400 tagacha qisqarib ketgan.

Ba'zi bir Afrika mamlakatlarida fillar xuddi shu kabi muammoga duch kelmoqda, brakonerlar jonivorlarni ularning suyaklari va tishlari uchun o'ldirishmoqda.

Shu bilan birga, barcha jonivorlar ham bu muammoga duch kelishganlari yo'q. Masalan, sigirlar qimmatli oziq-ovqat manbai hisoblanishadi, lekin hech kim sigirlarni yaqin orada qirilib ketadi deb hisoblamaydi. Amalda, mol go'shtiga bo'lgan katta talab ushbu jonivor turini saqlanib qolishiga o'ziga xos kafolat.

Nega fil suyagiga bo'lgan katta ehtiyoj fillarni qirilib ketishi uchun xavf bo'lishi mumkinu, ammo mol go'tiga bo'lgan ehtiyoj sigirlar saqlab qolinishiga kafolat manbaimi? Sababi shundaki, fillar aksariyat hollarda umumiy resurs hisoblanishadi, sigirlar bo'lsa xususiy mulk obyektidir.

Fillar qarovsiz holatda erkin ko'chib yurishadi. Har qanday brakoner o'zi topishi mumkin bo'lgan fillardan imkon qadar ko'prog'ini o'ldirishga intiladi. Brakonerlar juda ko'p va ular fillarni

saqlanib qolishi va tarqalishidan deyarli hech qanday manfaat ko'rishmaydi.

Bundan farqli o'laroq chorva mollari xususiy mulk bo'lgan fermalarda saqlanadi. Ferma egalari chorva sonini imkon qadar ko'payishidan manfaatdor, sababi ular daromad manbaidir.

Dunyo davlatlari hukumatlari fillarni saqlab qolishni ikki xil usul bilan amalga oshirishga urinib ko'rishishdi. Keniya, Tanzaniya va Uganda kabi davlatlarda fillarni o'ldirish va ularni suyagini sotishni noqonuniy faoliyat deb belgilab qo'yishdi. Biroq bu qonunlarni amalga oshirish qiyin kechdi va muammo aktual ko'rinishda saqlanib qoldi.

Botsvana, Malavi, Namibiya va Zimbabve kabi davlatlar esa fillar xususiy mulk sifatida kishilarga taqsimlab berishdi va faqatgina mulk egalari gina ularni o'ldirishga ruxsat berishdi. Yer egalari da endilikda fillarni saqlab qolishga rag'bat paydo bo'ldi va fillar soni ko'paya boshladi. Xususiy mulk va uning ortidagi daromad olish maqsadi sabab Afrika fillari yaqin oradi xuddi sigirlar kabi qirilib ketish muammosidan xalos bo'lishadi.

Nazorat savollari

1. Eksklyuzivlik yoki iste'moldan mahrum qilish xususiyati deganda nima tushunasiz? Iste'molda cheklanganlik xususiyati deganda nimani tushunasiz? Pitsa bo'lagi eksklyuzivlik xususiyatiga egami? Bu iste'molda cheklanganlik xususiyatiga egami?

2. Ommaviy mahsulotga ta'rif bering va unga misol keltiring. Xususiy bozor ommaviy mahsulot bilan o'z holicha yaxshi ta'minlab bera oladimi? Tushuntiring.

3. Xarajatar va daromadlar tahlili nima? Nega bu muhim? Nega bu qiyin?

4. Umumiy resurslarga ta'rif bering va misol keltiring. Davlatni aralashuvisiz kishilar bu mahsulotlardan qanday tartibda foydalanishadi? Nega?

XVII BOB. “MAKROIQTISODIYOT” FANIGA KIRISH

17.1. “Makroiqtisodiyot” fanining shakllanishi tarixi, predmeti va obyeksi

Makroiqtisodiyot ham mikroiqtisodiyot kabi iqtisodiy nazariyaning bir bo‘limini ifoda etadi. Grek tilidan tarjima qilganda “makro” so‘zi “katta” degan ma‘noni anglatadi (mos ravishda “mikro” - “kichik”), “iqtisodiyot” so‘zi esa – “xo‘jalik yuritish” ma‘nosini anglatadi. Shunday qilib, makroiqtisodiyot – bu iqtisodiyotdagi umumiy xatti-harakatlarni yoki uning yirik jamlanmalarini (agregatlarini) o‘rganuvchi fandır, bunda iqtisodiyot murakkab yirik yagona pog‘onaviy tashkil etilgan tizim sifatida, iqtisodiy jarayonlar va voqeliklar hamda ularning ko‘rsatkichlarining yig‘indisi sifatida qaraladi.

Birinchi bor “makroiqtisodiyot” atamasini taniqli norveg olimi iqtisodchi matematik, ekonometrikaning asoschilaridan biri, Nobel mukofotiga sazovor bo‘lgan Ragnar Frish (Ragnar Frisch) o‘zining 1933-yildagi maqolasida qo‘llagan. Biroq mazmunan zamonaviy makroiqtisodiy nazariya Kembridj maktabi vakiti taniqli ingliz iqtisodchisi lord Djon Meynard Keyns (John Maynard Keynes)ning fundamental mehnatlaridan boshlangan. 1936-yilda Keyns makroiqtisodiy tahlil asoslarini yoritgan “Bandlik, foiz va pullarning umumiy nazariyasi” nomli kitobi chiqdi. Keyns ishining ahamiyati shunchalik buyuk ediki, natijada iqtisodiy adabiyotlarda shu vaqtgacha an’anaviy ravishda yagona mavjud bo‘lgan iqtisodiy voqeliklarni klassik yondashuv asosida o‘rganuvchi, ya’ni

mikroiqtisodiy tahlil (klassik modelga) qarshi turuvchi “Keynscha inqilob” atamasi va keynscha makroiqtisodiy model yoki keynscha yondashuv yuzaga keldi.

Makroiqtisodiyot atamasi kundalik foydalanishga nisbatan yaqindagina kiritilgan bo‘lsada, makroiqtisodiy tahlil elementlari iqtisodiyot fani bilan deyarli birga paydo bo‘ldi. Mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishini yaxlit bir jarayon sifatida tadqiq qilish, unga turli elementlarining o‘zaro bog‘liqligi va o‘zaro ta’siri xos bo‘lgan tizim sifatida yondashish dastlab F.Kene asarlarida uchraydi. Fransiya qiroli Lyudovik XV ning saroy vrachi F.Kene 1758-yilda, milliy mahsulot ishlab chiqarish jarayoni pul oqimlarining doiraviy aylanishi sifatida tasvirlangan “Kene jadvali”ni tuzishda ilk bor makroiqtisodiy tahlil elementlarini qo‘lladi.

Makroiqtisodiy tahlilning tamal toshlari, J.B.Sey, L.Valras, V.Pareto va boshqa olimlar tomonidan XIX asrdanoq qo‘yilgan edi deb ta’kidlash mumkin. Keyinchalik, V.Leontev esa o‘zining tarmoqlararo balansi bilan makroiqtisodiyotni iqtisodiy nazariyaning alohida bo‘limi sifatida ajralib chiqishi uchun mustahkam asos yaratishdi. J.M. Keyns esa o‘zining “Ish bilan bandlilik, foiz va pulning umumiy nazariyasi” (1936-yil) asari bilan bu jarayonni mantiqiy yakuniga yetkazdi. Shu sababli ham J.M. Keyns makroiqtisodiyot fanining asoschisi sifatida tan olinadi.

Shunday qilib, makroiqtisodiyot o‘z predmeti va tadqiqot usullariga ko‘ra mustaqil fan sifatida XX asrning o‘rtalariga kelib shakllanib bo‘ldi.

Makroiqtisodiyot umumiy iqtisodiy nazariyaning bo‘limi hisoblanib, unda milliy xo‘jalik darajasida iqtisodiyotning fundamental muammolari tadqiq qilmadi.

Makroiqtisodiy nazariyaning ikki ko‘rinishi o‘zaro farqlanadi:

- a) pozitiv makroiqtisodiyot;
- b) normativ makroiqtisodiyot.

Pozitiv makroiqtisodiyot real iqtisodiy hodisalarni va ularning aloqadorliklarini o‘rganadi.

Normativ makroiqtisodiyot esa qaysi sharoitlar yoki jihatlar maqbul yoki nomaqbul ekanligini belgilaydi, harakatning aniq yo‘nalishlarini taklif etadi.

Shu joyda iqtisodiy nazariyaning ikki mustaqil bo‘limi sifatida makroiqtisodiyot va mikroiqtisodiyot fanlarining predmetlarini o‘zaro farqlab olishimiz zarur.

Mikroiqtisodiyot predmeti bo‘lib “belgilangan” iqtisodiy shart-sharoitlarda uy xo‘jaliklari va firmalar darajasidagi iqtisodiy qarorning qabul qilish mexanizmi hisoblanadi. Mikroiqtisodiy tahlil obyekti bo‘lib alohida tovarlar bozorlari, resurslar bozorlari, ulardagi talab va taklif hisoblansa, makroiqtisodiyotda milliy iqtisodiyot darajasidagi mehnat, pul, tovarlar va xizmatlar bozorlarining o‘zaro munosabatlari va o‘zaro ta’siri tahlil qilinadi.

Mikroiqtisodiyotda “belgilangan” deb qabul qilingan, ya’ni mikroiqtisodiy tadqiqot predmeti hisoblanmaydigan ko‘pgina ko‘rsatkichlar, jumladan iste’molchilarning daromadlari, jamg‘armalari, foiz stavkasining dinamikasini va uni belgilovchi omillarni makroiqtisodiyot tadqiq qiladi.

Makroiqtisodiyot yalpi ishlab chiqarishining barqaror o‘shishini, resurslarning to‘liq bandligini, inflyatsiyaning past sur‘atlarini va to‘lov balansining muvozanatini ta’minlash nuqtayi nazaridan mamlakat iqtisodiyotini bir butun holda tadqiq qiladi va uni makroiqtisodiy tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini o‘rganadi.

Keltirilgan ta’rifdan ko‘rinib turibdiki, makroiqtisodiyot predmetida o‘zaro bog‘liq uch jihatni ajratib ko‘rsatish mumkin. Bular:

1) milliy iqtisodiyot;
 2) davlat tomonidan iqtisodiy siyosatni yuritish va iqtisodiyotni tartibga solish;

3) jahon xo'jaligi doirasida milliy iqtisodiyotni boshqa mamlakatlar iqtisodiyoti bilan o'zaro munosabatlari masalasi.

1-jadvalda keltirilgan iqtisodiy nazariyaning ikki qismida ko'riladigan masalalar ro'yxati mikroiqtisodiyot va makroiqtisodiyot fanlari predmetlarini yaxshiroq farqlab olishga yordam beradi.

1-jadval.

Iqtisodiy nazariyaning asosiy masalalari va tarkibi⁹

Iqtisodiy nazariyaning masalalari	Iqtisodiy nazariyaning bo'limlari
Mikroiqtisodiyot	
Iste'molchilar bozordagi talab hajmi va tarkibini qanday belgilaydilar?	Iste'molchi talabi nazariyasi
Ishlab chiqaruvchilar mahsulot ishlab chiqarish hajmi va usullarini qanday aniqlashadi?	Mahsulot ishlab chiqarish va taklif etish nazariyasi
Bozor bahosi qanday tashkil topadi?	Tarmoq va umumiy iqtisodiy muvozanat nazariyasi
Mildliy daromad qanday taqsimlanadi?	Ishlab chiqarish omillar bahosini shakllantirish nazariyasi
Davlat ishlab chiqarish omillarini tarmoqlararo taqsimlash va milliy daromadni individlararo taqsimlashda ishtirok etishi kerakmi?	Ijtimoiy farovonlik nazariyasi

⁹ Тарасевич Л.С., Гребников П.И., Лусский А.И. Макроэкономика: Учебник. - 6-е изд., испр. и доп. - М.: Высшее образование», 2006, 14-с.

Makroiqtisodiyot

Milliy daromad miqdorini nima belgilab beradi?	Statik makroiqtisodiy muvozanat nazariyasi
Pul nima va uning roli qanday?	
Baholar darajasi nima va uning dinamikasini qaysi omillar belgilab beradi?	Pul nazariyasi Inflyatsiya nazariyasi
Bandlik darajasini nima belgilab beradi?	Ish bilan bandlilik nazariyasi.
Iqtisodiy konyunktura o'zgarishlarini qaysi omillar belgilab beradi?	Iqtisodiy davrlar nazariyasi
Barqaror iqtisodiy o'sishning shartlari qanday?	Iqtisodiy o'sish nazariyasi
Mamlakatning iqtisodiy konyunkturasiga tashqi dunyo qanday ta'sir ko'rsatadi?	To'lov balansi va valyuta kursi nazariyasi
Davlat barqaror iqtisodiy o'sishga erishishni qanday ta'minlashi mumkin?	Davlatning barqarorlashtirish siyosati nazariyasi

Bu subyektlar orasida davlatning roli bahsli masala hisoblanib kelmoqda. Keynschilar bozor tizimi mexanizmlarining iqtisodiyotni barqaror o'sishini ta'minlashga doim ham qodir emas va davlatning iqtisodiyotga aralashuvi zarur deb hisoblashsa, iqtisodiy nazariyaning klassik maktabi namoyandalari bunday aralashishga qarshi fikrlar bildirishadi.

Bugungi kunga kelib ko'pchilik mamlakatlarda davlatning iqtisodiyotdagi roli sezilarli darajada katta ekanligini hisobga olsak, davlatning iqtisodiy rivojlanish strategiyasini belgilash, bozor mexanizmlariga putur yetkazmagan holda iqtisodiyotni tartibga solish muhim ekanligiga iqror bo'lamiz. Davlat makroiqtisodiyotning boshqa

subyektlari xatti-harakatini belgilovchi omillarni hisobga olgan holda, barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta'minlash maqsadida, o'z tasarrufida mavjud bo'lgan vositalar orqali ularni yo'naltirib turadi. Bu vositalar esa fiskal (byudjet-soliq) va monetar (pul-kredit) siyosatdir. Xulosa qilib aytganda makroiqtisodiyot fani alohida mamlakatda iqtisodiy siyosatning va jahon xo'jalik aloqalarini tashkil etishning nazariy asosi hisoblanadi.

17.2. Makroiqtisodiyot fanining tadqiqot usullari

Makroiqtisodiyot fanining tadqiqot usullariga ilmiy mavhumlashish, analiz va sintez, deduksiya, induksiya, statistik kuzatuv, iqtisodiy matematik modellashtirish usullari kiradi.

Juda murakkab tizim hisoblangan milliy iqtisodiyotni tadqiq qilish o'ziga xos usullardan foydalanishni talab etadi. Son-sanoqsiz faktlarni, minglab ko'rsatkichlarni alohida-alohida o'rganib chiqish va ular borasida ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish o'ta qiyin vazifadir. Shu sababli ham makroiqtisodiyot fanida agregat kattaliklardan foydalanishga asoslangan tadqiqot usullaridan foydalaniladi.

Agregatlash, ya'ni bir qancha iqtisodiy ko'rsatkichlar va kategoriyalarni yagona makroiqtisodiy ko'rsatkich yoki kategoriyaga umumlashtirish orqali milliy iqtisodiyotdagi makroiqtisodiy jarayonlarni tadqiq qilish imkoniyati yuzaga keladi. Agregat ko'rsatkichlari yordamida minglab alohida bozorlarni mamlakatning yagona bozori sifatida ko'rib chiqish mumkin bo'ladi. Makroiqtisodiy tahlil jarayonida alohida tovarlar va hizmatlarning bahosi, ularga bo'lgan talab va ularni taklif etish hajmlari ko'rsatkichlari emas, balki agregat ko'rsatkichlar hisoblangan baholarning o'rtacha

darajasi, yalpi talab va yalpi taklif ko'rsatkichlaridan foydalaniladi. Davlat obligatsiyalari bo'yicha foiz stavkalari, Markaziy bankning hisob stavkasi, tijorat banklarining kreditlar uchun belgilagan foiz stavkalari kabi kapital uchun to'lov stavkalari umumlashtirilib ularning o'rtacha miqdori bozor foiz stavkasi deb yuritiladi va makroiqtisodiy tahlil jarayonida bu agregat ko'rsatkichdan foydalaniladi.

Makroiqtisodiy tahlilda asosiy tadqiqot usuli makroiqtisodiy jarayonlarni agregat ko'rsatkichlardan foydalangan holda iqtisodiy matematik modellashtirishdir.

Makroiqtisodiy modellar iqtisodiy ko'rsatkichlar va jarayonlar o'rtasidagi miqdoriy, sabab va oqibat bog'lamishlarini matematik formula, grafik va rasmlar ko'rinishida ifodalaydi.

Bunga yalpi talab va yalpi taklif (AD-AS) modelini, Keyns xochini, Fillips egri chizig'ini, IS-LM modelini, iqtisodiy o'sishning Domar, Xarrod va Solou modellarini keltirish mumkin. Bu modellarni bir vaqtning o'zida ham grafik ko'rinishda, ham algebraik formula ko'rinishida tasvirlash mumkin. Algebraik formulalar kabi makroiqtisodiy modellar ham ikki, uch yoki bundan ko'p o'zgaruvchili bo'lishi mumkin.

AD-AS modelida yalpi talab va yalpi taklif hajmlarining baholarini umumiy darajasi dinamikasi ta'sirida o'zgarishi va makroiqtisodiy muvozanatga erishish mexanizmi o'rganilssa, Fillips egri chizig'i yordamida ishsizlik va inflyatsiya ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlik tadqiq qilinadi.

Yuqorida sanab o'tilgan modellar barcha mamlakatlar iqtisodiyotini tahlil qilishda qo'llanaveradi. Ammo ularda keltirilgan empirik koeffitsiyentlar, turli iqtisodiy ko'rsatkichlarning o'zaro bog'liqligi xususiyati bir mamlakatda ikkinchisidan farq qilishi

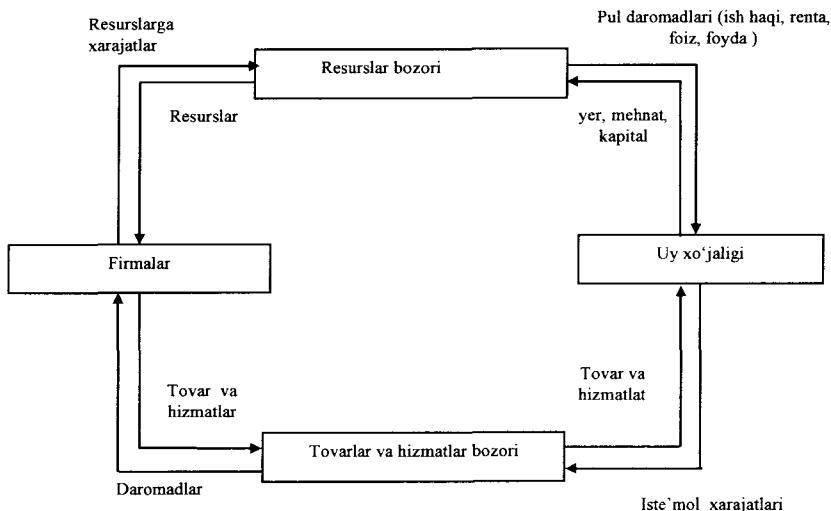
mumkin. Har qanday makroiqtisodiy modelda, u qanchalik sodda yoki murakkab bo‘lmasin, ma’lum darajada mavhumlikka yo‘l qo‘yiladi. Masalan, makroiqtisodiy tahlil davomida milliy iqtisodiyot ba’zan yopiq iqtisodiy tizim mavjud, ya’ni unga tashqi iqtisodiy aloqalari mavjud bo‘lmagan “yopiq iqtisodiyot” deb qaraladi. Amalda esa barcha mamlakatlar tashqi dunyo bilan iqtisodiy aloqalarga ega, ya’ni “ochiq iqtisodiyot”ga ega. Hech bir model iqtisodiy hodisa va jarayonlar o‘rtasidagi bog‘liqliklarni to‘la-to‘kis qamrab olmaydi. Shunga qaramasdan makroiqtisodiy modellardan foydalanish eng muhim iqtisodiy qonuniyatlarni aniqlash, qabul qilinadigan turli iqtisodiy qarorlarning olinishi mumkin bo‘lgan ko‘p variantli natijalarini oldindan aniqlab olish, makroiqtisodiy siyosatning turli yo‘nalishlarini muvofiqlashtirish imkonini beradi.

17.3. “Resurslar-tovarlar va hizmatlar” hamda “daromadlar–xarajatlar”ning doiraviy oqimi modeli

Har qanday iqtisodiy tizimda tovarlar va hizmatlarni takror ishlab chiqarishning umumiy jarayonini resurslar, tovar va hizmatlar, daromadlar hamda xarajatlarning **doiraviy oqimi modeli** ko‘rinishida tasavvur qilish mumkin. Bu sodda model makroiqtisodiy tahlil asosini tashkil etadi. Faqat xususiy mulkka tayangan (ya’ni davlat ishtiroki mavjud bo‘lmagan) yopiq iqtisodiyotda bunday doiraviy oqim firmalar va uy xo‘jaliklari o‘rtasida amalga oshiriladi (2-rasm).

Uy xo‘jaliklari ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan barcha iqtisodiy resurslarni resurslar bozoriga yetkazib beradilar, korxonalar esa bu resurslarni sotib olib turli xil mahsulotlarga, hizmatlarga aylantiradilar, so‘ngra esa ularni tayyor mahsulotlar va hizmatlar bozoriga yetkazib beradilar. Ayni paytda “resurslar – tovarlar va hizmatlar” oqimiga

qarama qarshi yo‘nalishda “daromadlar – xarajatlar”ning ham doiraviy oqimi amalga oshiriladi.

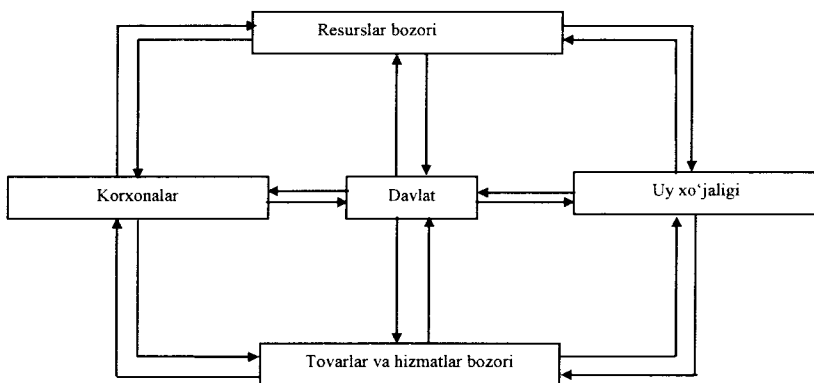


1-rasm. Sof bozor iqtisodiyoti sharoiti “resurslar – mahsulotlar” va “daromadlar – xarajatlar”ning doiraviy aylanishi modeli

Ya‘ni, uy xo‘jaliklari o‘zlari yetkazib bergan iqtisodiy resurslar evaziga daromad oladi hamda ularni tovarlar va xizmatlar iste‘mol qilish uchun sarflaydilar yoki aksincha korxonalar resurslar uchun sarf-xarajatlar qiladilar hamda tayyor mahsulotlarni sotish evaziga daromad oladilar.

Resurslar hamda tovarlar va xizmatlar oqimi jami taklifni, daromadlar va xarajatlar oqimi jami talabni ko‘rsatadi. Davlat ishtiroki mavjud bo‘lmagan yopiq iqtisodiyotda yalpi talab va yalpi taklifning o‘zaro teng bo‘lishi firmalarning yalpi sotuvi, yoki yalpi ishlab chiqarishi hajmi uy xo‘jaliklarining yalpi daromadlari, yoki yalpi daromadlariga teng bo‘lishi shaklida namoyon bo‘ladi.

Bu ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi tenglikning buzilishi ishlab chiqarishning pasayishi, inflyatsiya va ishsizlik darajalarining ko‘tarilib ketishiga sabab bo‘ladi. Davlat aralashuvi mavjud bo‘lgan iqtisodiyotda bu model ancha murakkab ko‘rinish oladi.



2-rasm. “Resurslar-tovarlar va xizmatlar” hamda “daromadlar – xarajatlar”ning davlat aralashuvi mavjud iqtisodiyotdagi doiraviy aylanishi modeli

Bunday iqtisodiyotda resurslar – tovarlar va xizmatlar, daromadlar-xarajatlarning uzluksiz harakati ham bozor mexanizmlari orqali, ham davlat aralashuvi bilan ta‘minlanadi. Bunda hukumat ishlab chiqaruvchilar va iste‘molchilarning harakatini bevosita boshqarmaydi, balki resurslar va tovarlar bozorlarida qatnashish orqali ularning iqtisodiy faoliyatiga qulay sharoitlar yaratadi. Davlat korxonalar va uy xo‘jaliklarini soliqqa tortish bilan birga korxonalarga subsidiyalar berish, aholiga transfert to‘lash orqali ularning ishlab chiqarish imkoniyatlari va xaridga qodir talablariga ta‘sir etadi. Ayni paytda davlat resurslar bozorida hamda tovarlar va xizmatlar bozorida sotib oluvchi sifatida ishtirok etadi. Davlat o‘z ishtiroki bilan firmalarning

ishlab chiqarish hajmlari va uy xo'jaliklarining tovarlar va xizmatlar xarid qilish miqdorlari to'g'risidagi qarorlari o'zaro mos kelmagan hollarda ro'y beradigan iqtisodiy tebranishlarni tartibga solib turadi. Ochiq iqtisodiyot sharoitida doiraviy oqimlar modeli yanada murakkablashadi. Endi unda to'rtinchi makroiqtisodiy subyektn – tashqi dunyo ham paydo bo'ladi. Chet el investitsiyalarining kiritilishi va xorijga investitsiya qilish, eksport va import operatsiyalari shu jumladan moliyaviy bozor orqali jamg'armalarning investitsiyalarga oqib o'tishi va moliyaviy mablag'larning qayta taqsimlanishini e'tiborga olsak ko'rib o'tilgan model mukammal emasligiga iqror bo'lamiz. Ammo shu ko'rinishda ham bu model makroiqtisodiy jarayonlarni yaxlit holda tasavvur qilishga imkon beradi. Doiraviy oqimlar modelidan chiqariladigan xulosa shuki, davlat, firmalar, uy xo'jaliklari va tashqi dunyoning yalpi xarajatlari yalpi ishlab chiqarish hajmiga teng bo'lishi resurslar, tovarlar va xizmatlar oqimlari (ya'ni real oqim) bilan daromadlar va xarajatlar oqimlari (ya'ni pul oqimlari) o'zaro teng bo'lishining asosiy shartidir. Yalpi xarajatlar hajmining oshishi ishlab chiqarish hajmlari va ish bilan bandlilik darajasining o'sishiga olib keladi. Bu esa o'z navbatida yalpi daromadlarning oshishiga sabab bo'ladi. Kattaroq hajmdagi yalpi daromadlar unga mos hajmdagi yalpi xarajatlarni belgilab beradi. Sabab oqibat bog'lanishlari o'rin almashishi tufayli doiraviy oqimlar modeli doiraviy aylanish ko'rinishini oladi. Iqtisodiyot barqaror rivojlanib borishi uchun yalpi xarajatlar to'xtovsiz o'sib borishi shart. Bu vazifa byudjet-soliq siyosati vositalari bo'lgan soliqlarni hamda davlat xarajatlarini o'zgartirish hamda pul-kredit siyosati vositalari yordamida pul massasini o'zgartirish orqali bajariladi.

Nazorat savollari

1. Mavzuni mustahkamlash uchun savollar
2. Makroiqtisodiyot fani predmetining o'ziga xos xususiyati nimada va u mikroiqtisodiyot predmetidan nimasi bilan farq qiladi?
3. Pozitiv va normativ makroiqtisodiyot tushunchalariga izoh bering.
4. Makroiqtisodiyot subyektlari orasida davlatning ro'li qanday?
5. Agregat ko'rsatkichlar deganda nimani tushunasiz? Makroiqtisodiy tahlilda agregat ko'rsatkichlardan foydalanish zaruriyati nima uchun yuzaga keladi?
6. Makroiqtisodiy modellarning mohiyatiga izoh bering.
7. Zaxiralarni tavsiflovchi ko'rsatkichlar va oqimlarni tavsiflovchi ko'rsatkichlar o'rtasida qanday bog'liqliklar mavjud?
8. "Resurslar – tovarlar va hizmatlar" hamda "daromadlar – xarajatlar"ning doiraviy oqimi modelidagi qarama-qarshi omillarga izoh bering.
9. Doiraviy oqimlar modelini doiraviy aylanish tusini olishining shartlari qanday?
10. Makroiqtisodiy siyosatning muhim vazifalari nimalardan iborat?

XVIII BOB. MAKROIQTISODIY KO‘RSATKICHLAR

18.1. Milliy iqtisodiyotni tahlil qilishda qo‘llaniladigan asosiy ko‘rsatkichlar

Mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishini tahlil qilish, milliy iqtisodiyot rivojlanishidagi muammolarni aniqlash hamda uni yanada rivojlantirish bo‘yicha chora-tadbirlar ishlab chiqarish uchun bir qator iqtisodiy ko‘rsatkichlardan foydalaniladi. Alohida firmalar faoliyatiga baho berishda qo‘llaniladigan ko‘rsatkichlardan farqli tarzda bu ko‘rsatkichlar milliy iqtisodiyotning barcha subyektlari faoliyatiga umumiy baho berish, makroiqtisodiy tahlil o‘tkazish, mamlakat iqtisodiyotining jahon xo‘jaligida raqobatga bardoshliligi darajasini aniqlash imkonini beradi.

Bu ko‘rsatkichlarga quyidagilar kiradi:

- Yalpi ichki mahsulot (YaIM), Sof ichki mahsulot (SIM), Milliy daromad (MD), Shaxsiy daromad (ShD), Shaxsiy tasarrufdagi daromad (ShTD), Iste‘mol (S), Jamg‘arish (S) ko‘rsatkichlarining hajmi va o‘shish sur‘atlari;

- iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishi;

- mamlakat eksporti va importi hajmi, tarkibi, YaIMdagi ulushi va o‘shish suratlari;

- resurslardan foydalanishning samaradorligini xarakterlovchi ko‘rsatkichlar (Mehnat unumdorligi, Fond qaytimi);

- davlat byudjeti taqchilligi, deflyator, iste‘mol baholari indeksi, inflyatsiyaning o‘shish sur‘atlari;

- ishsizlik darajasi va ishsizlar soni, aholining ish bilan bandlik darajasi;

- aholining moddiy ne‘matlar va xizmatlar iste‘moli hajmi, ularning jamg‘armalari, ish haqining quyi miqdori va boshqalar.

Davlat byudjeti taqchilligi va inflyatsiya sur‘ati kabi ko‘rsatkichlar umumiy makroiqtisodiy vaziyatga baho berishda qo‘llanilsa, YaIM,

SIM, MD, ShD, ShTD, S, S ko'rsatkichlari milliy ishlab chiqarishning parametrlarini va dinamikasini tahlil etishda foydalaniladi.

Bu ko'rsatkichlar iqtisodiyotning barcha subyektlari faoliyatlarini natijasi sifatida aniqlanib, ularni hisoblashning asosini Milliy hisobchilik tizimi (MHT) tashkil etadi. MHT mamlakat buxgalteriyasi vazifasini o'tagan holda uning standartlaridan kelib chiqqan holda makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni hisoblash, mamlakatlararo taqqoslovlarni amalga oshirish imkonini beradi.

Mamlakat iqtisodiyotining haqiqiy holatini o'rganish, unga tizimli baho berish uchun yuqorida sanab o'tilgan barcha ko'rsatkichlardan foydalanish zarur, aks holda bir tomonlama yondashuvga yo'l qo'yilishi mumkin.

18.2. Yalpi ichki mahsulot tushunchasi va uni hisoblashning asosiy shartlari

Makroiqtisodiy statistika va tahlilida uzoq davr mobaynida yalpi milliy mahsulot va yalpi icliki mahsulot ko'rsatkichlaridan baravar foydalanib kelindi. Har ikkala agregat ko'rsatkich ham mamlakatdagi iqtisodiy faollik darajasini xarakterlasada kapital va ishchi kuchi migratsiyasi mavjudligi sababli ular o'zaro farq qilishadi.

Bugungi kunga kelib Milliy hisobchilik tizimini qo'llaydigan deyarli barcha davlatlarda yalpi ichki mahsulot ko'rsatkichi asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkich sifatida tan olindi.

Ko'pgina iqtisodiy adabiyotlarda YaIMga ishlab chiqarilishida qo'llanilgan resurslar qaysi davlatga tegishliligidan qat'iy nazar, mamlakatning jug'rofiy hududida yaratilgan pirovard tovarlar va xizmatlarning bozor baholari yig'indisi deb ta'rif berib kelingan.

1993-yilda qabul qilingan BMT MHTning yangi talqiniga ko'ra Yalpi ichki mahsulot (YaIM) tushunchasiga aniqliklar kiritildi.

Yangicha talqiniga ko'ra:

YaIM – mamlakat rezidentlari tomonidan ma'lum muddat davomida ishlab chiqarilgan pirovard tovarlar va xizmatlar bozor baholarininng umumiy yig'indisidan iborat.

YaIMning “ichki” deb atalishiga sabab uning mamlakat rezidentlari tomonidan yaratilishidir. Rezident deganda faqatgina mamlakatning yuridik va jismoniy shaxslari tushunilmaydi. Chunki mamlakat yuridik shaxsi boshqa mamlakat hududida bir yildan ortiq faoliyat yuritisa o‘sha mamlakat rezidenti deb qaraladi.

“Milliy tegishliligi va fuqaroliligidan qat’iy nazar, mazkur mamlakatning iqtisodiy hududida iqtisodiy manfaat markaziga ega bo‘lgan (ishlab chiqarish faoliyati bilan shug‘ullanadigan, yoki mamlakat hududida bir yildan ortiq yashayotgan) barcha iqtisodiy birliklar (korxonalar, uy xo‘jaliklari) rezident hisoblanishadi”¹⁰.

Elchixonalar va harbiy bazalar o‘zlariga tegishli bo‘lgan mamlakatlarning iqtisodiy makoni bo‘lib qolaveradilar. Aynan shu jihat YaIMni hisoblashda iqtisodiy va jug‘rofiy hudud o‘rtasidagi farq deb qaraladi.

YaIM uch xil usul bilan hioblanadi:

- 1) ishlab chiqarish usuli;
- 2) xarajatlar usuli;
- 3) daromadlar usuli.

Har uchala usul bilan hisoblangan YaIM ko‘rsatkichi hajmi statistik xatolar istisno etilganda o‘zaro teng bo‘lishi lozim. Shu bilan birga har uchala usul bilan YaIM ko‘rsatkichni hisoblashda o‘ziga xos talablarga amal qilinishi talab etiladi.

Ishlab chiqarish usulida hisoblangan YaIM yakuniy tovarlar va hizmatlarni ishlab chiqarishning turli bosqichlarida qo‘shilgan qiymatlar yig‘indisi sifatida aniqlanadi. YaIMni bu usulda aniqlash statistik jihatdan qulay bo‘lishi bilan birga uni hisoblashning muhim shartiga amal qilish, ya’ni bir qiymatni ikki bor hisobga olish yoki oraliq mahsulot qiymatini YaIMga kiritib yuborishning oldini oladi.

Ishlab chiqarish hajmini to‘g‘ri hisoblash uchun joriy yilda ishlab chiqarilgan tovar va ko‘rsatilgan hizmatlar qiymati bir marta hisobga olinish kerak. Ko‘pgina mahsulotlar bozorga borguncha bir nechta ishlab chiqarish bosqichini o‘taydi. Shu sababli YaIMda ayrim

¹⁰ Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика: Учебник.-7-е изд. перераб. и доп.- М.: Издательство “Дело и сервис”, 2005. 25-с.

mahsulotlarni ikki va undan ko'p marta hisobga olmaslik uchun, faqat pirovard mahsulotning bozor qiymati hisobga olinadi, oraliq mahsulotlar esa hisobga olinmaydi.

Yakuniy tovarlar va xizmatlar deganda ularning ishlab chiqarish, yoki ichki ayirboshlash siklidan chiqqan, yakuniy iste'mol, jamg'arish yoki eksport uchun foydalaniladigan qismi tushuniladi.

Yakuniy tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqarishda sarflangan oraliq tovarlar va xizmatlar bahosi YaIMga qo'shilmaydi.

Qo'shilgan qiymat tovar va xizmatlarning sotish bahosi bilan ularni ishlab chiqarish uchun foydalanilgan xomashyo va materiallarni sotib olishga qilingan xarajatlar o'rtasidagi farq ko'rinishida aniqlanadi.

Ishlab chiqarish usulida aniqlangan YaIM ko'rsatkichining strukturasi va undagi siljishlarni tahlil qilish juda muhim xulosalar beradi. Alohida tarmoqlarning mamlakat iqtisodiyotida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymatdagi ulushi, bu ulushning o'zgarishi bu mamlakatning iqtisodiy rivojlanish darajasi va kutilayotgan istiqboliga baho berish imkonini beradi.

Bu usul yakuniy foydalanish usuli deb ham yuritilib, unda YaIMni hisoblash uchun yakuniy mahsulotlarni sotib olishga qilingan barcha xarajatlar o'zaro qo'shib chiqiladi. Bu xarajatlar quyidagicha guruhlanadi:

Uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlari (S):

- a) uzoq muddat foydalaniladigan iste'mol buyumlari sotib olishga;
- b) kundalik foydalaniladigan iste'mol buyumlari sotib olishga;
- d) iste'mol xizmatlari to'loviga.

Yalpi ichki xususiy investitsiya xarajatlari (I):

- a) asbob-uskunalar, mashinalarni yakuniy sotib olishga;
- b) korxonalar, inshootlar, turar-joy binolarini qurishga sarflangan;
- d) tovar zaxiralari o'rtasidagi farqlar yoki zaxiralarning o'zgarishi.

Tovar va xizmatlarning davlat xaridi (G).

Bu guruh xarajatlariga mahalliy va markaziy boshqaruv hokimiyati idoralari tomonidan korxonalarining pirovard mahsulotlari va resurslari xaridi (avtomobil yo'llari va pochta muassasalari qurilishi, davlat korxonalarida to'lanadigan ish haqi) xarajatlari kiritiladi. Lekin shu

o'rinda ta'kidlash lozimki, bu xarajatlarga davlat transfert to'lovlari kiritilmaydi.

YaIMni xarajatlar orqali hisoblash formulasini quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$\mathbf{YaIM = S + I + G + Xp}$$

Sof eksport (Xp): mamlakatning import va eksport operatsiyalari bo'yicha xarajatlar o'rtasidagi farq.

YaIMni daromadlar bo'yicha aniqlashda yakuniy mahsulotni ishlab chiqarish jarayonida rezident-ishlab chiqarish birliklari tomonidan, qo'shilgan qiymatlar hisobidan, to'langan dastlabki daromadlar qo'shib chiqiladi.

YaIMni daromatlari yig'indisi ko'rinishida hisoblashda asosan quyidagi ko'rsatkichlardan foydalaniladi:

- sof bilvostia soliqlar (Tn) – bilvosita soliqlar (qo'shilgan qiymat solig'i, aksizlar, bojxona bojlari) va subsidiyalar hajmlari o'rtasidagi farq;

- yollanma ishchilarning ish haqlari (W) – xususiy va davlat kompaniyalarining yollanma ishchilarga hisoblagan barcha turdagi mehnat haqi to'lovlarining nominal miqdori plyus ish beruvchilar tomonidan ish haqi fondiga nisbatan hisoblanib to'lanadigan ijtimoiy sug'urta ajratmalari.

- Korporatsiyalarning yalpi foydasi + nokorporativ korxonalar daromadi (R).

Nokorporativ korxonalar – kichik hajmdagi, uy xo'jaliklariga tegishli korxonalar bo'lib, ularda korxonalar foydasi va korxonalar egasining ish haqi elementlari o'zaro qo'shib ketgan bo'ladi. Bu holat aralash daromad atamasini qo'llashga sabab bo'ladi.

$R =$ Korporatsiyalarning sof foydasi (R_1) + nokorporativ korxonalar sof daromatlari (R_2) + amortizatsiya (A);

YaIMni daromadlar ko'rinishida yalpi qo'shilgan qiymatni ko'rsatilgan uch guruhga bo'lib topish mumkin:

$$\mathbf{YaIM = Tn + W + R}$$

Olingan dastlabki daromadlar qayta taqsimlanishi natijasida dividend, renta, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalardan olingan reinvestitsiya ko'rinishidagi daromadlar paydo bo'ladi.

Shuningdek, YaIMni daromadlar ko'rinishida aniqlashda, iqtisodiy nazariyada, daromatlarni quyidagi komponentlarga bo'lish ko'zda tutiladi:

- amortizatsiya (A);
- bilvostia soliqlar (T);
- yollanma ishchilarning ish haqlari (W);
- ijara haqi to'lovi va renta ko'rinishidagi daromadlar (R1);
- kapital uchun olingan foiz daromatlari (R2);
- mulkdan keladigan daromad (nokorporativ korxonalar daromadi (R1);
- korporatsiya foydasi (R2).

Korporatsiyalar foydasi o'z navbatida quyidagilarga bo'linadi:

- a) korporatsiyasi foydasidan to'lanadigan soliqlar (R1.1);
- b) hissadorlar o'rtasida taqsimlanadigan dividendlar (R1.2);
- d) korporatsiyaning taqsimlanmagan foydasi (R1.3).

Keltirilgan yondashvuga ko'ra:

$$\text{YaIM (Y)} = \text{A} + \text{T} + \text{W} + \text{R1} + \text{R2} + \text{R1} + \text{R2}$$

Xarajatlar va daromadlar ko'rinishida hisoblab topilgan YaIM hajmi o'zaro mos keladi. Chunki milliy iqtisodiyot doirasida bir subyekt tomonidan qilingan har qanday xarajat ikkinchi subyekt uchun daromad bo'lib tushadi.

18.3. Milliy hisobchilik tizimidagi boshqa ko'rsatkichlar va ular o'rtasidagi nisbat

Milliy hisobchilik tizimiga ko'ra milliy iqtisodiyot rivojlanishini tahlil etish uchun YaIM ko'rsatkichidan boshqa yana bir qator ko'rsatkichlardan foydalaniladi. Bu ko'rsatkichlar jumlasiga Yalpi milliy daromad (YaMD) ko'rsatkichi ham kiradi. Bu ko'rsatkich MHTning oldingi ko'rinishida hisoblangan Yalpi milliy mahsulot (YaMM) ko'rsatkichi bilan mohiyatan bir xil.

YaMD – mamlakat rezidentlari tomonidan, mamlakatda va mamlakat tashqarisida, ishlab chiqarishda ishtirok etish va mulkdan olgan boshlang‘ich daromadlari yig‘indisidir.

YaIM va YaMD ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi farqni quyidagi formula ko‘rinishida tasavvur etish mumkin:

YaMD = YaIM + mamlakat rezidentlari tomonidan xorijdan olingan daromadlari – norezidentlarning mamlakatdan xorijga jo‘natgan daromadlari.

YaIM va YaMD ning prinsipal farqlari shundaki, ulardan birinchisi mamlakat rezidentlari tomonidan ishlab chiqarilgan yakuniy tovarlar va xizmatlar oqimini o‘lchasa, ikkinchisi ular olgan boshlang‘ich daromadlarni o‘lchaydi.

Sof ichki mahsulot (SIM) va **Sof milliy daromad (SMD)** ko‘rsatkichlari YaIM va YaMD ko‘rsatkichlaridan amortizatsiya (iste‘mol qilingan asosiy kapital) summasi miqdoriga farq qiladi.

$$\text{SIM} = \text{YaIM} - \text{A}$$

$$\text{SMD} = \text{YaMD} - \text{A}$$

Makroiqtisodiy tahlilda, shuningdek, MHTga kirmagan Shaxsiy daromad (**ShD**) ko‘rsaikichi ham qo‘laniladi.

ShD = SMD – [ISA (Ijtimoiy sug‘urta ajratmalari) + T (bilvosita soliqlar) + (R1.1) korporatsiya foydasiga soliqlar) + R1.3 (Korporatsiya-larning taqsimlanmagan foydasi + biznesning foiz daromadlari] + transfert to‘lovlari (TR) + foizlar ko‘rinishida olingan shaxsiy daromad.

Foizlar ko‘rinishida aholi olgan daromadga davlat qarzlari bo‘yicha olingan foiz daromadlari ham kiritiladi.

Shaxsiy daromaddan aholi to‘laydigan daromad solig‘i, mulk solig‘i va ayrim nosoliq to‘lovlarini ayirib tashlab **shaxsiy tasarrufdagi daromad (ShTD)** ko‘rsatkichi topiladi.

ShTD uy xo‘jaliklari tomonidan **iste‘mol (C)** va **jamg‘arish (S)** uchun ishlatiladi.

$$\text{ShTD} = \text{C} + \text{S}$$

Makroiqtisodiy tahlilda uy xo‘jaliklarining ShTD va Yalpi milliy tasarrufdagi daromad (YaMTD) ko‘rsatkichlari o‘zaro farqlanadi.

YaMTD = YaMD + Xorijdan olingan sof transfertlar

Xorijdan olingan sof transfertlar = Mamlakat tashqarisidan olingan transfertlar – Mamlakatdan tashqariga berilgan transfertlar)

Yalpi milliy tasarrufidagi daromad yakuniy iste'mol va milliy jamg'arish uchun ishlatiladi.

YaMTD = Yakuniy iste'mol + Milliy jamg'armalar

Yakuniy iste'mol uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlaridan tashqari hukumatning iste'molga xarajatlarini ham o'z ichiga oladi.

18.4. Nominal va real YaIM

Iqtisodiyotda mavjud bo'lgan inflyatsiya jarayonlari YaIMni hisoblashni qiyinlashtiradi. Bu ko'rsatkich dinamikasi bir vaqtning o'zida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar miqdor va baho darajalarining o'zgarishini ifodalaydi. Bu shuni bildiradiki, YaIM miqdoriga bir vaqtning o'zida ham ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning fizik hajmi, ham baho darajasi o'zgarishi ta'sir ko'rsatadi.

Iqtisodiyotda doimiy inflyatsiya jarayonining mavjudligi makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni taqqoslama baholarda hisoblashni zarur etib qo'yadi. Chunki, inflyatsiya iqtisodiyotning real holatini buzib ko'rsatadi. Iqtisodiyotni tahlil qilish, muammolarni aniqlash hamda boshqaruv qarorlarini qabul qilishni qiyinlashtiradi. Bu vazifani bajarish uchun joriy baholarda hisoblangan nominal ko'rsatkichlardan emas, balki taqqoslama (bazis) baholarda hisoblangan real ko'rsatkichlardan foydalanish zarur. Ayrim yagona firmadan farqli o'laroq milliy iqtisodiyotda juda ko'p sonli tovarlar va hizmatlar ishlab chiqarilishi sababli ularning barchasini bir varakayiga taqqoslama baholarda hisoblash qiyin. Shu tufayli YaIM tarkibida katta ulushni tashkil etgan eng muhim tovarlar va hizmatlar bahosining o'zgarish koeffitsiyenti (baholar indeksi) hisoblab topilib olingan natija butun milliy iqtisodiyot uchun tatbiq etiladi.

Baholar indeksini yoki inflyatsiya darajasini hisoblash uchun:

- deflyator (Paashe indeksi);

- iste'mol narxlari indeksi (Laspeyres indeksi);
 - sanoat ishlab chiqarish baholari indeksleri hisoblanishi lozim.
- Deflyator ko'rsatkichi quyidagi formula bilan hisoblanadi:

$$\text{Deflyator} = \frac{\sum Q^i_1 P^i_1}{\sum Q^i_1 P^i_0} \cdot 100$$

Bu yerda: i – deflyatorni hisoblash uchun bozor savatiga kiritilgan tovarlar soni;

Q^i_1 – joriy yilda bozor savatiga kiritilgan i – tovar yoki xizmatlar hajmi miqdori (Masalan 2 kg shakar, 2 dona ko'ylak va h.k);

P^i_1 – joriy yilda bozor savatiga kiritilgan i — mahsulotning shu yilga bahosi;

P^i_0 – joriy yilda bozor savatiga kiritilgan i – mahsulotning bazis yildagi bahosi.

Deflyatorni hisoblash shartlari:

- odatda o'tgan yilga nisbatan hisoblanadi;
- bozor savati joriy yilda aniqlanib keyingi yillarda o'zgartirilishi mumkin;
- bozor savatiga ham iste'mol ishlab chiqarish xarakteridagi tovarlar va xizmatlar kiritiladi;
- bozor savatiga kiritilgan tovarlar va xizmatlar turlarining umumiy YaIM dagi ulushi katta qismini tashkil qilishi kerak;
- bozor savatiga kiritilgan tovarlar va xizmatlar hajmlari o'rtasidagi nisbat ularning YaIM dagi ulushlari o'rtasidagi nisbatga mos kelishi kerak.

$$\text{Real YaIM} = \frac{\text{Nominal YaMM}}{\text{Deflyator}} \cdot 100$$

Iste'mol narxlari indeksi quyidagicha aniqlanadi:

$$INI = \frac{\sum Q_i^1 P_i^1}{\sum Q_i^0 P_i^0} \cdot 100$$

Bu yerda:

Q_i^0 – bazis yilda bozor savatiga kiritilgan i – tovar va xizmatlar hajmi;

P_i^1 – i – tovarning joriy yildagi bahosi;

P_i^0 – i – tovarning bazis yildagi hajmi.

Iste'mol narxlari indeksi hisoblashning shartlari;

- bozor savati bazis yil uchun aniqlanadi va bir necha yil davomida o'zgarmaydi;

- bozor savatiga faqat iste'mol xarakteridagi tovarlar va xizmatlar kiritiladi;

- bozor savatiga kiritilgan tovarlar va xizmatlarning hajmi iste'mol xarajatlarining katta qismini tashkil etishi kerak.

INI ko'rsatkichining kamchiligi shundaki, bozor savati tarkibi o'zgarmas bo'lganligi tufayli aholi iste'moli tarkibida tovarlar va xizmatlar ulushining o'zgarganligini, shuningdek, tovarlar va xizmatlar sifatida ro'y bergan o'zgarishlarni hisobga olish imkonini bermaydi. Shu sababli bu indeks baholar darajasini biroz oshirib ko'rsatadi.

YaIM deflyatori esa bozor savatiga joriy yilda kiritilmay qolgan tovarlar baholarining oshishini hisobga olish imkonini bermasligi tufayli baholar darajasini biroz pasaytirib ko'rsatadi. Shu sababli bu ikki indeksning o'rtacha darajasini xarakterlovchi Fisher indeksi hisoblanadi:

$$I_f = \sqrt{I_{def} \cdot I_{ini}}$$

Sanoat ishlab chiqaruvchilar baho indeksi iste'mol narxlari indeksi singari hisoblanadi. Lekin bozor savatiga sanoat mahsulotlarigina kiritilib ular ulgurji baholarda hisoblanadi.

Nazorat savollari

1. Milliy iqtisodiyotni tahlil qilish uchun foydalaniladigan ko'rsatkichlardan qaysilari makroiqtisodiy ko'rsatkichlar hisoblanadi?

2. Qo'shilgan qiymat, yakuniy mahsulot, oraliq mahsulot ko'rsatkichlarini tavsiflab bering.

3. Nima uchun YaIM ko'rsatkichini qayta hisoblashdan ehtiyot bo'lish zarur va bunga qanday erishiladi?

4. YaIMni xarajatlar bo'yicha hisoblashda qo'llaniladigan komponentlar tarkibini sanab o'ting.

5. O'zbekiston Respublikasida YaIMning ishlab chiqarish strukturasi tahliliy sharh bering.

6. YaIMni taqsimot usulida aniqlashda MHTning yangi talqinida keltirilgan hamda iqtisodiy adabiyotlarda qo'llab kelinayotgan uslublardagi farqlarni tushuntirib bering.

7. YaMD ko'rsatkichi qanday hisoblanadi va YaIM ko'rsatkichidan nimasi bilan farq qiladi?

8. ShD, ShTD, YaMTD ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlik va farqlar nimada?

9. Baholar indekslarini va real YaIMni hisoblash zaruratini asoslab bering?

10. YaIM deflyatori va iste'mol narxlari indeksi ko'rsatkichlarining farqlarini izohlang.

XIX BOB. IQTISODIY DAVRLAR VA TEBRANISHLAR

19.1. Iqtisodiy o'sish tushunchasi va uning o'lchanishi

Jamiyat taraqqiyotini ifodalovchi asosiy mezonlardan biri iqtisodiy o'sishdir. Bu obyektiv qonuniyat bo'lib, aholi o'sishi va fan-texnika jarayonlari bilan bog'langan. U milliy iqtisodiyot rivojlanishi harakatini ko'rsatadi va shu sababli vaqtning ma'lum davrlariga (chorak, yil va undan o'zoq vaqtga) makroiqtisodiy ko'rsatkichlarni (YaIM, SIM, MD) taqqoslash yo'li bilan o'lchanadi.

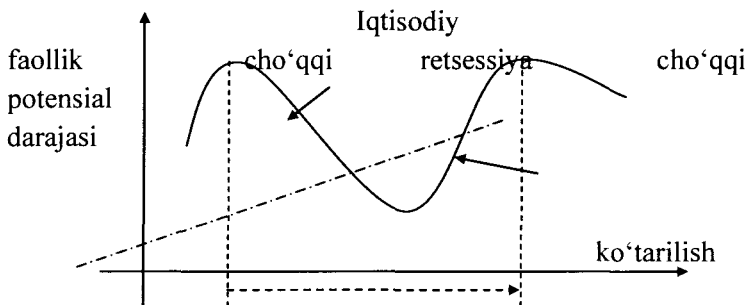
Iqtisodiy o'sish ikki usul bilan aniqlanadi va o'lchanadi.

Birinchi usul real YaIMni o'tgan davrga nisbatan o'zgarishi sifatida aniqlanadi va mamlakatning umumiy iqtisodiy imkoniyatlari harakatini ifodalash uchun ishlatiladi. Ikkinchi usul real YaIMni o'tgan davrga nisbatan aholi jon boshiga o'zgarishi sifatida aniqlanadi va mamlakat ijtimoiy rivojlanish darajasini va harakatining sifat o'zgarishlarni ifodalash uchun foydalaniladi.

Iqtisodiy o'sishning aholi jon boshiga hisoblash ko'rsatkichlari makroiqtisodiy tahlil qilish va istiqbolni belgilash, xalqaro taqqoslashda ko'proq ishlatiladi. Iqtisodiy o'sish sur'atlari va qo'shimcha o'sish sur'atlari bir-biridan farqlanadi.

Mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanish tariximi o'rganish, ulardan hech biri uzoq muddatda bir tekis rivojlanmaganligi, aksincha, barcha mamlakatlar uchun davriy rivojlanish xos ekanligini ko'rsatadi.

Ishlab chiqarish, bandlilik va inflyatsiya darajasining davriy tebranishga iqtisodiy davr (sikl)lar deyiladi. Ayrim iqtisodiy davrlar boshqalaridan o'tish davrining davomiyligi va faolligi bilan farq qiladi. Shunga qaramasdan ularning barchasi bir xil bosqichlardan tashkil topadi (4-rasm).



pasayishning quyi nuqtasi iqtisodiy davr vaqt

1-rasm. Iqtisodiyotning davriy rivojlanishi

Iqtisodiy davrlar to'rtta bosqichni o'z ichiga oladi. Birinchi bosqich iqtisodiy rivojlanishning eng yuqori darajasiga erishilgan bosqich bo'lib, u "**cho'qqi**" deb yuritiladi. Bu iqtisodiyotda ish bilan to'liq bandlik, ishlab chiqarish to'la quvvatda ishlayotganligi, shuningdek, mahsulotlarning baho darajasining o'sish holati kuzatiladi.

Keyingi bosqich **pasayish (retsessiya)** bosqichidir. Bunda ishlab chiqarish va bandlik darajalari kamayadi, ammo bahoning o'sish darajasi pasaymaydi. Bu bosqich faol va uzoq davom etsagina bahoning o'sish darajasi sustlashishi mumkin. **Pasayishning quyi nuqtasida** ishlab chiqarish va bandlik eng quyi darajaga tushadi va turg'unlik davri boshlanadi.

Ko'tarilish bosqichida ishlab chiqarish va bandlik darajasi asta-sekin oshib, ishlab chiqarish quvvatlaridan to'liq foydalanish va to'liq bandlik darajasiga erishiladi.

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, iqtisodiy davrlar bir xil bosqichlarga ega bo'lsada, ammo ular davomiyligi va faolligiga ko'ra o'zaro farq qilib turadi. Shuning uchun ham iqtisodchilar, bu jarayonlarni iqtisodiy davrlar deb emas, balki iqtisodiy tebranishlar deb atash to'g'ri bo'ladi deb hisoblashadi. Iqtisodiy tebranishlarning asosiy sababi sifatida iqtisodchilar uch omilni ko'rsatadi.

Birinchi guruh olimlar iqtisodiy tebranishlarning asosiy sababi texnika va texnologiyalarda ro'y beradigan o'zgarishlar deb hisoblaydilar. Ularning fikricha fan-texnika yutuqlarini qo'llash natijasida iqtisodiyotda o'sish ro'y beradi. Masalan avtomobilning yaratilishi, yoqilg'i sanoati, neft qazib chiqarish, ximiya, yo'l qurilishi materiallari sanoatlarining jadal rivojlanishiga sabab bo'ldi. Yangi texnologiyalar ishlab chiqarish unumdorligini bir necha baravar oshirish, ilgari foydalanilmagan resurslarni ishga tushirish imkonini beradi. Texnik va texnologik yangiliklar doim ham yaratilavermasligi iqtisodiyotdagi tebranishlarga sabab bo'ladi.

Olimlarning yana bir guruhi iqtisodiy bosqichlarni siyosiy va tasodifiy vaziyatlarga bog'lashadi.

Bu jarayonni monetar siyosatga bog'laydigan olimlar ham mavjud. Ya'ni, davlat qanchalik ko'p pul bosib chiqarsa, uning qadri shunchalik kamayib boradi, va aksincha, pul miqdori qanchalik kam bo'lsa, ishlab chiqarish ko'lamining pasayishi va ishsizlar sonining ortishi shunchalik tezlashadi. Xullas, iqtisodiy bosqichlarni baholashga turli xil yondashuvlar mavjud. Ammo barcha iqtisodchilar, ishlab chiqarish va bandlilik darajalarini yalpi talab va boshqacha aytganda yalpi xarajatlar miqdoriga bog'liq, degan fikrni qo'llab-quvvatlaydilar. Chunki, korxonalar o'z tovar va hizmatlarini ularga talab bo'lsagina ishlab chiqaradi. Boshqacha aytganda, talab katta bo'lmasa, korxonalarda tovar va hizmatlarni katta miqdorda ishlab chiqarish foydali emas. O'z navbatida, ishlab chiqarishda bandlilik va daromadlar darajasi ham, aynan shu sababli past bo'ladi. Yalpi xarajatlar miqdori qanchalik ko'p bo'lsa, ishlab chiqarishning o'sishi katta foyda olib keladi. Shuning uchun ishlab chiqarish, bandlilik va daromadlar darajasi ortib boradi. Iqtisodiy tebranishlar sabablarini, ularga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish, iqtisodiy tebranishlar amplitudasini qisqartirish barcha hukumatlar makroiqtisodiy siyosatining muhim maqsadlaridan biridir.

19.2. Iqtisodiy davrlarning xususiyati va ko‘rinishi

Iqtisodiy taraqqiyot doimiy tebranishlarga uchrab turadi – pasayish, tanglilik davrlari iqtisodiy faollik va ko‘tarilish bilan almashadi. Iqtisodiy o‘shishning davriylik xususiyati fan-texnika taraqqiyoti bilan bog‘liq. Shu tufayli asosiy fondlarni sakrash yo‘li bilan yangilanishi yuz beradi, yangi texnologik jarayonlar tatbiq etiladi, milliy daromad, iste‘mol, jamgarish va investitsiyalar o‘rtasida o‘zaro bog‘liqlik o‘zgaradi. Iqtisodiy o‘shish holatida ishlab chiqarishning real hajmini vaqti-vaqti bilan bo‘lib turadigan bunday kengayishi yoki qisqarishi iqtisodiy davr deb ataladi. Iqtisodiy davrlar davom etish muddatiga ko‘ra quyidagi turlarga bo‘limadi:

- ♦ qisqa (3-4 yil) muddatli, tovar-moddiy zaxiralarning o‘zgarishi bilan asoslangan;

- ♦ o‘rta (7-8 yil) muddatli asosiy fondlar asbob–uskunalarni almashtirishi sifatidagi o‘zgarishlaridan kelib chiqadi;

- ♦ Kuznets davri (15-20 yil), qurilish davr nazariyasining asoschisi Amerika iqtisodchisi Saymon Kuznets nomi bilan atalgan. Bu davrlar turar joylarni va ba‘zi ishlab chiqarish inshootlarni vaqti-vaqti bilan ommaviy ravishda yangilanishi bilan bog‘liq bo‘lgan tebranishlardir;

- ♦ uzun to‘lqinlar (50-60 yil), infrastrukturani yangilanishi va tubdan yangi texnologik jarayonlarni kiritish bilan asoslanadi va rus tadqiqotchisi N.Kondratev nomi bilan nomlanadi.

Iqtisodiy davrni o‘rganish davlat tomonidan davriylikka qarshi qaratilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish va barqaror iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash uchun zarurdir.

Har bir mamlakat iqtisodiy o‘shishga erishish uchun intiladi va uni davlat siyosatining asosiy maqsadi deb biladi.

Chunki iqtisodiy o‘shish quyidagilarni bildiradi:

- milliy mahsulot hajmini va daromadni muttasil ko‘payishini, oqibatda esa aholi farovonligini o‘shishini;

- ishlab chiqarish fondlari va ishchi kuchlarini xo‘jalik oborotiga yanada to‘laroq jalb qilishni, ya‘ni jamiyatning chegaralangan resurslaridan to‘g‘ri foydalanishni;

- shaxsni rivojlanishiga olib keluvchi yangi ehtiyojlarni va shu bilan bir vaqtda ularni qondirishning yangi imkoniyatlari paydo bo'lishi;

- dunyo bozorida davlat ishonchining o'sishi va o'rni mustahkamlanishi.

Bu esa xalqaro ayirboshlashning nisbatan ustunlik qonuniga muvofiq qo'shimcha xarajatsiz millatlar daromadini oshirishga olib keladi. Shu bilan birga iqtisodiy o'sish ayrim salbiy oqibatlariga ham ega. Ularning ichida eng ko'zga tashlanadigani atrof-muhitga ortiqcha zo'r berilishi va natijada uni ifloslanishi.

Barqaror iqtisodiy o'sish uchun sharoitlarni ta'minlash davlatning muhim vazifasi hisoblanadi. U tartibga solish tayanchlaridan foydalanib, iqtisodiy o'sishning ijobiy tomonlarini kuchaytirish va salbiy tomonlarini tekislash imkoniga ega.

19.3. Davlatning iqtisodiy o'sishga ta'sir etish imkoniyatlari

Hozirgi davrda iqtisodiy o'sishning belgilovchi asosiy omillari bo'lib fan-texnika taraqqiyoti, ishchi kuchining sifati va ishlab chiqarishni rag'batlantirish hisoblanadi. Shu sababli davlat iqtisodiy o'sishga quyidagi vositalar yordamida ta'sir etishi mumkin:

- fan va texnikaning istiqbolli yo'nalishlari rivojlanishini qo'llab-quvvatlash;

- ♦ xodimlarni tayyorlash va qayta tayyorlashda qatnashish;

- ♦ soliq tizimini ixcham holatga keltirishdan iborat.

So'nggi yillarda ijtimoiy va ekologik muammolarni kuchayishi bilan deyarli barcha mamlakatlarda iqtisodiy o'sish, eng avvalo aholi farovonligini ta'minlashning sharti sifatida qaralmoqda. Iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlash zarurligi sababli rivojlangan mamlakatlarda amal qilgan iqtisodiy o'sishning miqdoriy nazariyasi o'z o'rini iqtisodiy o'sishning sifat nazariyasiga bo'shatib berdi. Keyingi yillardan boshlab jahonda muhim rivojlanish g'oyasi tobora kengayib, tarqalib bormoqda. Uning asosiy tavsifi kelajak avlodlar ehtiyojini, ya'ni ekologiya

jihatdan cheklashlar va aholining kambag'al qatlamlari ehtiyojlarini hisobga olishdir.

Deyarli barcha mamlakatlarda davlat siyosati iqtisodiy o'sishning quyidagi muammolarni hal etishga yo'naltirilgan:

◆ iste'mol darajasi yuqori bo'lgan iqtisodiyotning barqaror holatini ta'minlashga qaratilgan omonat jamg'arish me'yorlarini tanlash;

◆ aholi o'sishini tartibga solish;

◆ fan-texnika taraqqiyotining ekologiya jihatdan xavfsiz yutuqlarini joriy etish va mehnat unumdorligini oshirish.

Iqtisodiy o'sishning ijtimoiy yo'naltirilganligi kuchayib borishi bilan iqtisodiy nazariya va amaliyotda xalq farovonligi tushunchasi jamiyat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining eng muhim mezonlari sifatida yanada aniqlanmoqda va kengaytirilmoqda.

Agarda, ilgari uni moddiy ta'minlanganligining miqdoriy ko'rsatkichlarini (aholi jon boshiga to'g'ri keladigan milliy mahsulot va daromad, oziq-ovqat mahsulotlari, asosiy noishlab chiqarish tovarlari, hizmatlar, turar-joy va boshqalar iste'moli) aks ettirgan bo'lsa, hozirda birinchi o'ringa o'rtacha umr ko'rish darajasi, o'lim darajasi, shu jumladan bolalar o'limi, ishsizlik darajasi, daromadlar tengsizligi, ta'lim darajasi, atrof-muhitning ahvoli va boshqa shu kabi ko'rsatkichlar qo'yilmoqda. Ya'ni iqtisodiy o'sish shaxsning rivojlanib borishi uchun sharoit yaratib berishi lozim.

Iqtisod bir maromda rivojlanmaydi, unga notekis taraqqiyot ham xos. Tarixda har doim iqtisodiy o'sish o'rniga turg'unlik va xatto tushkunlik kelgan, so'ngra yana iqtisodiy o'sish bo'lgan. Iqtisoddagi shunday tebranma harakat ma'lum davrlarda takrorlanib turgan. Iqtisodiy dinamikadagi ko'tarilish va pasayish hodisalarini o'z ichiga oluvchi, iqtisodning tebranib turishi bilan xarakterlanuvchi davr *iqtisodiy o'sish sikli* deyiladi. Iqtisodiy nazariyalarda sikllar har xil talqin etilgan. Ba'zi manbalarda siklli rivojlanish faqat kapitalizm belgisi deb qaralgan, sikl inqirozdan inqirozgacha bo'lgan davr sifatida baholangan, unda krizis, turg'unlik, jonlanish va yuksalish fazalari mavjudligi qayd etilgan. Bu nazariyada krizis siklning boshlang'ich

nuqtasi deb olingan. Mazkur nazariya XIX asrdagi siklli rivojlanishga xos hodisalarni umumlashtirgan, ammo sikllarning umumiy hodisa ekanligini e'tibordan qochirgan. Hozirgi zamon nazariyalarida iqtisodiy sikllarning mavjudligi tan olinadi, sikl iqtisodiy o'sishga xos tebranma harakat deb talqin etiladi, ammo uning sabablari har xil izohlanadi.

Sikllar azaldan mavjud, ular iqtisodiyotning hamma turlariga xos bo'lgan, ammo iqtisodidagi tebranma harakat turli davrda va turli shaklda namoyon bo'lgan. Qadimgi Dunyo va O'rta asrlar iqtisodiyotidagi tebranma harakat asrlar davomida yuz bergan, chunki iqtisodiy o'sish omillari kuchsiz bo'lganidan ulardagi sifat o'zgarishi sekin borgan va bu omillar iqtisodiyotga faol ta'sir eta olmagan. Iqtisodiyot qoloq bo'lganidan, uni rivojlantirish uchun investitsiya yetishmagan, buning ustiga investitsiyalar yangi texnologiyani joriy etish bilan bog'liq bo'lmagan, chunki uning o'zi asrlar davomida kamdan-kam o'zgargan. Kishilar tabiiy kuchlardan (masalan, shamol, suv kuchi) foydalanishni o'rganishlari uchun ko'p asrlar kerak bo'lgan. Taraqqiyot sust borganidan sikl o'ta uzun bo'lgan. Iqtisodiyotning ko'tarilishi va pasayishi sekin-asta bo'ladigan kashfiyotlar, tabiiy ofatlar va urushlar bilan bog'liq bo'lib kelgan. O'rta asrlardagi iqtisodiy jonlanishlar yelkanli kemanding kashf etilishi va savdo yo'llarining ochilishi, Amerika qit'asining ochilishi kabi voqealar bilan izohlangan.

Iqtisodiy taraqqiyot sust joyda siklli rivojlanish aniq namoyon bo'lmaydi. Zamonaviy ishlab chiqarishga o'tish munosabati bilan iqtisodiy o'sishning intensiv usullari harakatga kelgach, iqtisodiyotdagi tebranma harakat ochiq-oydin namoyon bo'ladi va tez-tez takrorlanib turadi. Yangi texnologiyalar paydo bo'lgandan so'ng sikllil rivojlanish qonuniy hodisaga aylanadi. Ayniqsa, bu hozirgi innovatsion texnika asri zamonida kuchayadi. Qoloq va rivojlangan jamiyatdagi iqtisodiy tebranishlar sababi aynan bir xil emas. Qoloqlik davrida bu ko'pincha tabiiy omillar va falokatlar natijasi bo'lgan, chunki iqtisodiy faoliyatga tasodiflar kuchli ta'sir ko'rsata olgan. Iqtisodiy quvvati kuchli jamiyatda ishlab chiqarish tabiiy va boshqa tasodifiy hodisalar ta'sirini kuchsizlantira oladi. Shu sababli tebramishlar iqtisodiyotning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqadi. Ularni asosan ikki narsa keltirib

chiqaradi. Birinchisi – fan-texnika taraqqiyoti bilan bog‘liq investitsiyalar, ikkinchisi – mahsulot va xizmatlarga bo‘lgan talab-ehtiyojning o‘zgarishi. Ular birgalikda iqtisodiy o‘shishga ta’sir etadi. Mahsulotga talabning ortishi yoki kamayishi ishlab chiqarishni kengaytirishni yoki qisqartirishni taqozo etadi. Bu o‘z navbatida investitsiyalarni o‘zgartiradi. Talab ketidan investitsiyaning ko‘payishi ishlab chiqarishdagi texnika va texnologiyani yangilaydi. Ammo ishlab chiqarish haddan tashqari ko‘paysa, mahsulot turib qoladi, uni ko‘proq ishlab chiqarish zarurati bo‘lmaydi, natijada uni qisqartirishga to‘g‘ri keladi. Ishlab chiqarishning texnikaviy yangilanishi vaqti-vaqti bilan bo‘lib turadi, shu sababli iqtisodiy o‘shish notekis yuz beradi. Iqtisodiy o‘shish o‘rniga turg‘unlik yoki tushkunlik vaziyati kelib chiqadi, so‘ng ishlab chiqarish yana o‘nglanib ketadi. Texnika taraqqiyotining shiddatiga qarab texnikaviy yangilanish muddati qisqaradi. Agar XIX asrning 1-yarmida texnikaning yangilanishi, ya’ni mavjud texnikaning tuzib bo‘linishi natijasida uning yangisi bilan almashtirilishi 12-15 yilda bo‘lsa, XXI asrga kelib bu muddat 1-2 yilga tushib qoldi. Buning ustiga talab-ehtiyoj ham tez yangilanadi. Shu boisdan o‘shish va pasayishdan iborat tebranma harakat sikli (davri) ham qisqaradi.

Nazorat savollari

1. Iqtisodiy inqirozlar mohiyati nimada ifodalanadi?
2. Iqtisodiy sikl bo‘yicha qanday nazariyalar mavjud?
3. Eksternal va internal nazariyalarning farqi nimada?
4. Iqtisodiy siklning ta’rifini hering va uning har bir fazasining o‘ziga xos belgilarini ko‘rsating.
5. Iqtisodiy sikllarning asosiy turlariga tavsif bering va muhim belgilarini ko‘rsating.
6. Iqtisodiy siklning oqibatlari
7. Davlatning davriylikka qarshi siyosati?
8. Iqtisodiy davrlar necha turga bo‘linadi?
9. Iqtisodiy tebranishlarning sabablarini qanday izohlaysiz?
10. Nima uchun iqtisodiy tebranishlar takrorlanib turadi?

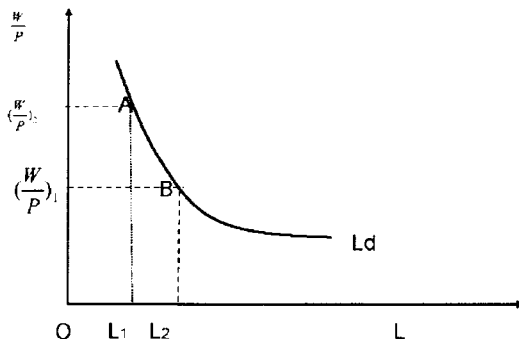
XX BOB. ISHCHI KUCHI VA ISHSIZLIK

20.1. Mehnat bozori va undagi raqobat

Mehnat bozorida ham talab va taklif qonuniga amal qilinadi. Mehnat bozorida ishchi kuchini raqobat sharoitida oldi-sotdisi amalga oshiriladi. Bunda o'ziga xos muvozanat narx o'rnatiladi. Mehnat bozoridagi talab va taklif qonuni va uning mohiyatini anglashdan oldin ishchi kuchining ish bilan bandligi konsepsiyasini bilishimiz lozim.

Ish bilan bandlikning klassik nazariyasini yoritishda hozirgi mehnat bozoridagi raqobat sharoitida "talab va taklif"ning umumbashariy funksiyasidan boshlaymiz.

Hozirgi raqobat sharoitida ishbilarmonlar ishchi kuchidan shunday miqdorda foydalanadilarki, bunda mehnatning yuqori mahsuli real ish haqi bilan teng bo'lishi yoki ish haqi hajmining puldagi ifodasi mehnatning yuqori mahsuli qiymatiga teng bo'lishi kerak. Agar real ish haqi hajmi oshsa, ishbilarmon ishchi kuchiga bo'lgan talabini qisqartiradi, agar real ish haqi hajmi kamaysa ishchi kuchiga bo'lgan talab ortadi. Bu yerda ishbilarmon shu yo'l bilan daromadining kamayishini muvozanatlashtiradi.



20.1-rasm. Mehnat bozoridagi talab egri chizigi

5.1- Makroko‘lamdagi talab va taklif nazariyasi asosida mehnatga bo‘lgan talabning egri chizig‘i quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi (5.1 rasm).

20.1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, egri chiziqning salbiy tomonga og‘ish tendensiyasi mavjud. Real ish haqini qisqartirish natijasida mehnatga bo‘lgan talab oshmoqda va aksincha, real ish haqi oshsa, mehnatga bo‘lgan talab kamayadi.

Endi mehnatning taklif funksiyasiga kelsak, bu yerda individ o‘zining samarali xizmatini taklif qiladi. Individ o‘z xizmatini ish haqining puldagi ifodasidan kelib chiqib emas, balki ish haqining o‘lchovlaridan kelib chiqib taklif qiladi.

Iqtisodiyotning beqaror rivojlanishi oqibatida, iqtisodiy pasayish davrida ishlab chiqarish resurslari to‘liq foydalanilmay qoladi. YalMni yaratishda qatnashadigan iqtisodiy resurslarning eng asosiylaridan biri bo‘lgan mehnat resurslaridan to‘liq foydalanilmaslik ishsizlikda namoyon bo‘ladi.

Makroiqtisodiy tahlilda mehnat resurslari emas, balki ishchi kuchi kategoriyasidan ko‘proq foydalaniladi.

Ishchi kuchi yoki iqtisodiy faol aholi deganda mehnatga layoqatli yoshdagi ishlayotgan va ishsiz yurgan aholining umumiy soni tushuniladi.

Mehnat bozorida boshqa resurslar bozori singari talab va taklif qonuni amal qiladi. Ishchi kuchining bahosi hisoblangan real ish haqi hajmi oshsa ishchi kuchiga bo‘lgan talab qisqaradi, agar real ish haqi hajmi kamaysa ishchi kuchiga bo‘lgan talab ortadi, ishchi kuchi taklifi esa kamayadi. Ishchi kuchiga bo‘lgan talab miqdorining ishchi kuchi taklifi miqdoridan kam bo‘lishi ishsizlikni keltirib chiqaradi.

Ishsizlar – bu, ishchi kuchining bir qismi bo‘lib, ijtimoiy ishlab chiqarishda band bo‘lmagan, lekin ishlashni xohlovchi va faol ish qidirayotgan aholidir.

Ishsizlik darajasi deb ishsizlarni ishchi kuchi soniga nisbatiga (% hisobida) aytiladi va uni quyidagi formula bilan aniqlash mumkin:

$$\text{Ishsizlik darajasi} = (\text{ishsizlar soni} / \text{ishchi kuchi soni}) \times 100$$

Ishsizlikning quyidagi turlari mavjud:

Friksion ishsizlik. Unga ish qidirayotgan yoki yaqin vaqtlar ichida ish bilan ta'minlanishni kutayotgan ishchi kuchi kiradi. Ishsizlikning bu turi asosan ish yoki turar-joylarni o'zgartirish, o'quv yurtlarini tugatish va shuningdek, boshqa sabablardan kelib chiqadi. U doimo mavjud bo'lib, ma'lum bir darajada kerakli hisoblanadi.

Tarkibiy ishsizlik. Tarkibiy ishsizlar guruhiga ishlab chiqarish strukturasi o'zgarishi natijasida ishchi kuchiga talab tarkibining o'zgarishi natijasida ishsiz qolganlar kiradi. Unga asosan malakalarini o'zgartirishi va oshirishi, ma'lumot olishi, yangi kasb egallashi lozim bo'lgan ishsizlar guruhlari kiradi. Friksion ishsizlik bilan tarkibiy ishsizlikning asosiy farqi shundaki, birinchisida, ma'lum malaka va tajriba mavjud bo'ladi va undan foydalanib, ish joylarini tezroq topib olishadi, ikkinchisida esa, ishchi kuchi darhol va tezroq ish joylarini topa olmaydi.

Davriy ishsizlik asosan ishlab chiqarishning pasayishi natijasida ishchi kuchiga bo'lgan talabning kamayishidan paydo bo'ladi. Davriy pasayish tovar va xizmatlarga bo'lgan yalpi talabning kamayishini, shunga muvofiq, yalpi talabning kamayishini va oqibatda aholining ish bilan bandligi qisqarishi va ishsizlikning o'sishini bildiradi.

To'la ish bilan bandlik ishchi kuchining 100 foiz ish bilan ta'minlanganligini bildirmaydi. Aksincha, friksion va strukturali ishsizlik ilojisiz hol bo'lganligini hisobga olsak, biz mutlaq to'la ish bilan bandlikka erishib bo'lmashligini tushunamiz.

Agarda davriy ishsizlik bo'lmasa, u holda to'la ish bilan bandlikka erishiladi. To'la ish bilan bandlik davridagi ishsizlik, **ishsizlikning tabiiy darajasi** deyiladi. Bunga ish qidiruvchilar soni bo'sh ish joylari soniga muvofiq kelsagina erishish mumkin. Ishsizlikning tabiiy darajasi friksion va tarkibiy ishsizlik yig'indisiga teng bo'ladi.

Ishsizlikning tabiiy darajasi doimiy emas, chunki u iqtisodiy vaziyat, qonun va milliy an'analar bilan bog'liq holda o'zgarib turadi.

Ishsizlikning tabiiy darajasi mamlakatdagi oxirgi o'n yilda mavjud bo'lgan haqiqiy ishsizlik darajasi va keyingi o'n yil uchun prognoz qilib hisoblangan ishsizlik darajalarining o'rtacha miqdori sifatida

belgilanadi. Umumiy holda ishchi kuchi ish bilan band va faol ish qidirib yurgan ishsizlarga bo‘linadi.

20.2. Ishsizlikning iqtisodiy oqibatlari. A.Ouken qonuni.

Barcha mavjud resurslardan to‘liq foydalanish yoki ishsizlikning tabiiy darajasi holatida iqtisodiyotda yaratilishi mumkin bo‘lgan mahsulot hajmini iqtisodiyotning ishlab chiqarish potentsiali deb ataladi. Mamlakatning ishlab chiqarish potentsiali potentsial YaIM ko‘rsatkichi bilan o‘lchanadi.

Makroiqtisodiy beqarorlik tufayli, iqtisodiy pasayish davrida mamlakat o‘z iqtisodiy potentsialini to‘liq ishga solmasdan, yaratilgan haqiqiy YaIM hajmi (Y_h) potentsial YaIM (Y_p) hajmidan ortda qoladi. Y_a ’ni YaIMning uzilishi (YUZ) ro‘y beradi.

$$YUZ = \frac{Y_h - Y_p}{Y_p} \cdot 100$$

Potentsial YaIM deganda mamlakatdagi ishlab chiqarish resurslaridan to‘liq foydalanilgan sharoitda mumkin bo‘lgan ishlab chiqarish hajmi tushuniladi.

Potentsial YaIM*ni hisoblashda mamlakatda ishsizlik mutlaqo yo‘q deb emas, balki mavjud, biroq u tabiiy darajada, deb hisoblanadi.

Ishsizlik darajasining oshishi natijasida iqtisodiyot potentsial YaIM hajmini ololmaydi. Shu sababli mamlakat miqyosida ishsizlikni uning tabiiy darajasida saqlash va tartibga solish iqtisodiy jihatdan katta ahamiyatga ega. Ishsizlikning haqiqiy darajasi uning tabiiy darajasidan qanchalik yuqori bo‘lsa, YaIM uzilishi shuncha ko‘p bo‘ladi. Shuning uchun ham potentsial hajmdagi YaIM* haqiqiy YaIM dan katta bo‘ladi.

Ishsizlik darajasi va YaIM uzilishi o‘rtasidagi miqdoriy nisbatni ingliz iqtisodchisi Artur Ouken matematik holda isbotlab bergan. Shuning uchun bu qonun, **Ouken qonuni** deyiladi. Qonunning mohiyati shundan iboratki, agar ishsizlikning haqiqiy darajasi uning tabiiy darajasidan bir foizga oshib ketsa, y_a ’ni davriy ishsizlik 1 foizni tashkil

etsa milliy iqtisodiyot YaIMni ikki yarim foizga kam yaratadi. YaMMning pastroq darajasi o'z navbatida, ishlab chiqarishda qatnashuvchilar daromadlarining nisbatan kamroq bo'lishini va iqtisodiyotning kelgusi taraqqiyotini investitsiyalash imkoniyatlari qisqarishini bildiradi.

Ouken qonuni ishsizlikning turli darajalaridagi mahsulot yo'qotishlari hajmini aniqlash imkonini beradi. Hozirgi kunda β koeffitsiyenti deb atalgan bu koeffitsiyent miqdori 2 foizdan 3 foiz oralig'ida deb hisoblanadi.

Ouken qonunini formulada quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$YUZ = -2,5[u - u^*]$$

bu yerda: u^* – ishsizlikning tabliy darajasi;

u – ishsizlikning haqiqiy darajasi.

YaMM uzilishini ifodalaydigan formula bilan Ouken qonunini formulasini umumlashtirib quyidagi formulani olamiz:

$$\frac{Y_h - Y_p}{Y_p} = -\beta [u - u^*]$$

Ouken qonuni izohlagan miqdoriy bog'liqlikning teskari jihatiga e'tibor qaratamiz. Iqtisodiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki YaIMning 2-3 foizga o'sishi davriy ishsizlik darajasini 1 foizga qisqarishini keltirib chiqarmas ekan. Ya'ni dastlabki 1 foizlik iqtisodiy o'sish fan-texnika taraqqiyoti natijasida resurslardan foydalanish samaradorligi hisobiga erishilishi mumkin, shuningdek, bu paytda aholi sonining ko'payishi ham ishsizlik soninining pasaymasligiga sabab bo'ladi. Dastlabki 2-3 foizdan yuqori bo'lgan har 2-3 foiz iqtisodiy o'sish esa davriy ishsizlikni 1 foizga qisqarishini keltirib chiqaradi. Demak 1 foizlik davriy ishsizlikni tugatish uchun yillik 4-6 foizlik iqtisodiy o'sish ta'minlanishi kerak.

20.3. O‘zbekistonda mehnat bozorini tashkil etish va tartibga solish

Mehnat bozorining faoliyati quyidagi omillarga ko‘p jihatdan bog‘liq:

- ◆ aholi soni, yoshi va jinsining salmog‘idagi o‘zgarishlarga;
- ◆ ish bilan bandlikdagi tarmoq va hudud o‘zgarishlariga;
- ◆ qo‘shimcha ishchi kuchini ishlab chiqarishga jalb etish mezoniga;
- ◆ ishlab chiqarish hajmiga, uning o‘sish sur‘atiga, ishlab chiqarish strukturasi;
- ◆ ishlab chiqarish kuchlarini hududiy joylashuviga;
- ◆ mehnat resurslarini boshqarish usuliga.

Mehnat bozoridaagi vaziyat yuqoridagi omillarning ta‘sirida o‘zgarib turadi va shunga mos ravishda ishchi kuchiga bo‘lgan talab va taklif hajmi aniqlanadi.

Misol uchun, mehnat bozorida ishchi kuchiga bo‘lgan talab taklifdan ko‘proq bo‘lsa, bozorda ishchi kuchining qo‘shimcha manbalaridan qo‘shimcha taklif etiladi. Qo‘shimcha manbalari bo‘lib mehnat nafaqasi oluvchilar, talabalar, o‘quvchilar hisoblanadi.

Ishga joylash idoralarining faoliyatlari kuchaytiriladi va takomillashtiriladi, boshqa hududlardan qo‘shimcha, ishchi kuchining oqib kelishi rag‘batlantiriladi, har bir ishsizning shaxsiy hisobi olinadi va h.k.

Agarda mehnat bozorida ishchi kuchiga bo‘lgan talab taklifdan kam bo‘lsa, qo‘shimcha ish joylarini tashkil etish, ish smenasini ko‘paytirish, ish bilan bandlikning noan‘anaviy yo‘llaridan foydalanish, boshqa hududlarga ortiqcha ishsizlarni jalb qilish mexanizmlaridan foydalaniladi.

Agarda ishchi kuchiga bo‘lgan talab taklif bilan teng bo‘lsa va muvozanat o‘rnatilsa, ishlab chiqarish vositalarini rekonstruktsiya va modernizatsiya qilish, ish vaqtini yuqotishni kamaytirish, ishchilarning malakasini oshirish, mehnatni rag‘batlantirish va ish xaqini samarali tashkil etish zarurati kelib chiqadi. Bu esa ish bilan bandlikning

samaradorligini oshirish bilan birga makroiqtisodiyotning o'sish sur'atlarini jadallashtiradi.

Bozordagi talab va taklifni tartibga solish uchun iqtisodiy mexanizm modelidan foydalaniladi. U quyidagi elementlardan tashkil topadi:

- ko'p bosqichli ish tanlash, o'qitish va qayta tayyorlash tizimi;
- keng ko'lamli ish bilan bandlik markazlari. Bu markazlarda doimo bo'sh ish joylarini qidirayotgan ishsizlar hisobi olib boriladi, kadrlar zarur bo'lgan korxonalariga ishchi kuchi yetkazib berishga hamkorlik qiladi;
- alohida ijtimoiy-demografik qatlamlardagi aholining ish bilan bandligi maxsus dasturlari;
- Respublika va mahalliy mehnat bozorida holatni doimo prognoz qilish va o'rganish uchun ijtimoiy-iqtisodiy konsepsiyasi.

O'zbekistonda mehnat bozoriga aholining quyidagi guruhleri kiradi:

- o'qishni bitirib birinchi marotaba ish qidirib yurgan yoshlar;
- tarmoq korxonalaridagi strukturaviy o'zgarishlar natijasida ishsiz bo'lib qolgan xodimlar. Shuningdek, davlat sektorini xususiy lashtirish va boshqa mulkchilikka o'tishdan kelib chiqqan ishsizlar;
- raqobatda singan va past rentabelli, zarar ko'rib ishlayotgan korxonalar va tashkilotlar;
- vaqtincha ishsiz yurgan va mehnat birjalari ko'magida yangi ish joyi qidirib yurgan shaxslardan iborat.

Mehnat birjalarida ishsizlarni aniqlash, ishga joylash, qayta tayyorlash va shu kabi bir qancha masalalar hal qilinadi. Mehnat birjalari hozirgi paytda respublikamizning viloyatlari va uning tumanlarida faoliyat ko'rsatmoqda.

Nazorat savollari

1. Ishsizlikning qanday turlari mavjud? Ishsizlik darajasi qanday aniqlanadi?

2. Ishsizlikning tabiiy darajasi, ish bilan to'liq bandlilik tushunchalariga tavsif bering.

3. Potensial YaIM ko'rsatkichini izohlab bering.

4. Makrodarajada ishsizlikning iqtisodiy oqibatlarini qanday o'lchash mumkin?

5. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozining kelib chiqishiga qaysi holatlar sabab bo'ldi?

6. Moliyaviy inqirozning ishsizlik darajasiga ta'siri qay tariqa ro'y beradi?

7. Friksion ishsizlik turining o'ziga xos jihatlarini aytib bering.

8. Tarkibiy ishsizlik turining o'ziga xos jihatlarini aytib bering.

9. Davriy ishsizlik turining o'ziga xos jihatlarini aytib bering.

10. Ishsizlikning tabiiy darajasi, ish bilan to'liq bandlilik tushunchalariga tavsif bering.

XXI BOB. INFLYATSIYA VA AKSILINFLYATSIYA SIYOSATI

21.1. Inflyatsiyaning mohiyati va hisoblanish usullari

Inflyatsiya – bu yalpi tovar va xizmatlarning narxini ko‘payishidir. Inflyatsiya makroiqtisodiy beqarorlikni eng murakkab aspekti bo‘lib uni tartibga solish iqtisodiy muammo hisoblanadi.

Inflyatsiya (lotincha inflatio - shishish, bo‘rtish, taranglashish) – ma‘lum davr mobaynida mamlakatda baholar o‘rtacha (umumiy) darajasining barqaror o‘sishi, pulning xarid qobiliyatini uzoq muddatli pasayishi. Inflyatsiya bozor iqtisodiyotining asosiy izdan chiqaruvchi omillari jumlasiga kiradi, uning sur‘ati qanchalik yuqori bo‘lsa, iqtisodiyotga xavfli ta‘siri shunchalik katta bo‘ladi. Ayniqsa bir iqtisodiy tizimdan ikkinchi bir iqtisodiy tizimga o‘tayotgan mamlakatlarda inflyatsiyaning iqtisodiyotga ta‘siri ancha xavfli. Chunki, bu davr narxlarning erkinlashuvi va shunga muvofiq ularning umumiy darajasi keskin oshib ketishi bilan bog‘liq.

Ammo inflyatsiya davrida barcha tovarlarning baholari ham oshavermaydi: ayrimlariniki barqaror bo‘lib tursa, ba‘zilariniki esa tushishi mumkin.

“Inflyatsiya” atamasi ilk bor Shimolli Amerikada 1861–1865-yillardagi Fuqarolar urushi davrida qo‘llanildi. Inflyatsiyaning atamasi muomaladagi qog‘oz pul massasining tovarlarning real taklifga nisbatan haddan ziyod ko‘payib ketishi holatini izohlagan. Ammo inflyatsiyaning bunday tavsifi mukammal emas va uning sabablarini ochib bermaydi. Umuman olganda inflyatsiya pul muomalasi qonunlarining buzilishi shakli sifatida makroiqtisodiy muvozanatning buzilishini, talab va taklif nomutanosibligini anglatadi.

Keynschiar maktabi namoyandalari bunday nomutanosiblikning sababi to‘liq bandlik sharoitida talabning haddan ziyod bo‘lishida deb bilishadi. Shu sababli ular ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanishi darajasi past bo‘lsa byudjet taqchilligi va qo‘shimcha pul chiqarish yo‘li

bilan xarid qobiliyatini, boshqacha aytganda yalpi talabni ko'paytirish inflyatsiyaga olib kelmaydi deb hisoblashishadi.

Neoklassik yondashuv tarafdorlari inflyatsiyaning manbai ishlab chiqarishning haddan ziyod o'sishida, ishlab chiqarish xarajatlarning ko'payishida deb bilishadi. Demak keynschilar inflyatsiyaga talab tomonidan, neoklassiklar esa taklif tomonidan yondashishadi.

Agar iqtisodiyotda tovarlar va hizmatlar massasi yalpi talabga nisbatan sekinroq o'ssa, yoki yalpi talab ko'paygani holda o'zgarmasdan tursa, bu nomutanosiblik baholar darajasining ko'tarilishi orqali bartaraf etiladi. Oqibatda pul birligining xarid qobiliyati pasayadi va milliy iqtisodiyotning qo'shimcha pul massasiga ehtiyoji paydo bo'ladi.

Inflyatsiya nafaqat pul muomalasining izdan chiqishi, balki butun takror ishlab chiqarish mexanizmining kasali, makroiqtisodiy buzilishlar natijasidir. Baholarning o'sishi, pul birligi xarid qobiliyatining pasayishidan tashqari inflyatsiya namoyon bo'lishining quyidagi uch belgisi ham bor. Bular:

- 1) valyuta kurslarining o'zgarishi;
- 2) kredit berish shartlarining qimmatlashuv va muddatlarining qisqarishi tomon o'zgarishi;
- 3) kundalik ehtiyoj mollaridan iborat iste'mol savati bahosining o'sishi.

Inflyatsiya baho indeksleri – deflyator va iste'mol narxlar indeksi yordamida aniqlanadi.

Baholar o'rtacha (umumiy) darajasining nisbiy o'zgarishi **inflyatsiya darajasi (baholarning o'sish sur'ati)** deb ataladi. Makroiqtisodiy modellarda inflyatsiya darajasi quyidagicha ifodalanishi mumkin:

$$P - P - 1$$
$$\pi = \frac{P - P - 1}{P - 1} \times 100 \%$$

bunda: π – yillik inflyatsiya sur'ati;
 P – joriy yilning narxlar indeksi;
 $P-1$ – o'tgan yilning narxlar indeksi.

Inflyatsiyani miqdoran o'lchash uchun makroiqtisodiyotda "70-miqdor qoidasi" deb atalgan usuldan ham foydalaniladi. Bu usul narxlarning barqaror o'sishi sharoitida inflyatsiya darajasi necha yilda ikki baravarga oshishini aniqlash imkonini beradi. Buning uchun 70 ni yillik inflyatsiya darajasiga bo'lish kifoya:

$$\frac{\text{Baholar ikki martaga oshishi uchun zarur yillar soni}}{70} = \frac{70}{\pi}$$

Misol uchun, yillik inflyatsiya darajasi 7 % ga teng bo'lsa, taxmiman 10 yilda baholar ikki martaga oshadi, ya'ni, (70:7 = 10).

Real YaIM va jamg'armaning necha yildan so'ng ikki marta oshishini hisoblash zarur bo'lgan hollarda ham "70-miqdor qoidasidan" foydalaniladi.

Inflyatsiyaning O'zbekistonda 1990–1993-yillardagi holatini tahlil qilib ko'radigan bo'lsak, u ichki va tashqi omillar natijasida yuzaga kelganligi va chuqur ildiz otganligini billshimiz mumkin. Misol uchun, xalq iste'moli mahsulotlaridan sovutkichning narxi 520 martadan ham oshib ketdi, xatto chegaralangan narxlarda sotiladigan mahsulotlarning narxi ham keskin ko'paydi. Misol uchun g'ushtning chegaralangan narxi 75 martadan ham oshib ketdi va hokazo. Ba'zi bir tovarlarni narxi esa 1000 marta va undan ko'p oshib ketdi. Inflyatsiyani to'xtatish esa ichki va ayniqsa, tashqi omillarni tartibga solish qiyin bo'lganligi uchun yanada mushkullashadi va uzoq davom etadi.

21.2. Inflyatsiyaning turlari. Talab va taklif inflyatsiyasi.

Talab inflyatsiyasi iqtisodiyotda talab keskin oshib ketishi va uni ishlab chiqarishning real hajmi bilan qondirish mumkin bo'lmay qolgan sharoitlarda kelib chiqadi. Ya'ni, to'liq bandlilikka yaqin sharoitda iqtisodiyotning ishlab chiqarish imkoniyatlari o'sib borayotgan yalpi talabni qondirolmaydi. Ortiqcha talab esa real tovarlar bahosining ko'payishiga iqtisodiy bosim beradi va talab inflyatsiyasi kelib chiqadi.

Yoki, oddiy soʻzlar bilan aytganda, “haddan ziyod pullar haddan kam tovarlarni ovlaydi”. Talab inflyatsiyasini keltirib chiqaruvchi asosiy sabablar aholining ish bilan toʻliq bandligi va ish haqining oshib borishi hisoblanadi. Demak, inflyatsiya talab, taklif, ish bilan bandlik, baho, ishlab chiqarish surʼatlari kabi koʻpgina omillarga bogʻliq.

Iqtisod pasayish holatida boʻlganda mamlakatda jami talab oshsa, ishlab chiqarish hajmi koʻpayadi, ishsizlik kamayadi, baho darajasi esa deyarli oʻzgarmaydi yoki kam miqdorda oʻzgaradi. Baho oʻzgarasligining sababi shundaki, katta hajmdagi boʻsh turgan mehnat va xomashyo resurlarini shu oʻzgarma bahoda ishga tushirish mumkin boʻladi. Chunki, ishsiz yurgan kishi ish haqini oshirishni talab qilmaydi, uning uchun ishga yollanishning oʻzi kifoya hamda qoʻshimcha stanok sotib olishga hojat yoʻq.

Bundan tashqari, baho ishchi kuchini toʻla ish bilan bandligiga erishishdan oldin ham oshishi mumkin. Yaʼni, baʼzi sanoat korxonalarida boʻsh turgan resurs va zaxiralarni ishlab chiqarishga ertaroq toʻliq jalb qilinadi, natijada ular talabning oʻsishiga mos ishlab chiqarishga, taklifga erisha olmaydi. Talab, taklifdan koʻpayib ketadi, natijada baho yana osha boshlaydi.

Taklif inflyatsiyasi bu, mamlakat iqtisodiyotida tovar va hizmatlar taklifning kamayishi natijasida tovar va hizmatlar baholarining oshishidan paydo boʻladi. Bunday hollarda ortiqcha talab boʻlmasa ham tovarlarning baholari oshib boradi. Hatto ish bilan bandlik va YaIM ishlab chiqarish kamaygan yillari tovarlarning bahosi oshadi. Jami taklif qisqarishining asosiy sababi mahsulot birligiga sarflangan xarajatlarning oʻsishi hisoblanadi. Bunda nominal ish haqi, xomashyo va yoqilgʻi narxlarining oshishi natijasida ishiab chiqarish tannarxi ham oshadi.

Taklif inflyatsiyasining kelib chiqishiga, shuningdek, taklif mexanizmining buzilishi ham taʼsir qiladi. Taklif mexanizmi esa tasodifiy holda asosiy ishiab chiqarish omillari bahosining keskin koʻpayishidan kelib chiqadi. Iqtisodchi olimlarning fikriga koʻra, taklif inflyatsiyasi oʻz-oʻzini cheklaydi. Ishlab chiqarishning pasayishi xarajatlarning qoʻshimcha oʻsishini cheklaydi, chunki ishsizlikning oʻsishi nominal ish haqining asta-sekin pasayishiga olib keladi. Talab

inflyatsiyasini cheklash uchun esa maxsus cliora-tadbirlar ko‘rish zarur bo‘ladi. Inflyatsiya darajasi yuqori bo‘lgan mamlakatlarda ishlab chiqarishning haqiqiy hajmi qisqarishi bilan bir vaqtda nominal hajmining ortib borishi kabi vaziyat sodir bo‘ladi. Daromadlarni ishlab chiqarish tomonidan ta‘minlanmagan o‘sishi aholi qo‘lidagi pulning taklif qilinayotgan tovar va xizmatlardan oshiqchaligiga olib keladi. Bunday hol pul birligining xarid quvvatini pasaytiradi, bir miqdordagi pulga joriy yilda o‘tgan yildagiga nisbatan aholi kamroq mahsulot sotib oladi, ya‘ni, uning real daromadi kamayadi. Misol uchun, joriy yilda aholining nominal daromadlari 30% ga ko‘paygan, narxlar darajasi 50% ga osligan bo‘lsa, unda aholining real daromadlari 20% ga kamaygan bo‘ladi. Chunki, narxlarning o‘sishi aholi pul daromadlarining o‘shidan yuqori bo‘lgan (30% - 50%q- 20%).

Inflyatsiyani real daromadlar darajasiga ta‘sirini u kutilayotgan yoki kutilmayotganiga ham bog‘liq. **Kutilayotgan inflyatsiya** sharoitida daromad oluvchi inflyatsiyaning u olayotgan daromadga ta‘sirini kamaytirish, ya‘ni real daromadi darajasini saqlab qolish chorasini ko‘radi.

Bu uchun Fisher tenglamasidan foydalanish mumkin:

$$i = r + \pi_{kut.},$$

bu yerda i-nominal foiz stavkasi;

r- real foiz stavkasi;

π_{kut} - kutilayotgan inflyatsiya darajasi.

Inflyatsiya sur‘ati 10 foizdan oshganda Fisher tenglamasi quyidagi ko‘rinishni oladi:

$$i - \pi_{kut.}$$

$$r = \frac{\quad}{1 + \pi_{kut.}}$$

Kutilmagan inflyatsiya daromadlarni debitorlar va kreditorlar o‘rtasida kreditorlar foydasiga qayta taqsimlaydi. Shuningdek, kutilmagan inflyatsiya daromadlarni qayd qilingan daromad oluvchilar va qayd qilinmagan daromad oluvchilar o‘rtasida keyingilari foydasiga qayta taqsimlaydi. Talab va taklif inflyatsiyasini qat‘iy chegaralash qiyin. Ba‘zida bu ikki turdagi inflyatsiya bir-biri bilan qo‘shilib ketadi.

Masalan, talab inflyatsiyasi sharoitida yollanma ishchilar kutilayotgan inflyatsiya darajasini e'tiborga olib ish haqlari oshirilishini mehnat shartnomalariga kiritadilar. Bu esa mahsulot tannarxini oshirib taklif inflyatsiyasini keltirib chiqaradi. Tovarlar taklifning kamayishini kuzatayotgan iqtisodiy agentlar pul mablag'larini tovarlarga aylantirishga shoshadilar. Bu holat talab inflyatsiyasi ko'rinishini keltirib chiqaradi. Bunday ketma-ketlik oxir-oqibat giperinflyatsiyani keltirib chiqarishi mumkin. Giperinflyatsiya boshqarib bo'lmaydigan inflyatsiya jarayoni bo'lib, ishlab chiqarish va bandlik darajalariga halokatli ta'sir ko'rsatadi. Yillik sur'ati bir necha o'n yoki yuz foizni tashkil etgan inflyatsiya pul tizimining boshlanayotgan yoki kuchayayotgan inqirozi belgisidir. Giperinflyatsiya uning halokatini, butun bozor mexanizmi falajlanishini anglatadi. Giperinflyatsiyaning rasmiy mezoni amerikalik iqtisodchi Fillipp Kegan tomonidan kiritilgan. F.Kegan giperinflyatsiyaning boshlanishi deb baholarning birinchi bor 50% dan oshgan oyni, tugallanishi deb esa, baholarning o'sishi bu sur'atdan pasaygan va shundan so'ng kamida bir yil davomida undan oshmagan oydan oldingisini hisoblash kerak deb taklif qilgan. Giperinflyatsiya sharoitida pul o'zining qiymat o'lchovi va almashinuv vositasi singari funksiyalarini bajara olmay qoladi. Normal iqtisodiy munosabatlar buziladi. Mablag'lar ishlab chiqarishga emas, balki tovar-moddiy boyliklari jamg'arishga yo'naltiriladi.

21.3. Inflyatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liqlik.

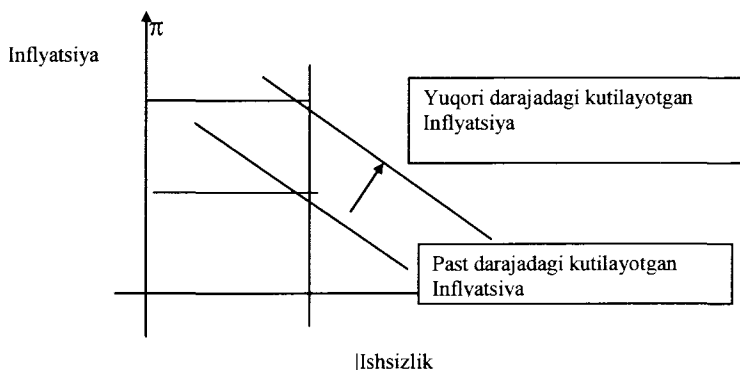
Fillips egri chizig'i.

Iqtisodiyot o'z rivojlanishida potensial darajaga yaqinlashgan sharoitda yoki bandlilik darajasini oshirish yoxud inflyatsiya darajasini pasaytirish kabi muqobil variantlardan birini tanlashga majbur bo'linadi. Chunki qisqa muddatli davrda ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud. Ishsizlikni pasaytirish ish joylarini yaratish uchun qo'shimcha mablag'lar ajratilishini anglatadi. Ayni paytda bu ish haqi miqdoring oshishiga ham olib keladi. Har ikkala holat ham

baholar darajasining ko'tarilishiga olib keladi, ya'ni talab inflyatsiyasi ro'y beradi.

Ish haqi mehnat bozorida muvozanatni o'rnatuvchi vosita hisoblanadi va uning darajasini o'zgarishi ishsizlikka bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bu ikki ko'rsatkich o'rtasidagi o'zaro bog'liklik ingliz iqtisodchisi A.V.Fillips tomonidan, Buyuk Britaniyaning 1862–1957-yillar ma'lumotlari asosida tadqiqot qilingan hamda grafikda *Fillips egri chizig'i* deb aks ettirilgan. Modomiki, ish haqi va narxlar o'zgarishining sur'atlari o'rtasida bir xil nisbat mavjud ekan, u holda Fillips egri chizig'i o'z mohiyatiga ko'ra inflyatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liqlikni aks ettiradi, ya'ni inflyatsiyaning o'sishi sur'atida ishsizlikning past darajasi kuzatiladi va aksincha. Mubim makroiqtisodiy ko'rsatkichlar o'rtasida barqaror va oldindan ko'rish mumkin bo'lgan bog'liqlikni o'rnatish G'arb mamlakatlarining milliy iqtisodiyotini tartibga solish va istiqbolini belgilash imkonini berdi.

Fillips egri chizig'i ishsizlik va inflyatsiya darajalari o'rtasidagi teskari bog'liqlikni xarakterlaydi. Yuqori darajadagi kutilayotgan Inflyatsiya



21.5-Rasm. **Fillips egri chizig'i**

Mamlakat iqtisodiyotining xususiyatiga ko'ra, shuningdek, inflyatsiyaning qaysi turi mavjudligiga qarab Fillips egri chizig'idagi inflyatsiya va ishsizlik darajalarining kombinatsiyasi farq qilishi

mumkin. Bunday tanlov kutilayotgan inflyatsiyaning sur'atiga bog'liq. Kutilayotgan inflyatsiya darajasi qanchalik yuqori bo'lsa ishsizlikning har qanday darajasida (sur'ati past bo'lgan inflyatsiya darajasiga nisbatan) haqiqiy inflyatsiya darajasi yuqori bo'ladi. Ishsizlik darajasi va inflyatsiya sur'atining maqbul miqdorlari quyidagi formula ko'rinishida tasvirlanishi mumkin:

$$\pi = \pi_{kut} + f \left(\frac{Y_h - Y_p}{Y_p} \right) + \varepsilon$$

Bu yerda π – inflyatsiyaning haqiqiy darajasi;
 π_{kut} – inflyatsiyaning kutilayotgan darajasi;

$$f \left(\frac{Y_h - Y_p}{Y_p} \right) + \varepsilon \text{ - talab inflyatsiyasi;}$$

f – Fillips egri chizig'ining og'ish burchagini belgilovchi empirik koeffitsiyent;

ε – tashqi baho shoki (taklif inflyatsiyasi).

Ouken qonuniga ko'ra YaIMning uzilishi, ya'ni $(Y_h - Y_p) / Y_p$ miqdor davriy ishsizlikning o'zgarishiga bog'liqligi sababli qisqa muddatli Fillips egri chizig'ini tenglamasini quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$\pi = \pi_{kut} - \beta [u - u^*] + \varepsilon$$

Keltirilgan tenglamadan ko'rinib turibdiki, haqiqiy inflyatsiya darajasi miqdori kutilayotgan inflyatsiya darajasiga hamda tashqi baho shoklari darajasi bilan to'g'ri bog'liqlikka, davriy ishsizlik darajasi bilan esa teskari bog'liqlikka ega ekan.

Hukumat Fillips egri chizig'iga asoslanib, qisqa davr uchun, iqtisodiy siyosat maqsadlaridan kelib chiqib ishsizlik va inflyatsiya darajalarining istalgan kombinatsiyasini tanlashi mumkin.

21.4. Aksilinflyatsiya siyosati

Makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash borasidagi chora tadbirlarning muhim qismi aksilinflyatsiya siyosatidir.

Aksilinflyatsiya siyosati – baholar umumiy darajasini barqarorlashtirish, inflyatsion keskinlikni yumshatishga yo'naltirilgan makroiqtisodiy siyosat.

Aksilinflyatsiya siyosati inflyatsiyani yuzaga keltirgan sabablarni tugatishga qaratilgan faol va inflyatsiya sharoitlariga moslashishga qaratilgan passiv ko'rinishda bo'lishi mumkin.

Aksilinflyatsiya siyosati o'z ichiga quyidagilarni oladi:

- yalpi talabni tartibga solish;
- yalpi taklifni tartibga solish.

Keynschi iqtisodchilar birinchi yo'nalish tarafdorlari bo'lib, ular davlat buyurtmasi va arzon kredit hisobiga samarali talabni shakllantirish asosida yalpi taklif darajasini ko'tarish mumkin deb hisoblashadi. Hukumatning bu tadbirlar iqtisodiy pasayishni qisqartiradi va ishsizlikni kamaytiradi.

Ammo bunday aksilinflyatsiya siyosati davlat byudjeti taqchilligini yuzaga keltiradi va qo'shimcha pul emissiyasiga ehtiyoj tug'diradi. Keyns davlat byudjeti taqchilligini davlat tomonidan olinadigan uzoq muddatli qarzlarni hisobiga qoplashni taklif etgan.

“Aksilinflyatsiya siyosatining monetaristik yo'nalishi tarafdorlari keyinchalik, keynschilarning inflyatsiyaga qarshi kurash bo'yicha takliflari doimo samara beravermagach va kamchiliklari yuzaga chiqib qolgach yuzaga keldi. Jumladan, bir qator mamlakatlarda davlat qarzi haddan oshib ketdi. Bunday sharoitda monetaristlar radikal aksilinflyatsiya usullarini taklif etishdi. Ular yalpi talabni konfiskatsiya tipidagi pul islohoti o'tkazish hisobiga cheklash va byudjet taqchilligini ijtimoiy dasturlarni qisqartirishni kamaytirishni taklif etishdi”^{*}.

Monetaristlar inflyatsiya aynan pul bilan bog'liq hodisa bo'lganligi sababli shok terapiyasi pul massasining o'sish sur'atlarini keskin

^{*} Агапова Т.А.Серегина С.Ф. Макроэкономика: Учебник.-7-е изд.перераб. и доп.-М.:Издательство “Дело и сервис”, 2005. с. 214.

qisqartiradi va inflyatsiya sur'atlarini tushiradi deb hisoblashadi. Ammo bunda ishlab chiqarish keskin pasayishi va bandlilik qisqarishi mumkin.

Konfiskatsiya tipidagi shok terapiyasi ko'rinishlaridan biri bo'lib daromadlarning va baholarning nominal darajalarini o'zgartirmagan holda eski pullarni belgilangan nisbatda yangisiga almashtirish hisoblanadi.

Bunday tadbirlar aholi tomonidan og'ir qabul qilinishi sababli, u qisqa muddatda samara berishi zarur.

Monetaristlar tomonidan taklif qilinayotgan aksinfllyatsiya siyosatining yana bir ko'rinishi – inflyatsiya sur'atlarini asta-sekinlik bilan pasaytirib borish (graduallash) usulidir. Bu usulda inflyatsiya sur'atlari pul massasini ko'p marotaba, lekin oz-ozdan kamaytirish orqali pul massasining o'sish sur'atini pasaytirishni ko'zda tutadi. Graduallash usuli inflyatsiyani asta-sekinlik bilan pasaytirib borib iqtisodiyotda chuqur pasayishni oldini olish inkonini beradi.

Graduallash usulini qo'llash pul massasi va baholar darajasining yillik o'sish sur'ati 20-30 foizdan oshmaganda muvaffaqiyatli bo'ladi, deb hisoblanadi.

Aksinfllyatsiya siyosatining monetar usullarga muqobil bo'lgan variantlaridan biri baholar va daromadlarni tartibga solish siyosatidir. Bu usul daromadlarning o'sishi va baholarning o'sishini muvofiqlashtirishni (adaptiv siyosat) ko'zda tutadi.

Daromadlar va baholarni tartibga solish siyosatini amalga oshirish hukumat tomonidan baholar (narxlar) va daromadlar darajalarini muzlatib qo'yish, pul ko'rinishidagi ish haqining o'sishini o'rtacha mehnat unumdorligining o'sishiga bog'lab qo'yish orqali amalga oshiriladi.

“Soliqlar tarkibini o'zgartirish, yalpi soliq tushumlaridagi to'g'ridan-to'g'ri soliqlarning ulushini kamaytirish, bilvosita soliqlar ulushini ko'paytirish, soliq stavkalarini pasaytirish, ularning rag'batlantirish funksiyalarini kuchaytirish, davlat byudjeti xarajatlarini pasaytirish kabllar ham inflyatsiyaga qarshi kurash tadbirlari hisoblanadi”*.

* Киселёва Е.А. Макроэкономика. /Экспресс курс: учебное пособие- М.: КНОРУС, 2007, с.62.

Aksilinflyatsiya siyosatining u yoki bu turini tanlash inflyatsiya jarayonlarining xususiyatiga bog'liq.

Inflyatsiyaning yuqori sur'atlarini oldini olish uchun hukumat quyidagilarni ta'minlashi kerak:

- samarali soliq tizimini va davlat xarajatlarining baqarorligini;
- pul massasi va milliy daromadning bir maromdagi o'sish sur'atlarini;
- inflyatsiyani import qilishga yo'l qo'ymaslik.

Har qanday inflyatsiyaning negizida asosiy iqtisodiy muvozanatlarning buzilishi yotadi. Shu sababli inflyatsiyaga qarshi kurash — uni shunchaki bostirish emas, balki iqtisodiyotda vujudga kelgan nomutanosiblikni bartaraf etishga qaratilgan baquvvat tarkibiy siyosatini amalga oshirishdir. Bir qator chet mamlakatlarning inflyatsiyaga qarshi kurash tajribasi shuni ko'rsatdiki, ular inflyatsiya bilan iqtisodiyot tarkibiy tuzilishining buzilishini bir-biriga chambarchas bog'liq ekanligini anglagan holda, muomala sohasini qat'iy boshqarish va to'lovga qobiliyatli ortiqcha umumiy talabni bartaraf etish bilangina cheklanmadilar. Muayyan maqsadlarga qaratilgan yirik investitsiya dasturlarini ishlab chiqdilar va amalga oshirdilar. Bu dasturlar ana shu nomutanosiblikni tugatish va, binobarin, inflyatsiyani keltirib chiqaruvchi sabablarni bartaraf etish imkonini berdi.

Keyingi yiliarda jahon bozorida narxlar darajasining keskin oshib borayotganligi aksilinflyatsiya siyosatini yanada takomillashtirish zaruratini yuzaga keltirdi.

O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan Inqirozga qarshi chora-tadbirlar dasturida ko'zda tutilgan vazifalarni amalga oshirish, jumladan ishlab chiqarishni modernizatsiya va texnik qayta qurollantirishni izchil davom ettirish, energetika tizimini modernizatsiya qilish, asosiy sanoat tarmoqlarida mahsulot tannarxini 20 foizga qisqartirish, kommunal hizmatlar baholari o'sishini cheklash mexanizmini shakillantirish, bank tizimini yanada takomillashtirish, ishlab chiqarishni mahalliyashtirish va h.k.lar inflyatsiya sur'atlarini cheklash imkonini beradi.

Nazorat savollari

1. Inflyatsiyaning mohiyati faqatgina muomaladagi pul massasining ortiqchaligi bilan izohlanishi to'g'rimi?
2. Inflyatsiyani tushuntirib berishda keynchilarning va neoklassiklarning yondashuvlari qanday farq qiladi?
3. Inflyatsiyaning ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlari qanday?
4. Talab inflyatsiyasi qanday sodir bo'ladi?
5. Taklif inflyatsiyasiga izoh bering?
6. Fillips egri chizig'i qaysi ko'rsatkichlar o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatadi? Bu bog'liqlik qanday tavsiflanadi?
7. Aksilinflyatsiya siyosatining mohiyatini tushuntirib bering.
8. Inflyatsiya so'zining ma'nosi nima?
9. Inflyatsiyaning haqiqiy darajasi qanday aniqlanadi?
10. O'zbekistonda so'nggi yillarda nima sababdan inflyatsiyaning yuqori darajasi kuzatilmoqda.

XXII BOB. YALPI TALAB-YALPI TAKLIF MODELI

22.1. Yalpi talab - yalpi taklif modeliga umumiy tavsif

Har qanday bozorda vaziyat talab va taklif o'rtasidagi nisbatga bog'liq bo'lib, ular hajmlarining o'zgarishi baholarning o'zgarishini keltirib chiqaradi. Baholarning o'zgarishi esa talab va taklif hajmlariga ta'sir ko'rsatadi. Bunday o'zaro bog'liqlik umumlashtirilgan holda ko'rib chiqiladigan milliy bozorga ham taalluqlidir.

Alohida tovarlar va xizmatlar bozoridagi bunday bog'liqlik talab va taklif modeli yordamida tadqiq qilinishini yaxshi bilamiz. Ammo makroko'lamda milliy ishlab chiqarish hajmining o'zgarishi bilan birga baholar umumiy darajasining o'zgarishi o'rtasida bog'liqlikni tadqiq qilish, nima uchun milliy ishlab chiqarish hajmi ayrim davrlarda barqaror o'sishi, ba'zi davrlarda esa pasayib ketishni izohlab berish uchun bu modellardan foydalanib bo'lmaydi.

Bu vazifani bajarish uchun yalpi talab - yalpi taklif (AD-AS aggregate demand- aggregate supply) modelidan foydalanamiz.

Bu modelda yalpi taklif, baholarning umumiy darajasi kabi agregat ko'rsatkichlaridan foydalaniladi.

Makroiqtisodiyotda AD-AS modeli ishlab chiqarish hajmlari va baholar darajalarining tebranishlarini hamda ular o'zgarishining oqibatlarini o'rganish uchun bazaviy model bo'lib hisoblanadi. AD-AS modeli yordamida davlat iqtisodiy siyosatining turli variantlari tasvirlab berilishi mumkin.

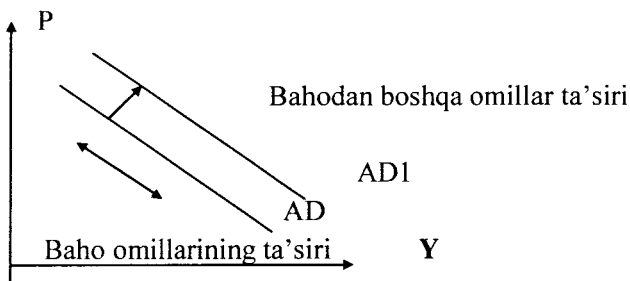
Yalpi talab – uy xo'jaliklari, korxonalar, hukumat va chet ellik xaridorlarning baholarning ma'lum darajasida iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan yakuniy tovarlar va xizmatlarning umumiy hajmiga bo'lgan talabidir.

Yoki boshqacha qilib aytganda yalpi talab iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan yakuniy tovarlar va hizmatlarni sotib olishga qilingan umumiy xarajatlar yig'indisidir. Formula ko'rinishida yalpi talabni quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$AD = S + I + G + X_n.$$

Baholar darajasi va talab qilingan milliy mahsulot hajmi o'rtasidagi bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq yalpi talab egri chizig'i deb ataladi. Buni rasm ko'rinishida tasvirlash mumkin (1-rasm).

1-rasmdan ko'rinish turibdiki, yalpi talab egri chizig'i doimo pastga yoki o'ngga suriladi.



22.1-rasm. Yalpi talab egri chizig'i

Bunday surilishning sababi har xil. Ma'lumki, alohida olingan tovarlar bozorida talab egri chizig'ining surilishiga asosan daromad samarasi va o'rinbosar tovarlar sabab bo'ladi. Ayrim tovarlarning bahosi pasayganda, iste'molchilarning pul daromadlari ko'proq mahsulot sotib olish imkonini beradi (daromad samarasi). Shuningdek, baho pasayganda iste'molchi ushbu tovarni ko'proq boshqa sotib oladi, chunki u boshqa tovarlarga nisbatan arzonroq bo'ladi (o'rmini bosadigan tovarlar).

Milliy bozorda AD-egri chizig'ining trayektoriyasini, ya'ni uning quyiga egilganligini, avvalo pulning miqdoriy nazariyasi tenglamasi yordamida izohlash mumkin:

$$M \times V = Y \times P$$

Bu yerda: M – muomaladagi pul miqdori;

V – pulning aylanish tezligi;

R – iqtisodiyotdagi baholar darajasi (baholar indeksi);

Y – talab qilinayotgan real ishlab chiqarish hajmi.

Bu tenglamadan:

$$P = M V / Y \quad \text{va} \quad Y = M V / P$$

tenglamalarni keltirib chiqaramiz. Bu tenglamalardan ko‘rinadiki, baholar darajasi qancha oshsa, real YaIM hajmiga talab shuncha past bo‘ladi, ya’ni pul massasi (M) va uning aylanish tezligi (V) o‘zgarmas bo‘lsa baholar darajasi va yalpi talab o‘rtasida teskari bog‘liqlik mavjud bo‘ladi.

22.2. Yalpi talabning baho va bahodan boshqa omillari.

Baholar darajasi va yalpi talab o‘rtasidagi teskari bog‘liqlik, quyidagi baho omillari bilan izohlanadi:

1. Foiz stavkasi samarasi;
2. Boylik samarasi yoki real kassa qoldiqlari samarasi;
3. Import xaridlar samarasi.

Foiz stavkasi samarasi shuni bildiradiki, yalpi talabning egri chiziq bo‘yicha surilishi narxlar darajasi o‘zgarishining foiz stavkasiga bo‘lgan ta’siriga bog‘liq.

Demak, tovarlarning baho darajalari oshsa, iste’molchilarga xarid qilish uchun katta miqdorda naqd pul kerak bo‘ladi. Ishbilarmonlar uchun ham ish haqi va boshqa xarajatlarni to‘lashga katta miqdorda pul zarur bo‘ladi. Qisqacha aytganda, tovarlar bahosi darajalarining yuqoriligi pulga bo‘lgan talabni oshiradi.

Pul taklifi hajmi o‘zgaragan holatda talabning oshishi foiz stavkasini ko‘rsatilishiga olib keladi. Foiz stavkalari yuqori bo‘lgan sharoitda ishbilarmonlarning investitsiya tovarlariga bo‘lgan talabi pasayadi.

Investitsiya xarajatlari yalpi talabning bir qismi bo‘lganligi tufayli bu yalpi talab hajmining pasayishiga olib keladi, ya’ni:

$$P \uparrow \rightarrow M_D \uparrow (M_S \text{ const}) \rightarrow R \uparrow \rightarrow I \downarrow \rightarrow AD \downarrow$$

Boylik samarasi yoki real kassa qoldiqlari samarasi shuni bildiradiki, narxlar darajasining oshishi, jamg'arilgan moliyaviy aktivlari (omonatlar, obligatsiyalar) real xarid qobiliyatini pasaytirib yuboradi. Bunday sharoitda aholi moliyaviy aktivlarning real qiymatini tiklash uchun joriy daromadidan iste'mol xarajatlar miqdorini qisqartiradi. Masalan, muayyan shaxs aktivida 10 mln. so'm bo'lsa, undan hech ikkilanmasdan birorta avtomashina sotib olishi, agarda inflyatsiya ta'sirida mashina narxi 12 mln. so'mga ko'tarilsa, u mashina sotib ololmasligi mumkin va yana 2 mln. so'm to'plash uchun joriy davrda olgan ixtiyoridagi daromadidan ko'proq qismini jamg'aradi.

Iste'mol xarajati yalpi talabning bir qismi bo'lganligi tufayli uning kamayishi ADning pasayishiga olib keladi.

Moliyaviy

$$P \uparrow \rightarrow \text{aktivlarning} \downarrow \rightarrow \{ S \downarrow (S \uparrow) \} \rightarrow AD \downarrow$$

real qiymati

Import xaridlar samarasi shuni bildiradiki, biror mamlakatda tovar va hizmatlarning ichki narxlari tashqi narxlarga nisbatan oshib borsa, shu mamlakatda ishlab chiqarilayotgan tovar va hizmatlarga talab kamayadi va o'z navbatida shu mamlakatda import mahsulotlarga bo'lgan talab oshadi. Va, aksincha, ichki narxlarning pasayishi importning kamayishiga va eksportning oshishiga yoki YaIMga talab oshishiga olib keladi. Bu esa sof eksport hajmi orqali yalpi talab hajmiga ta'sir ko'rsatadi.

$$P \uparrow \rightarrow \{ X \downarrow (M \uparrow) \} \rightarrow X_n \downarrow \rightarrow AD \downarrow$$

Yuqorida ko'rib o'tilgan omillar yalpi talabning baho omillari deb ataladi. Bundan tashqari yalpi talabning bahoga bog'liq bo'lmagan omillari ham mavjud. Bu omillardagi o'zgarishlar yalpi talabning miqdorida o'z aksini topadi va uning egri chizig'ini chapga yoki o'ngga siljitadi.

Yalpi talabning bahoga bog‘liq bo‘lmagan omillariga quyidagilarni kiritamiz:

- *Iste‘mol xarajatlaridagi o‘zgarishlar:*

- a) iste‘molchilarning real moddiy aktivlari miqdorining o‘zgarishi;
- b) iste‘molchilar kutishi;
- d) iste‘molchilarning qarzlari miqdorining o‘zgarishi;
- e) iste‘molchilar daromadlaridan olinadigan soliqlar miqdorining o‘zgarishi.

- *Investitsiya xarajatlaridagi o‘zgarishlar:*

- a) foiz stavkasidagi o‘zgarishlar;
- b) investitsiyalardan kutilayotgan foyda normasining o‘zgarishi;
- d) korxonalaridan olinadigan soliqlar miqdorining o‘zgarishi;
- e) yangi texnologiyalarning ishlab chiqarishga jalb qilinishi;
- f) zaxiradagi quvvatlar o‘zgarishi.

Davlat xarajatlarining o‘zgarishi. Masalan, harbiy xarajatlar va yangi kasalxona va boshqa muassasalar qurishga qaror qilinganda:

- *Sof eksport hajmidagi o‘zgarishlar:*

- a) boshqa mamlakatlar milliy daromadlarining o‘zgarishi;
- b) valyuta kurslaridagi o‘zgarishlar.

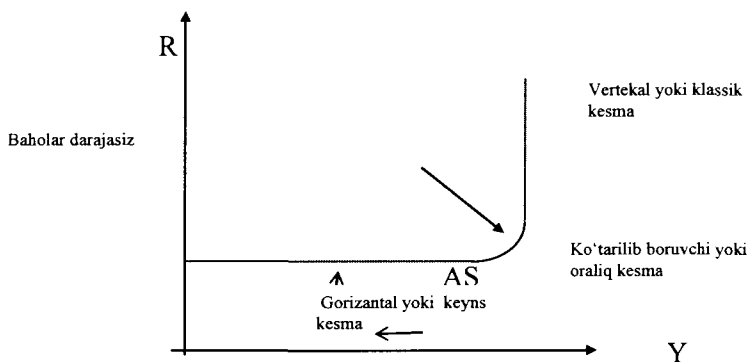
Pulning miqdoriy nazariyasi tenglamasi yuqoridagilardan tashqari yalpi talabning narxlarga bog‘liq bo‘lmagan yana ikki omilini beradi. Bular: pul taklifi (M) va pulning aylanish tezligi (V) dir.

Yalpi talabning bahoga bog‘liq bo‘lmagan omillari ta‘sirida AD egri chizig‘i o‘ngga yoki chapga siljiydi. Natijada ma‘lum baho darajasiga mos keluvchi talab qilinayotgan yalpi ichki mahsulot hajmi o‘zgaradi.

Pul taklifining, pulning aylanish tezligining oshishi, boshqa davlatlar milliy daromadining oshishi, milliy valyuta kursining ma‘lum miqdorda pasayishi (bular eksportning ortishi, importning pasayishiga olib kelishi tufayli) oqibatida sof eksportning pasayishi va yalpi xarajatlar turli komponentlarining oshishi AD egri chizig‘ining o‘ngga siljishiga olib keladi. Bunga aksincha bo‘lgan holatlarda AD egri chizig‘i chapga siljiydi.

22.3. Yalpi taklif grafigi va omillari.

Yalpi taklif grafigi va omillari tushunchasi ko‘pincha yalpi ichki mahsulot sinonimi sifatida qo‘llaniladi. Baholarning yuqori darajasi ishlab chiqaruvchilarga qo‘shimcha mahsulot ishlab chiqarishga rag‘bat yaratadi va aksincha past baholar mahsulot ishlab chiqarish hajmini qisqarishiga olib keladi. Shuning uchun ham milliy ishlab chiqarish hajmi bilan baholar darajasi o‘rtasida to‘g‘ri aloqa mavjud. Demak, mahsulot ishlab chiqarish hajmi baholar o‘sib borishi bilan o‘sib, pasayishi bilan tushib boradi. Yalpi taklif (AS) egri chizig‘i alohida tovar taklifi egri chizig‘idan farq qilib uch qismdan, gorizontali yoki keyns kesmasi, ko‘tarilib boruvchi yoki oraliq kesma hamda vertikal yoki klassik kesmadan iborat (10-rasm). Bunday holat yalpi taklifni tahlil qilishga klassik va keynschilarga xos yondashuv bilan izohlanadi. Iqtisodiy adabiyotlarda ko‘pincha oraliq kesma ham keyns kesmasiga kiritib yuboriladi. Ko‘tarilib boruvchi yoki oraliq kesma



22.2-rasm. Yalpi taklif egri chizig‘i.

Yalpi taklifning keyns kesmasida milliy ishlab chiqarishning haqiqiy hajmi uning potensial hajmidan, ya‘ni to‘liq bandlik sharoitida erishishi mumkin bo‘lgan hajmidan kamdir. Demak bu kesma iqtisodiyotning pasayish bosqichida bo‘lgan va katta miqdordagi resurslardan foydalanilmagan sharoitni ko‘rsatadi. Foydalanilmayotgan

ushbu resurslarni esa baholar darajasiga ta'sir ko'rsatmagan holda ishga tushirish mumkin. Bu kesmada milliy ishlab chiqarish hajmi oshishi baholar darajasi o'zgarmay qolgan sharoitda ro'y beradi.

Yalpi taklif egri chizig'ining **Keyns kesmasida** iqtisodiyotni nisbatan qisqa muddatda amal qilishini xarakterlaydi. Bu kesmada yalpi taklifni tahlil qilish quyidagi shartlarga tayanadi:

- iqtisodiyot ishlab chiqarish omillari to'liq band bo'lmagan sharoitda amal qiladi;
- baholar, nominal ish haqi qayd etilgan, bozor tebranishlaridan juda kam ta'sirlanadi;
- real miqdorlar (ishlab chiqarish, bandlilik, real ish) haqi harakatchan va bozor tebranishlaridan tez ta'sirlanadi.

Vertikal yoki klassik kesmada iqtisodiyot to'liq bandlik sharoitiga yoki ishsizlikning tabiiy darajasi sharoitiga erishgan vaziyatni ko'ramiz. Iqtisodiyot egri chiziqning bu kesmasida o'zining ishlab chiqarish potentsiali darajasida bo'ladi. Bu shuni bildiradi, baholarning har qanday oshishi ishlab chiqarish hajmining oshishiga olib kelmaydi. Chunki, iqtisodiyot to'liq quvvatda faoliyat ko'rsatayapti. To'liq bandlik sharoitida ayrim firmalar boshqa firmalarga nisbatan resurslarga yuqoriroq baholarni taklif etish orqali ishlab chiqarish hajmini oshirishga harakat qiladi. Ammo, bunday holatda ayrim firmalarning resurslar va ishlab chiqarish hajmini oshirishi, boshqalar uchun yo'qotishga olib keladi. Natijada bu mahsulotlar bahosi oshishi mumkin, lekin ishlab chiqarishning real hajmi o'zgarmay qoladi.

Klassik nazariyada yalpi taklifni tahlil qilish quyidagi shartlarga tayanadi:

- ishlab chiqarish hajmi faqatgina ishlab chiqarish omillari hajmiga va texnologiyalarga bog'liq va baholar darajasiga bog'liq emas;
- ishlab chiqarish omillari va texnologiyalarda o'zgarish sekinlik bilan ro'y beradi;
- iqtisodiyot to'liq bandlik sharoitida amal qiladi, ya'ni ishlab chiqarish hajmi potensial darajaga teng;

- baholar va nominal ish haqi o'zgaruvchan, ularning o'zgarishi bozorlarda muvozanatni ta'minlab turadi.

Oraliq kesma – ishlab chiqarish real hajmining o'sishi narxlar darajasining o'sishiga mos ravishda o'sib boradi. Nima uchun? Chunki, iqtisodiyotning pasayish holatidan to'liq bandlikka o'tishi notekis va turli vaziyatlarda ro'y beradi. Masalan, ayrim tarmoqlarda resurslarning yetishmasligiga duch kelinsa, boshqa tarmoqlarda hozircha ortiqcha resurslar mavjud bo'ladi. Shuningdek, ular ishlab chiqarishni kengaytirish uchun yangi asosiy vositalar sotib olish va malakasiz mutaxassislardan foydalanishiga to'g'ri keladi. Bu esa mahsulotlar birligiga ketadigan xarajatlarning oshishiga va natijada baholar darajasining o'sishiga olib keladi.

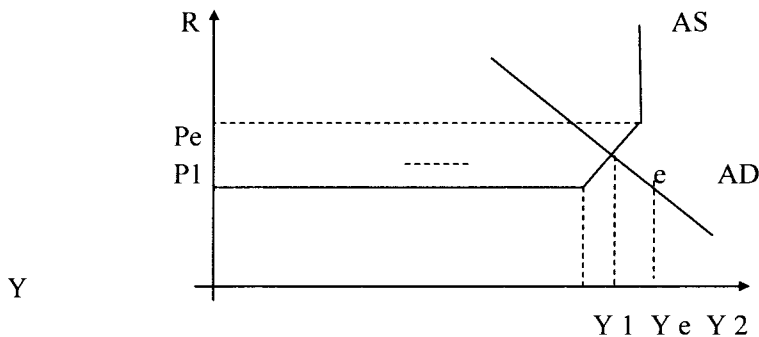
Ishlab chiqarish hajmi ko'payishi yoki kamayishi bahoga bog'liq bo'lmagan omillar hisobiga ham ro'y berishi, bu omillar esa yalpi taklif egri chizig'ini o'ng yoki chap tomonga siljitishi mumkin. Bahoga bog'liq bo'lmagan omillarning xususiyati shundaki, ular mahsulot birligiga ketgan xarajatlarga bevosita ta'sir qiladi va shu orqali jami taklif egri chizig'ining siljishiga sabab bo'ladi.

Bu omillarga texnologiyalardagi o'zgarishlar, ishlab chiqarish omillari miqdorining o'zgarishi, resurslar baholarining o'zgarishi, firmalarni soliqqa tortishdagi o'zgarishlar va boshqalar kiradi.

22.4. AD-AS modelida makroiqtisodiy muvozanat

AD va AS egri chiziqlarining kesishish nuqtasi ishlab chiqarishning muvozanatli hajmi va baholarning muvozanatli darajasini belgilaydi. Baholarning muvozanatli darajasi deganda baholarning shunday darajasi tushuniladiki, unda jami talab va taklif bir-biriga mos kelishi yoki teng bo'lishi kerak. Modelda makroiqtisodiy muvozanatga erishish mexanizmini dastlab oraliq kesmada ko'rib chiqamiz (22.3-rasm). Dastlab muvozanat e nuqtasida o'rnatilgan. Baholarning muvozanatli darajasi va yalpi ishlab chiqarish hajmining muvozanatli hajmlari mos ravishda P_e va Y_e lar bilan belgilangan. Nima

uchun P_e narxlarning muvozanatli darajasini va Y_e esa yalpi ishlab chiqarishning muvozanatli hajmini bildirishini ko'rsatishimiz uchun baholarning muvozanatli darajasi P_e emas, balki P_1 deb hisoblaymiz.

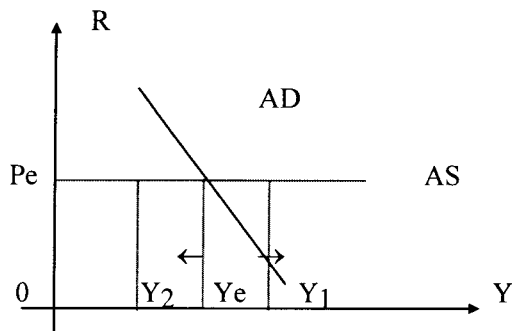


22.3-rasm. Yalpi taklif egri chizig'ining oraliq kesmasidagi muvozanat

Baholar darajasi P_1 bo'lgan vaziyatda ishlab chiqaruvchilar yalpi ishlab chiqarish hajmini Y_1 miqdoridan oshirmaydi.

Iste'molchilar baholar darajasi P_1 bo'lganda mahsulotlarni Y_2 darajada sotib olishga tayyor turadi. $AD > AS$ bo'lganligi tufayli iste'molchilar o'rtasidagi raqobat baholar darajasini P_e gacha suradi. Baholar darajasining P_1 dan P_e gacha ko'tarilishi ishlab chiqarish hajmini Y_1 dan Y_e gacha oshirishga va iste'molchilar talabini Y_2 dan Y_e gacha kamayishga olib keladi. Natijada AD va AS egri chiziqlari e nuqtada kesishadi. Demak, aynan P_e baholarning muvozanatli darajasi va e muvozanat nuqtasidir.

22.4-rasmda yalpi talab egri chizig'i yalpi taklif egri chizig'i bilan keyns kesmasi kesishadigan vaziyat tasvirlangan. Bunday vaziyatda makroiqtisodiy muvozanat nuqtasi baholar darajasi bir xil turganda ham o'zgaradi. Buni tushunish uchun avvalo yalpi ishlab chiqarishning muvozanatli hajmini Y_e va muvozanatli baholar darajasini P_e bilan belgilaymiz.



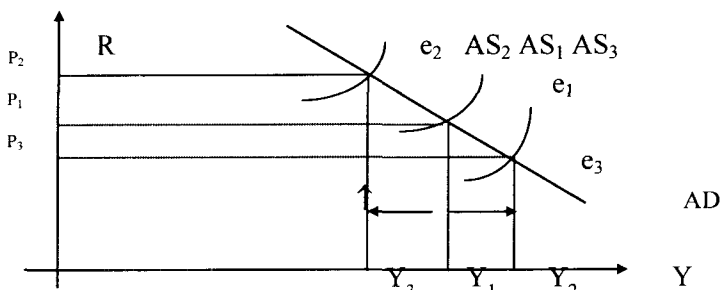
22.4-rasm. Yalpi taklif egri chizig‘ining keyns kesmasidagi muvozanati

Muvozanatli ishlab chiqarish hajmi aynan Y_e ekanligini isbotlash uchun bu hajmni Y_1 deb hisoblaymiz. U holda $AD < AS$, oqibatida sotilmay qolgan tovarlar va xizmatlar hajmining ortishi ishlab chiqarishni Y_e darajaga pasaytirilishiga olib keladi.

Muvozanatli ishlab chiqarish hajmini Y_2 deb hisoblasak, aksincha, $AS < AD$, oqibatda korxonalarda tovar zaxiralari kamayib ularni ishlab chiqarishni Y_e darajaga oshirishga undaydi. Shunday qilib aynan yalpi taklif va yalpi talab egri chiziqlarining kesishish nuqtasigina AD-AS modelda muvozanat nuqtasi deyiladi.

Yuqoridagilardan ko‘rinib turibdiki, yalpi taklif egri chizig‘ining keyns kesmasida yalpi talabning o‘zgarishi ishlab chiqarish hajmining oshishi yoki kamayishiga olib keladi, baholar darajasi esa o‘zgarmaydi.

Yalpi talab egri chizig‘ini AS egri chizig‘ining vertikal kesmasida o‘zgarsa bu ishlab chiqarish hajmiga ta’sir ko‘rsatmaydi va faqat baholar darajasi o‘zgaradi, xolos. Ya’ni, bu kesmada talabning oshishi talab inflyatsiyasini keltirib chiqaradi. Yalpi taklifning bu kesmasida talabning har qanday o‘zgarishi faqat baholar darajasi o‘zgarishga olib keladi. Ishlab chiqarish hajmi esa to‘liq bandlik sharoitida o‘zgarmay qoladi.



22.5-rasm. Yalpi taklif o'zgarishining AD-AS modelidagi muvozanatga ta'siri.

Oraliq va vertikal kesmalarda baholar o'sib borishi bilan kuzatilgan yalpi talabning ko'payishi talab inflyatsiyasi mavjudligini ko'rsatadi.

Yalpi taklif o'zgarishining baholarni va ishlab chiqarishni muvozanatli darajalariga ta'sirini 22.5-rasm misolida ko'rib chiqamiz. Bahodan boshqa omillar ta'sirida yalpi taklifning AS1dan AS2ga siljishi natijasida ishlab chiqarish hajmi Y_1 dan Y_2 gacha kamayadi, baholar darajasi esa R_1 dan R_2 gacha ko'tariladi, ya'ni stagflyatsiya ro'y beradi.

Boshqa bir vaziyatda, masalan, narxlarga bog'liq bo'lmagan omillardan birortasi o'zgarib, yalpi taklifning o'zgarishiga olib kelsin. Ya'ni, yerning bahosi pasaysa, korxonalaridan olinadigan soliqlar kamaysa va natijasida mahsulot birligiga ketgan sarf-xarajatlar qisqarsa, unda yalpi taklif egri chizig'i AS1dan AS3 holatga siljiydi. Bunda narxlar muvozanat darajasi P_1 dan P_3 ga qadar pasayadi va ishlab chiqarishning muvozanatli hajmi Y_1 dan Y_3 qadar oshadi, ya'ni, iqtisodiy o'sish holati ro'y beradi.

Yalpi taklif va yalpi talab o'rtasidagi muvozanatning buzilishi makroiqtisodiy beqarorlikni keltirib chiqaradi. Jumladan "jahon moliyaviy inqirozining yuzaga kelishida asosiy sabab – moliyaviy resurslar bilan real ishlab chiqarish hajmi o'rtasidagi mutanosiblikning keskin buzilishi hisoblanishini ta'kidlash lozim. Pul muomalasi qonunlaridan ma'lumki, iqtisodiyot sog'lom va barqaror amal qilishi

uchun muomalaga chiqarilayotgan pul massasi bilan tovar va xizmatlar ishlab chiqarish real hajmi o'rtasida muayyan nisbatga amal qilinishi lozim. Biroq, milliy iqtisodiyotlarning baynalminallashuvi va globallashuv jarayonlari pul muomalasining amal qilishiga ham o'z ta'sirini o'tkazib, dastlab ayrim mamlakatlar, masalan AQShda, keyinchalik ko'plab mamlakatlarda mazkur qonunga rioya qilishning zaiflashuviga, keyin esa uni umuman e'tiborga olmaslikka qadar olib keldi"¹¹.

Natijada muomaladagi pul massasi (yalpi talab) tovarlar va xizmatlar hajmi o'rtasida muvozanat buzildi, va moliyaviy inqiroz iqtisodiy inqirozga aylandi.

Shu sababli ham makroiqtisodiy siyosatning asosiy vazifalaridan biri makroiqtisodiy muvozanatni ta'minlashdan iboratdir. Bunda yalpi talab va yalpi taklifning dinamik muvozanatiga erishish uchun yalpi talabni rag'batlantirish yoki cheklash siyosati, shuningdek, yalpi taklifni rag'batlantirish siyosati qo'llaniladi.

Yalpi talabni rag'batlantirish siyosatining ko'rinishlariga daromadlarni o'stirish, soliqlarni kamaytirish, bank kreditlarini arzonlashtirish, narxlarni cheklash tadbirlari kirs, yalpi taklifni rag'batlantirish siyosatida investitsiyalarni rag'batlantirish, ishlab chiqaruvchilarga solliq yukini pasaytirish, eksportchilarni qo'llab-quvvatlash va h.k. choralar kiradi.

Nazarot savollari

1. Yalpi talab – yalpi taklif modeli qanday vazifani bajaradi?
2. Yalpi talab va uning komponentlariga ta'rif bering.
3. Yalpi talab egri chizig'i quyiga egllgan trayektoriyaga ega bo'lishining sababi nimada?

¹¹ Б.Ю.Ходиев, А.Ш.Бекмуродов, У.В.Гофуров, Б.К.Тухлиев. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг «Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари» номли асарини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2009. , 14- 6.

4. Yalpi talabning narx omillariga izoh bering.
5. Yalpi talabning narxdan boshqa omillariga va ularning AD egri chizig'iga ta'siriga izoh bering.
6. Yalpi taklif egri chizig'i shakll qaysi sabablarga ko'ra murakkab ko'rinishga ega?
7. AD-AS modelidagi makroiqtisodiy muvozanat holatini va uning shartlarini tushuntiring.
8. Yalpi talab o'zgarishi modeldagi muvozanat holatiga qanday ta'sir ko'rsatadi?
9. Yalpi taklif o'zgarishi modeldagi muvozanat holatiga qanday ta'sir ko'rsatadi?
10. Yalpi taklif chizig'idagi kesmalarga izoh bering.

XXIII BOB. ISTE'MOL VA JAMG'ARISH FUNKSIYALARI

23.1. Iste'mol va jamg'arish, ularning grafiklari va funksiyalari

Iste'mol bozorini bozor konyunkturasi talablari asosida to'ldirish O'zbekiston makroiqtisodiyotining dolzarb masalalaridan biridir. Ma'lumki, O'zbekistonda iste'mol qilinadigan tayyor mahsulotlarning katta qismi sobiq ittifoqdosh respublikalardan hamda chet eilardan olinar edi. Mustaqillikka erishilgandan so'ng ulardan tayyor mahsulotlar olish mushkuilasha boshladi. Qolaversa, tovar ayirboshlash ham jahon narxlarida, jahon standartlariga moslashtirib borilmoqda. Bu hol bozor iqtisodiyoti ta'limotining makroko'lamdagi iste'mol funksiyasini o'rganishimizni taqozo qiladi. Iste'mol funksiyasining mohiyatini bilishimiz iste'mol bozorini boshqarishimizda asos bo'ladi.

Iste'mol bozori – aholi iste'moli uchun zarur bo'lgan tovar va hizmatlarni ayirboshlash makonidir. Iste'mol bozori turli-tuman savdo shoxobchalarini: davlat, iste'mol savdosi, dehqon bozori va chayqov bozorini o'z ichiga oladi.

Iste'mol bozorida xaridorlar faqat fuqarolardan iborat bo'lmaydi. Xaridorlar tarkibiga aholiga bepul hizmat ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlar (kasalxonalar, bolalar bog'chasi, qariyalar uyi va boshqalar) ham kiradi. Ular ham keng iste'mol buyumlarining iste'molchilaridir. Iste'mol bozorida har xil hizmatlar (madaniy, tibbiy, texnikaviy) ham sotiladi. Iste'mol bozorining hajmi unda sotiladigan tovarlarning yalpi summasi (masalan, tovar oboroti) bilan belgilanadi. Iste'mol tovarlari qat'iy davlat narxlari, nazorat qilinadigan narxlar va erkin narxlarda sotiladi.

Iste'mol bozori o'zining holatiga qarab ikki xil bo'ladi: to'yingan bozor va taqchil bozor yoki och bozor. To'yingan bozorlarda iste'mol tovarlari talabga yetarli sifatda va miqdorda bo'ladi. Taqchil bozorda esa tovarlar surunkasiga iste'molni qondirmaydi, uning narxi yuqori bo'ladi. Tovarlar narxining yuqoriligi va taqchilligi natijasida

iste'molchini ijtimoiy himoyalash zarurati kelib chiqadi. Iqtisodchilar tomonidan "iste'mol savati" va uning qiymati aniqlanadi. "Iste'mol savati" – muayyan oziq-ovqat, sanoat mollari va hizmatlarning tirikchiligini ta'minlashga ma'lum darajada yetarli bo'lgan miqdorini ko'rsatadi. Narxlarning to'xtovsiz o'sib borayotgan hozirgi sharoitida aholining ko'rgan zararini qoplash uchun hukumat tomonidan mamlakatda "iste'mol savati" tarkibi aniqlanadi va uni qo'llash taklif etiladi.

Uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlari (bundan buyon iste'mol deb yuritiladi), yalpi talab yoki YaIMning yakuniy iste'molga ko'ra tarkibida eng katta ulushga ega bo'lgan komponentdir. Shuningdek, rivojlangan mamlakatlarda iste'mol xarajatlari shaxsiy tasarrufdagi daromadning asosiy qismini tashkil etadi. Shu tufayli ham iste'mol xarajatlariga ta'sir etuvchi omillarni, uning o'zgarish qonuniyatlarini o'rganish muhim ahamiyatga ega.

Uy xo'jaliklari tasarrufidagi daromadning iste'mol qilinmasdan qolgan qismi ularning jamg'armalarini tashkil etadi. Klassik maktab vakilari jamg'arish hajmi foiz stavkasining funksiyasi deb qarashsa J.M. Keynes uy xo'jaliklarining iste'mol xarajatlari va jamg'arishlari hajmini belgilovchi asosiy omil ularning ishlab chiqarishda ishtirok etishdan olingan daromadlari deb hisoblaydi. Yanada aniqlik kiritsak iste'mol va jamg'arish hajmini belgilovchi asosiy omil uy xo'jaliklarining ishlab topgan daromadlari, olgan transfert to'lovlari va to'lagan soliqlari bilan belgilanadigan tasarrufidagi daromadi (DI – disposable income, yoki Yd) ko'rsatkichidir. Makroiqtisodiy nazariyada iste'mol va jamg'armalar, milliy daromad yoki shaxsiy daromadlarning funksiyasi sifatida ham tadqiq qilinadi.

Ma'lumki, uy xo'jaligi tasarrufidagi daromad iste'mol va jamg'arish uchun ishlatiladi. Ya'ni, qancha ko'p iste'mol qilinsa, shuncha kam jamg'ariladi va aksincha. Iste'mol va jamg'arish o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik har xil daromadga ega bo'lgan shaxslarda bir xil emas: kam daromadga ega bo'lganlar, odatda, uning ko'proq qismini iste'mol qilib, kamroq qismini jamg'aradi, lekin daromadlari oshib borishi bilan bu

nisbat jamg'arish foydasiga o'sadi. Bu bog'liqlikni gipotetik ma'lumotlar asosida ko'rib chiqamiz (4-jadval).

Tasarrufidagi daromad hajmi 370 shartli birlikka (sh.k.) teng bo'lganda uy xo'jaliklari iste'moli 375 sh.b.ka teng, ya'ni tasarrufidagi daromaddan 5 sh.b.ka ko'p bo'ladi. Ya'ni uy xo'jaliklari 5 sh.b.ka teng miqdorda qarz hisobiga yoki o'tgan yillarda to'plangan jamg'armalar hisobiga iste'mol xarajatlari qiladilar.

23.1-jadval

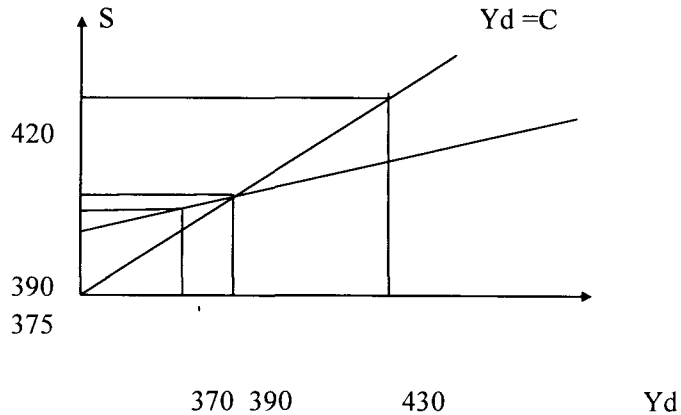
Daromad, iste'mol va jamg'arish ko'rsatkichlari

Yillar	Tasarrufdagi daromad (Yd)	Iste'mol (C)	Jamg'arish (S)
1	370	375	-5
2	390	390	0
3	410	405	5
4	430	420	20
5	450	435	15
6	470	450	20
7	490	465	25

Uy xo'jaliklari tasarrufidagi daromadlar 390 sh.b.ka teng bo'lganda, uning miqdori iste'mol miqdori bilan tenglashadi. Bu miqdor bo'sag'aviy daromad deb yuritiladi.

6-rasm ma'lumotlari asosida iste'mol grafigini chizamiz.

Iste'mol grafigi ikki to'g'ri chiziq ko'rinishida berilgan. Bissektrisa ko'rinishidagi $Yd = C$ to'g'ri chizig'ining har bir nuqtasida iste'mol va tasarrufidagi daromad hajmlari teng bo'ladi.

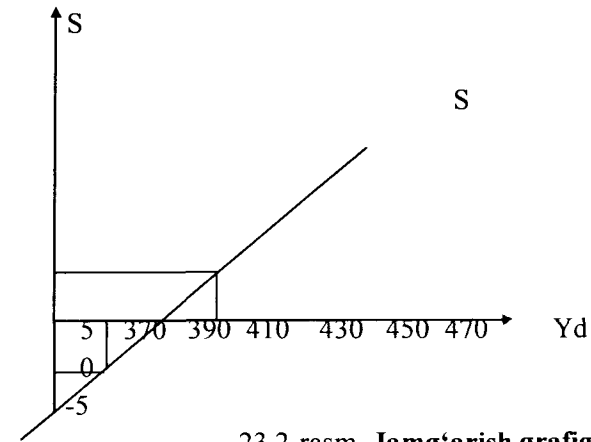


23.1-rasm. Iste'mol grafigi

Haqiqiy iste'mol (S) grafigi haqiqiy iste'mol va daromad teng bo'lgan nuqtada (α) bissektisa bilan kesishadi. Bo'sag'aviy nuqtadan quyida haqiqiy iste'mol daromaddan oshiq. Bu vaziyat insonlarning qarz hisobiga hayot kechirishini bildiradi. α – nuqtada yuqorida haqiqiy iste'mol daromaddan kam hamda ular o'rtasidagi farq jamg'arishni tashkil etadi. Haqiqiy iste'mol to'g'ri chizig'i iste'mol hajmini belgilovchi vertikal o'qni a nuqtada kesib o'tadi. Bu hol uy xo'jaliklari umuman daromad olmaganlarida ham ma'lum miqdorda iste'mol qilishlarini anglatadi. a – nuqta esa avtonom iste'mol hajmini bildiradi.

Keltirilgan ma'lumotlar asosida jamg'arish grafigini ham ko'rib chiqamiz (7-rasm).

Jamg'arish grafigi daromad bilan jamg'arish o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi. Vertikal o'qdagi har bir nuqta jamg'arma miqdorini bildiradi va daromad bilan unga muvofiq keladigan iste'mol hajmi o'rtasidagi farq sifatida aniqlanadi ($S = Y_d - S$). Boshlang'ich daromad darajasida jamg'arish nolga (0) teng bo'lgan holda ixtiyordagi daromad hajmi o'sib borishi bilan uning miqdori ham oshib boradi.



23.2-rasm. Jamg'arish grafigi

Mavzuning birinchi savolida keltirilgan gepotetik ma'lumotlar va grafiklarga tayanib iste'mol funksiyasini yozamiz:

$C = a + b Y_d$, bu yerda: a – avtonom xarajatlar; Y_d – tasarrufidagi daromad ($Y_d = Y - T$), bu yerda: T – soliqlar;

b – iste'mol hajmining tasarrufidagi daromadga bog'liqligini ifodalovchi koeffitsiyent, boshqacha aytganda iste'molga chegaralangan moyillik.

$$b = \frac{\Delta S}{\Delta Y_d} = 100$$

Demak, iste'mol hajmi avtonom iste'molga, tasarrufidagi daromad hajmiga va iste'mol hajmining tasarrufidagi daromad o'zgarishiga ta'sirchanligiga bog'liq.

Jamg'arish grafigini ham iste'mol grafigiga o'xshab algebraik ifodalash mumkin, ya'ni jamg'arish funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega:

$$S = -a + (1 - b) Y_d$$

Iste'mol va jamg'arish hajmiga tasarrufidagi daromad dinamikasidan tashqari quyidagi omillar, to'g'rirog'i bu omillardagi o'zgarishlar ham ta'sir ko'rsatadi:

- Uy xo'jaliklari daromadlari;
- Uy xo'jaliklarida to'plangan mulk hajmi;
- Baholar darajasi;
- Iqtisodiy kutish;
- Iste'molchilar qarzlari hajmi;
- Soliqqa tortish hajmi.

Dastlabki besh omil ta'sirida iste'mol va jamg'arish grafiklari o'zaro teskari tomonga siljiydi. Bu besh omil ta'sirida joriy tasarrufidagi daromad tarkibida iste'mol va jamg'arish ulushi nisbatlari o'zgaradi. Soliqqa tortish darajasining o'zgarishi ixtiyordagi daromad hajmini o'zgartirgani tufayli uning ta'sirida iste'mol va jamg'arish grafiklari bir tomonga qarab siljiydi. Iste'mol funksiyasini aniqlash borasidagi tadqiqotlar, uning hajmi, shuningdek, aholining daromadlari hajmi va to'plagan mulki ko'lamiga ko'ra tabaqalanishi darajasi hamda aholining soni va yoshiga ko'ra tarkibiga ham bog'liqligini ko'rsatdi.

23.2. Iste'mol va jamg'arishga o'rtacha hamda chegaralangan moyillik

Makroiqtisodiy tahlil jarayonida iste'mol va jamg'arish funksiyalarini yanada to'laroq bilish uchun iste'mol va jamg'arishga o'rtacha moyillik va chegaralangan moyillik tushunchalarini mohiyatini anglab olishimiz lozim.

Iste'molga o'rtacha moyillik deganda tasarrufidagi daromaddagi iste'mol xarajatlarining ulushi tushuniladi, ya'ni:

$$APC = \frac{S}{Yd} \cdot 100\%$$

bunda: APC – (average propensity to consume) iste'molga o'rtacha moyillik.

Tasarrufidagi daromaddagi jamg'arish ulushimi jamg'arishga o'rtacha moyillik deb ataladi, ya'ni:

$$S$$

$$APS = \frac{\text{-----}}{Yd} 100\%$$

Bunda: APS (average propensity to saving) – jamg‘armaga o‘rtacha moyillik.

Misol uchun, tasarrufidagi daromad darajasi 410 va 530 shartli birlikka va iste‘mol darajalari 405 va 495 shartli birlikka teng bo‘lgan holatlar uchun iste‘molga o‘rtacha moyillikni hisoblaymiz, ya‘ni:

$$ARS = (405 / 410) \times 100 = 98,78\% \text{ yoki } 0,98;$$

$$ARS = (495 / 530) \times 100 = 93,39\% \text{ yoki } 0,93 \text{ ga teng.}$$

Demak, bu misollardan ko‘rinib turibdiki, tasarrufidagi daromadlar miqdori ko‘payib borishi bilan uning tarkibidagi iste‘mol ulushi kamayib va aksincha jamg‘arma ulushi ko‘payib boradi. Bu holatni Keynsning “asosiy psixologik qonun”i bilan izohlash mumkin. “Mavjudligiga nafaqat aprior tasavvurlarga ko‘ra, bizning inson tabiatini bilishimizdan kelib chiqib, shuningdek, o‘tmish tajribasini sinchiklab o‘rganish asosida biz to‘liq ishonishimiz lozim bo‘lgan asosiy psixologik qonun shundan iboratki kishilar daromadlari o‘sishi bilan, odatda, o‘z iste‘mollarini oshirishga moyillar, ammo daromadlari o‘sgan darajada emas”^{*}.

Soliqlar to‘langandan keyin qolgan daromadning bir qismi iste‘mol qilinadi, ikkinchi qismi esa jamg‘ariladi, shu tufayll ham iste‘molga va jamg‘arishga o‘rtacha moyillik yig‘indisi 100% ga yoki koeffitsiyent ko‘rinishda 1 ga teng: **ARS + ARS = 100%** yoki **1**.

Uy xo‘jaliklari tasarrufidagi daromadlarining o‘sgan qismini yo iste‘mol qiladi, yoki jamg‘aradi.

Iste‘moldagi o‘zgarishlarning shu o‘zgarishni keltirib chiqargan tasarrufidagi daromad o‘zgarishdagi ulushi iste‘molga chegaralangan moyillik deyiladi.

$$MPC = \frac{\Delta S}{\Delta Yd} 100$$

^{*} Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. М.,1978. С.157.

Bu yerda: MPC (marginal propensity to consume) – iste'molga chegaralangan moyillik.

Yuqorida keltirilgan 4-jadval ma'lumotlariga ko'ra ixtiyordagi daromad 410 sh.b.dan 430 sh.b.gacha oshgan holatda MRSni hisoblaymiz.

$$\Delta S = 420 - 405 = 15; \quad \Delta Yd = 430 - 410 = 20;$$

$$MRS = (15/20) 100 = 75\%;$$

Bu shuni bildiradiki, daromad 100 % ga (yoki bir birlikka) o'zgaranda iste'mol 75 % (yoki 0,75)ga o'zgaradi.

Jamg'arishdagi o'zgarishning ixtiyordagi daromad o'zgarishdagi ulushi jamg'arishga chegaralangan moyillik deyiladi.

$$MRS = \frac{\Delta S}{\Delta Yd} \cdot 100$$

Bu yerda: MPS (marginal propensity to saving) – jamg'arishga o'rtacha moyillik. Yuqorida keltirilgan misolda:

$$\Delta Yd = 430 - 410 = 20 \quad \Delta S = 10 - 5 = 5$$

$$MRS = (5/20) 100 = 25\%;$$

Shunday qilib, iste'molga chegaralangan moyillik 0,75 ni tashkil etgan bo'lsa, jamg'armaga chegaralangan moyillik 0,25 ni tashkil etadi. Daromadning o'sgan qismi yoki iste'molga, yoki jamg'armaga sarflanadi. Shu sababga ko'ra iste'mol va jamg'arishga o'rtacha moyillik ko'rsatkichlari yig'indisi 100%ga yoki koeffitsiyent ko'rinishida 1ga teng bo'ladi.

$$MRS + MRS = 100\% \text{ yoki } 1.$$

MRS va MRS ancha barqaror ko'rsatkichlar bo'lib, juda sekin o'zgarishga uchraydilar.

Nazorat savollar

1. Daromad, iste'mol va jamg'armalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka izoh bering?

2. Avtonom iste'mol kategoriyasining mohiyatini tushuntirib bering.

3. Iste'molga o'rtacha va chegaraviy moyillik ko'rsatkichlarini izohlab bering?

4. Iste'mol grafigini izohlang.

5. Jamg'arish grafigini izohlang.

6. Jamg'armaga o'rtacha va chegaraviy moyillik ko'rsatkichlarini izohlab bering?

7. Qaysi mablag'larni investitsiya tarkibiga kiritamiz?

8. Akselerator modelini tushuntirib bering.

9. Kutilayotgan sof foyda normasi o'zgarishi qaysi sabablarga ko'ra ro'y beradi va u investitsiya hajmiga qanday ta'sir ko'rsatadi.

10. Iste'mol, jamg'arish va investitsiya funksiyalari qanday ko'rinishga ega?

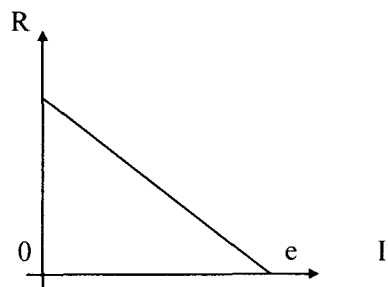
XXIV BOB. INVESTITSIYA VA UNING IQTISODIYOTDAGI O'RNINI

24.1. Investitsiyalarning mohiyati, grafigi va funksiyasi

Investitsiyalar yoki kapital qo'yilmalar – bu, hali buyumlashmagan, lekin ishlab chiqarish vositalariga qo'yilgan kapitaldir. O'zining moliyaviy shakliga ko'ra, ular foyda olish maqsadida xo'jalik faoliyatiga qo'yilgan aktivlar hisoblansa, iqtisodiy mohiyatiga ko'ra investitsiyalar yangi korxonalar qurish, uzoq muddat xizmat ko'rsatuvchi mashina va asbob-uskunalarini yakuniy sotib olishga hamda shu bilan bog'liq bo'lgan aylanma kapitalning o'zgarishiga ketgan xarajatlardir. Shuningdek, investitsiyalar tarkibiga uy-joy qurilishiga ketgan xarajatlar ham kiritiladi.

Investitsiyalarni turlicha guruhlash mumkin. Makroiqtisodiy tahlilda eng ko'p duch kelinadigan guruhlashda investitsiyalar investitsiyalash obyektiga ko'ra uch turga bo'linadi:

1. Ishlab chiqarish investitsiyalari;
2. Tovar-moddiy zaxiralariga investitsiya;
3. Uy-joy qurilishiga investitsiya.



24.1-rasm. Avtonom investitsiyalar grafigi

Makroiqtisodiy tahlilda investitsiyalar dinamikasini belgilovchi omil sifatida real foiz stavkasi qaraladi. Real foiz stavkasi ortishi bilan investitsiyalar hajmi kamayishini kuzatishimiz mumkin. Chunki investorlar uchun qarz bahosi ortib, ular ko'rsatadigan foyda normasini pasaytirib qo'yadi.

Avtonom investitsiyalarning grafigi investitsiyalar hajmi foiz stavkasi dinamikasiga teskari proporsional tarzda o'zgarishini ko'rsatadi.

Avtonom investitsiya funksiyasi quyidagi ko'rinishga ega:

$$I = e - dR$$

Bu yerda: I – avtonom investitsiya xarajatlari;

e – foiz stavkasi 0 ga teng to'lgandagi investitsiya xarajatlarining maksimal hajmi. U tashqi iqtisodiy omillar, resurs imkoniyatdari, yer, foydali qazilma boyliklari va boshqalar bilan belgilanadi;

R – real foiz stavkasi;

d – investitsiyalarning real foiz stavkasi dinamikasi o'zgarishga ta'sirchanligini miqdoriy belgilovchi empirik koeffitsiyent.

Grafikdan e – nuqtasi shuni bildiradiki, banklar nolga teng foiz stavkasi bilan kredit berganlarida hamda ularning kredit resurslari cheksiz ko'p bo'lganda ham mamlakatdagi boshqa resurslari miqdorining cheklanganligi tufayli investitsiya xarajatlari ma'lum miqdor bilan chegaralanadi.

24.2. Investitsiyalar dinamikasini belgilovchi foiz stavkasidan boshqa omillar

Investitsiyalar dinamikasini belgilovchi eng muhim omillardan biri bo'lib kutilayotgan sof foyda normasi hisoblanadi. Agar real foiz stavkasi bilan investitsiya xarajatlari miqdori o'rtasida teskari bog'liqlik bo'lsa, kutilayotgan sof foyda normasi (KSFN) dinamikasi bilan investitsiya xarajatlari o'rtasida to'g'ri bog'liqlik bor.

Agarda kutilayotgan foyda me'yori foiz stavkasidan yuqori bo'lsa, investitsiyalash foydali va aksincha, foiz stavkasi kutilayotgan foyda miqdoridan yuqori bo'lsa, investitsiyalash foydali bo'lmay qoladi.

Misol uchun, zavodga 100000 soʻmlik yangi stanok sotib olindi. Yangi stanokni qoʻllashdan zavod 10.000 soʻm sof foyda olgan boʻlsin. Kutilayotgan sof foyda normasi quyidagicha aniqlanadi:

$$\text{KSFN} = 10000 / 100000 \times 100 = 10\%.$$

Investitsiya xarajatlari foyda keltirishini aniqlashda nominal foiz stavkasi emas, balki real foiz stavkasi hisobga olinadi. Real foiz stavka narxlar darajasining oʻzgarishini aks ettirib, nominal stavkadan inflyatsiya darajasi ayirmasi koʻrinishida aniqlanadi. Masalan, nominal foiz stavkasi 16% ga teng boʻlsa, inflyatsiya darajasi yiliga 12% ni tashkil etsa, unda real foiz stavkasi 4 foizini (16%-12%) tashkil etadi.

Investitsiya xarajatlari dinamikasiga taʼsir etuvchi boshqa quyidagi omillar ham kiradi:

1. Soliqqa tortish darajasi;
2. Ishlab chiqarish texnologiyalaridagi oʻzgarishlar;
3. Mavjud boʻlgan asosiy kapital miqdori;
4. Investorlarning kutishi;
5. Yalpi daromadlarning oʻzgarishi.

Soliqqa tortish darajasining pasayishi hamda yangi texnologiyalarning paydo boʻlishi kutilayotgan sof foyda normasining (real foiz stavkasi oʻzgarishidan sharoitda ham) koʻpayishga olib keladi. Bu esa investitsiya xarajatlarning ortishiga turtki beradi.

YaIM hajmi oshishi korxonalar foydasining koʻpayishiga olib keladi. Korxonalar foydasi investitsiyalarning manbai ekanligini hisobga olsak, bu holatda investitsiya xarajatlari oshadi. YaIM hajmi pasayib ketganda esa, yaʼni iqtisodiy faollik pasayishi sharoitida boʻsh turgan quvvatlar mavjudligi tufayli, investitsiya xarajatlari pasayib ketadi. Ammo YaIMning davriy tebranishlari, innovatsiyalarni doim ham bir tekisda boʻlmasligi, uskunalarni uzoq muddat xizmat qilishi, iqtisodiy kutishdagi xavflar tufayli investitsiyalar hajmi barqaror boʻlmaydi.

Oʻzbekiston Respublikasida olib borilgan oqilona makroiqtisodiy siyosat natijasida yuzaga kelgan qulay investitsiya muhiti yaxshilandi, jumladan siyosiy va iqtisodiy barqarorlikning taʼminlanganligi, soliq yukining pasaytirilishi, bozor infratuzilmasining rivojlantirilishi, bank tizimining mustahkamlanishi va bank foiz stavkalarining

pasaytirilishi, investorlarga keng imtiyoz va kafolatlar tizimining yaratilganligi mamlakatimiz iqtisodiyotiga jalb qilinayotgan investitsiyalar hajmining o'sishiga olib keldi.

24.3. Asosiy fondlarga investitsiyalar

Investitsiya xarajatlarining eng katta qismi, ya'ni deyarli to'rt dan uch qismi, asosiy fondlarga investitsiyalar hissasiga to'g'ri keladi. Bu sarmoyalar shuni anglatadiki, investitsion tovarlar kelajakdagi ishlab chiqarish maqsadida firmalar tomonidan sotib olinadi. Bu xarajat, qisqa vaqt ichida ishlatilib yoki sotilib ketadigan zaxiralarga investitsiyalardan farqli o'laroq, uzoq muddat foydalanadigan asosiy kapital uchun bo'ladi. Asosiy fondlarga investitsiyalar ofis jihozlaridan tortib zavodgacha, kompyuterdan tortib kompaniya mashinasigacha barcha narsani o'z ichiga oladi.

Asosiy fondlarga investitsiyalarning andozaviy modeli investitsiyalarning neoklassik modeli nomini olgan. Neoklassik modelda investitsion tovarlarga ega bo'lgan firmalarning foyda va xarajatlari ko'rib chiqiladi. Modelda investitsiyalar darajasi kapital zaxiralari bilan birgalikda kapitalning chekli mahsuli, foiz stavkasi hamda firmalarga nisbatan qo'llaniladigan soliqqa tortish qoidalariga qanday bog'liqligi ko'rsatiladi.

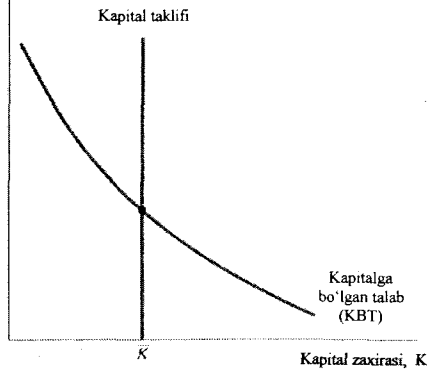
Modelni shakllantirish uchun iqtisodiyotda firmalarning ikki turi mavjud deb faraz qilamiz. Ishlab chiqaruvchi firmalar ijaraga olingan kapitaldan foydalanib tovar va xizmatlar ishlab chiqaradilar. Kapitalni ijaraga beruvchi firmalar iqtisodiyotda barcha investitsiyalarni amalga oshiradilar, ular ishlab chiqarish fondlarini sotib oladilar va ularni ishlab chiqaruvchi firmalarga ijaraga beradilar. Hayotdagi iqtisodiyotda ko'plab firmalar ikkala funksiyani ham bajaradilar, ya'ni ular tovarlar va xizmatlarni ishlab chiqaradilar hamda kelgusi ishlab chiqarishga kapitalni investitsiya qiladilar. Bizning tahlilimiz nuqtayi nazaridan faoliyatning bu ikki turini ular bilan turli xil firmalar shug'ullanadi deb faraz qilgan holda ajratish foydalidir.

Dastavval ishlab chiqaruvchi firmalarni ko'rib chiqamiz. Odatda firma foydalanadigan kapital miqdori to'g'risidagi qarorim quyidagi

tartibda qabul qiladi: kapitalning har bir qo‘shimcha birligidan olinadigan foyda va xarajatlarni solishtiradi. Firma kapitalni R stavka bo‘yicha ijaraga oladi va o‘z mahsulotini R narx bo‘yicha sotadi, ishlab chiqaruvchi firma uchun kapital birligiga haqiqatdagi xarajatlar R/R ni tashkil etadi. Kapital birligidan foydalanishning haqiqiy natijasi kapitalning chekli mahsulotidir (KChM), ya‘ni kapitalning qo‘shimcha birligidan foydalanish hisobiga olinadigan qo‘shimcha ishlab chiqarilgan mahsulotdir. Firma tomonidan foydalaniladigan kapital hajmi ortishi bilan uning chekli mahsuloti pasayadi: firma qanchalik ko‘proq kapitalga ega bo‘lsa, kapitalni qo‘shib borish bilan ishlab chiqarish hajmini shunchalik kam o‘shirishga erishiladi. Oldingi boblarda xulosa qilganimizdek, firma foydasini maksimallashtirish uchun kapitalning chekli mahsuloti kapitalni ijaraga olishning haqiqiy narxi darajasigacha pasaymagunga qadar, ijaraga olinadigan kapitalni oshiradi.

Yuqorida muhokama qilingan sabablar tufayli, kapitalning chekli mahsuloti kapitalga bo‘lgan talab egri chizig‘ini aniqlaydi. Kapitalga bo‘lgan talab egri chizig‘i o‘ngdan pastga egilgan, chunki kapital hajmi qanchalik ko‘p bo‘lsa, uning chekli mahsuloti shunchalik kam. Har bir vaqtda iqtisodiyotdagi kapital miqdori qayd etilgan, shuning uchun taklif egri chizig‘i vertikal chiziq hisoblanadi. Kapitalni ijarasi uchun olinadigan narx talab va taklifni muvozanatlashtirish uchun o‘zgartirib turiladi.

Rasm -1
Haqiqiy ijara narxi, R/P



Kapitalning ijara narxi. Kapitalni ijarasi uchun olinadigan narx kapitalga bo‘lgan talab (kapitalning chekli mahsulotiga teng) va kapital taklifini muvozanatlashishi asosida o‘rganiladi.

Kapital zaxiralarini kamaytiruvchi (yer qimirlashi), bandlikni oshiruvchi (jami talabni o'sishi) yoki texnologiyalarni yaxshilovchi (ilmiy topilmalar) kapital ijarasi uchun olinadigan haqiqiy narxning muvozanatli miqdorini oshiradi.

Endi ijara firmalarini ko'rib chiqamiz. Mashinani ijara beruvchi kompaniyalarga o'xshash firmalar shunchaki kapital tovarlarini sotib oladi va ijara beradi. Maqsadimiz ijara firmalari tomonidan hosil qilinadigan investitsiyalarni tushuntirish bo'lgani uchun, kapitalga egalik qilishning foydasi va narxini ko'rib chiqishdan boshlaymiz.

Kapitalga egalik qilish xarajatlari murakkabroq tuzilishga ega. Firma kapital birligini ijara berayotgan vaqtning har bir davri mobaynida u uch xil xarajat qiladi:

1. Firma kapital birligini sotib olib, keyin uni ijara berayotganda u kapitalni sotib olish uchun sarflangan mablag'larni bank hisobiga qo'yib olishi mumkin bo'lgan foiz ko'rinishidagi daromadni yo'qotadi. Yoki, shunga o'xshash, firma kapitalni sotib olish uchun qarz mablag'laridan foydalandi, unda u olingan qarz bo'yicha foizlar to'lashiga to'g'ri keladi. Agar R_k – kapital birligini sotib olish narxi, i – nominal foiz stavkasi bo'lsa, unda iR_k – foizlar bo'yicha xarajatlardir. E'tibor bering, agarda ijara firmasi qarz olishiga to'g'ri kelmasa ham, foiz stavkasi qiymati bir xil bo'ladi: agar ijara firmasi qo'lda naqd pul evaziga kapital birligini sotib olsa, ushbu naqd pulni bankka omonatga qo'yib ishlab topishi mumkin bo'lgan foizni yo'qotadi.

2. Firma kapitalni ijara berguncha, uning narxi o'zgarishi mumkin.

Agar kapital narxi pasaygan bo'lsa, unda firma uning aktivlari qiymati pasayganligi tufayli zarar ko'rishi mumkin. Agar kapital narxi oshayotgan bo'lsa, unda firma aktivlari qiymati ko'tarilishi sababli yutadi. Bu yutuq yoki zararining miqdori $-\Delta R_k$ ga teng (bu yerda minus belgisi qo'yilyapti, chunki foydani emas xarajatlarni hisoblayapmiz).

3. Kapital ijara berilganda, u eskiradi va qiymatini yo'qotadi. Bu amortizatsiya deb ataladi. Agar δ -amortizatsiya me'yori, ya'ni eskirish natijasida muayyan davr davomida qiymatning yo'qotilgan qismi bo'lsa, unda amortizatsiya miqdorining puldagi ifodasi δR_k bo'ladi.

Shunday qilib, bir davr mobaynida kapital birligini ijaraga berish bo'yicha umumiy xarajatlar quyidagini tashkil etadi:

$$\text{Kapital birligiga xarajatlar} = iR_k - \Delta R_k + \delta R_k = R_k(i - \Delta R_k / R_k + \delta)$$

Kapital birligiga xarajatlar kapital birligi narxiga, foiz stavkasiga, kapital narxni nisbiy o'zgarishiga va amortizatsiya me'yoriga bog'liq.

Misol uchun, mashinani ijara beruvchi kompaniya kapital xarajatini ko'rib chiqaylik. Kompaniya har bir mashinani \$10000 dan oladi va boshqa firmalarga ijaraga beradi. Kompaniyaning yiliga 10% foiz stavkasi bor, shunday ekan foiz stavkasi qiymati iP_k kompaniya tasarrufidagi har bir mashina uchun \$1000. Mashinalar narxi yiliga 6%ga oshmoqda, shunday qilib, amortizatsiyani hisoblanaganda, firma yiliga \$600 kapital foyda ΔP_k oladi. Mashinalarning amortizatsiyasi sababli yiliga 20% qiymatini yo'qotadi, shunday ekan amortizatsiya δP_k sababli yo'qotishlar yiliga \$2000. Shuning uchun, kompaniyaning kapital birligiga xarajati:

$$\text{Kapital birligiga xarajati} = \$1000 - \$600 + \$2000 = \$2400.$$

Mashinani ijara beruvchi kompaniya uchun mashinani saqlab turish qiymati yiliga \$2400ga teng.

24.4. O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan investitsion siyosat

Moliyalashtirish manbalari bo'yicha asosiy kapitalga investitsiyalar joriy davrda asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar hajmi 60 719,2 mlrd so'mni yoki o'tgan yilning mos davriga nisbatan 107,1 %ni tashkil etdi. Moliyalashtirish manbalari bo'yicha tahlil qilinganda, joriy davrda o'zlashtirilgan asosiy kapitalga investitsiyalarning katta qismi jalb etilgan mablag'lar hisobiga to'g'ri keldi — 34 057,3 mlrd so'm yoki jami o'zlashtirilgan investitsiyalarning 56%i, korxonalar va aholining o'z

mablag'lari hisobidan esa 26 673,5 mlrd so'm yoki jami o'zlashtirilgan investitsiyalarning 44 %i o'zlashtirildi.

Jalb etilgan mablag'lar tarkibida to'g'ridan-to'g'ri va boshqa kafolatlanmagan xorijiy investitsiya va kreditlarning ulushi katta bo'ldi. To'g'ridan-to'g'ri va boshqa kafolatlanmagan xorijiy investitsiya va kreditlarning joriy davrda o'zlashtirilgan asosiy kapitalga investitsiyalar jami hajmida 20,4 %ni, jalb etilgan mablag'lar hisobidan o'zlashtirilgan asosiy kapitalga investitsiyalar hajmida esa 36,4 %ni tashkil etdi.

Asosiy kapitalga investitsiyalarning markazlashganlik darajasidan kelib chiqib tahlil qiladigan bo'lsak, markazlashgan moliyalashtirish manbalari hisobidan 14 975,1 mlrd so'm yoki jami o'zlashtirilgan investitsiyalarning 25%ini hamda markazlashmagan moliyalashtirish manbalari hisobidan 45 744, 2 mlrd so'm yoki jami o'zlashtirilgan investitsiyalarning 75%i o'zlashtirildi.

Markazlashgan moliyalashtirish manbalarining eng katta qismi — 35%ini Tiklanish va taraqqiyot jamg'armasi hisobiga to'g'ri keldi. Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi kafolati ostidagi xorijiy investitsiya va kreditlar 26%ni, Respublika byudjeti 22%ni, Davlat maqsadli jamg'armalari 16%ni va Bolalar sportini rivojlantirish jamg'armasi 1%ni tashkil etdi.

Tiklanish va taraqqiyot jamg'armasi hisobidan amalga oshirilayotgan investitsiya loyihalari asosan iqtisodiyotning tog'-kon sanoatida amalga oshirilmoqda. Bunday investitsiya loyihalariga Sho'rtangaz kimyo majmuasida tozalangan metan asosida simmetik suyutilirilgan yoqilg'i ishlab chiqarishini tashkil etish, gazni desulfurizatsiyalovchi 3 ta yangi blok qurilishi, Yoshlik 1 metall konini o'zlashtirish, qurilish sohasi uchun eng asosiy qurilish materiali hisoblangan sement zavodining qurilishi, ammiak va karbamid ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqa investitsiya loyihalarini sanab o'tish mumkin.

Qarshi-Termiz, Pop-Qo'qon-Andijon temir yo'l liniyalarini elektrlashtirish, 450 MVt quvvatga ega ikkita bug'gaz qurilmasidan iborat umumiy quvvati 900 MVt bo'lgan yangi issiqlik elektrostansiyasi qurilishi, Polivinilxlorid (PVX), kaustik soda va metanol ishlab

chiqarish kompleksining qurilishi, A-373 “Toshkent-O‘sh” magistralining “Qamchiq” dovoni orqali o‘tadigan 116-190 km da joylashgan tog‘lik hududlarida 58 km uzunlikdagi avtomobil yo‘lini rekonstruksiya qilish, yerusti raqamli uzatish tarmog‘ini rivojlantirish kabi yirik investitsiya loyihalari O‘zbekiston Respublikasi kafolati ostidagi xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan amalga oshirilmoqda.

Markazlashmagan moliyalashtirish manbalarining 39%ini korxonalar va tashkilotlarning o‘z mablag‘lari tashkil etadi. Bu korxonalar va tashkilotlarning asosiy qismi o‘z faoliyatlarini kengaytirish hamda texnik va texnologik qayta qurollantirish maqsadidagi investitsiyalarini avvalambor o‘z mablag‘lari hisobidan amalga oshirishlari bilan bog‘liq.

Shuningdek, neft va gaz qazib chiqarish uchun imkoniyati bor barcha hududlarda (Ustyurt, Buxoro-Xiva, Xisor, Surxondaryo va boshqa hududlarda) qidiruv burg‘ulash ishlarining olib borilishi, gazni desulfurizatsiyalovchi 3 ta yangi blok qurilishi, Sho‘rtangaz kimyo kompleksi ishlab chiqarish quvvatini kengaytirish, Gazli gaz konlarini kompleks ishlab chiqarishga tayyorlash va boshqa ko‘plab gaz-kimyo sanoatini rivojlantirish va kengaytirishga yo‘naltirilgan investitsiyalar ham boshqa moliyalashtirish manbalari bilan korxonalar va tashkilotlarning o‘z mablag‘lari ishtirokida amalga oshirilmoqda.

To‘g‘ridan-to‘g‘ri va boshqa xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan o‘zlashtirilayotgan investitsiyalar hajmi tobora ortib bormoqda. Joriy davrda ushbu moliyalashtirish manbai hisobidan investitsiyalar jami markazlashmagan moliyalashtirish manbalarining 27%ini tashkil etdi. Bunda quyidagi yirik investitsiya loyihalarining ulushi katta: Kandim konlar guruhini ishlab chiqarishga tayyorlash va gazni qayta ishlash zavodini qurish ishlari (1 bosqich), Xisor va Ustyurt investitsiya bloki hududida uglevodorod konlarida qazib chiqarishni yo‘lga qo‘yish, Qarshi tumanida tekstil kompleksini tashkil etish (2 bosqich), uyali aloqa tizimini kengaytirish, milliy uyali aloqa operatori tarmog‘ini shakllantirish va boshqa investitsiya loyihalari.

Hududlar kesimida Toshkent shahri hamon yetakchilik qilayotgan bo‘lsada, Buxoro Surxondaryo va Qasqadaryo viloyatlaridagi

investitsion faollik natijasida yuqori o'sish sur'atlari qayd etilib, mos ravishda ularning Respublikadagi ulushi oshib hormoqda.

Buxoro viloyatida Respublikadagi eng yirik investitsiya loyihasi – Kandim konlar guruhini ishlab chiqarishga tayyorlash va gazni qayta ishlash zavodini qurish ishlari amalga oshirilayotgan bo'lsa, Surxondaryo viloyatida sement zavodi qurilishi, Qarshi-Termiz temir yo'li liniyasini elektrlashtirish, Qashqadaryo viloyatida esa Xisor investitsiya bloki hududida uglevodorod konlarida qazib chiqarishni yo'lga qo'yish, sintetik suyultirilgan yoqilg'i ishlab chiqarishini tashkil etish kabi yirik loyihalar amalga oshirilmoqda.

Asosiy kapitalga investitsiyalarning texnologik tarkibida qurilish montaj ishlari bo'yicha 36 598,2 mlrd so'm o'zlashtirilgan bo'lsa, mashina, uskuna va inventarlarga investitsiyalar 19 161,8 mlrd so'm va boshqa xarajatlarga 4 959,2 mlrd so'm o'zlashtirildi. Qurilish-montaj ishlariga investitsiyalar joriy yil boshidan biroz ko'payish kuzatildi. Bu iqtisodiyotda, ayniqsa asosiy tarmoqlarda, xususan tog'-kon sanoatida yaratilayotgan yangi yirik ishlab chiqarish quvvatlariga investitsiyalar bilan bog'liq.

Asosiy kapitalga investitsiyalarning iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha tarkibida yuqorida ta'kidlab o'tilganidek tog'-kon sanoati yetakchilik qilmoqda. Ushbu tarmoqda jami moliyalashtirish manbalari hisobidan 12 405,3 mlrd so'm yoki jami asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalarning 20,4 %i o'zlashtirilgan. Shundan 10 895,0 mlrd so'm yoki jami investitsiyalarning 17,9%i tabiiy gaz qazib chiqarish uchun yo'naltirilgan.

Turar-joy qurilishiga investitsiyalar aholini namunaviy loyihalar asosida qurilayotgan va arzonlashtirilgan uy-joylar qurilishi bo'yicha davlat dasturlarining amalga oshirilishi hamda aholi tomomidan yakka tartibdagi turar-joylar qurilishi hajmlari bilan bog'liq.

Ishlab chiqarish sanoatiga investitsiyalar hajmi 8 746,8 mlrd so'mni va jami investitsiyalardagi ulushi 14,4%ni tashkil etdi. Ishlab chiqarish sanoati tarkibida eng ko'p investitsiya o'zlashtirilgan 3 faoliyat turi quyidagilar: metallurgiya sanoati 1 305,6 mlrd so'm (jami asosiy kapitalga investitsiyalardagi ulushi 2,2%), oziq-ovqat, ichimlik, tamaki

mahsulotlari ishlab chiqarishi 1.265,4 mlrd so‘m (2,1%), tekstil mahsulotlari ishlab chiqarishi 1 177,7 mlrd so‘m (1,9%).

Joriy davrda 16 309,0 mlrd so‘m yoki asosiy kapitalga investitsiyalarning 26,9%i xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan amalga oshirildi.

Joriy yil boshidan oladigan bo‘lsak, yilning yanvar-sentyabr oylarida xorijiy investitsiya va kreditlarning o‘shish sur‘ati bir oz pasaygan bo‘lsada, yil oxiriga kelib yuqori sur‘atlarda o‘shish kuzatildi. Bu alhiatta yuqorida sanab o‘tilgan Buxoro viloyatidagi Kandim konlar guruhini ishlab chiqarishga tayyorlash va gazni qayta ishlash zavodini qurish ishlari bo‘yicha investitsiyalarning o‘zlashtirilishi bilan bevosita bog‘liq.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi kafolati ostidagi xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan amalga oshirilayotgan investitsiya loyihalari: Angren erkin iqtisodiy zonasida qishloq xo‘jaligi va avtomobil shinalarini konveyr usulida ishlab chiqarishni tashkil etish, kimyo sanoatida azot kislotasini ishlab chiqarishni tashkil etish, Buxoro va Samarqand viloyatlarida kanalizatsiya tizimini tozalash inshootlarini rekonstruksiya qilish, Buxoro viloyatining Olot va Qorako‘l tumanlarini ichimlik suvi bilan ta‘minlash tizimini yaxshilash, hududiy avtomobil yo‘llarini rivojlantirish (2 va 3 bosqich), Toshkent shahri ko‘chalarini yoritish tizimida energiya tejoychi texnologiyalarni joriy etish kabi loyihalar amalga oshirilmoqda.

Hududlar kesimida asosiy kapitalga xorijiy investitsiya va kreditlarning o‘zlashtirilishida Respublikaning 3 ta hududi Buxoro viloyati, Toshkent shahri va Qashqadaryo viloyati Respublika bo‘yicha jami xorijiy investitsiya va kreditlarning 76% ini qamrab olgan. Bu yuqorida sanab o‘tilgan yirik investitsiya loyihalarini aynan shu hududlarda amalga oshirilayotganligi bilan izohlanadi.

Joriy davrda asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalarning yakuniy natijasi sifatida bir qator ishlab chiqarish quvvatlari va ijtimoiy soha obyektlari ishga tushirildi.

Neft va gaz sohasida bir necha ekspluatatsiya uchun burg‘ulangan gaz qudug‘i, ko‘plab quduqni ishlab chiqarishga tayyorlash, avtomobil

vositalariga gaz ballonlarini o'rnatish va xizmat ko'rsatish markazi, yiliga 8 ming tonna polimer mahsuloti ishlab chiqaruvchi obyekt, yiliga 6 mlrd metr kub gazni deflyurizatsiya qiluvchi yangi 3 blok, yiliga 2,5 ming tonna plastik idishlar ishlab chiqaruvchi zavod va boshqa ishlab chiqarish quvvatlari ishga tushirildi.

Energetika sohasida 53,9 km uzunlikdagi 0,4-6-10 kV elektr uzatish liniyasi yangi qurilgan bo'lsa, 495,8 km 0,4-6-10 kV elektr uzatish liniyasi rekonstruksiya qilindi. Shuningdek, 1,2,3 sonli gidrogeneratorlarning ishchi g'ildiraklarini almashtirish bilan Chorvoq GES gidrogeneratorlarini modernizatsiya qilish kabilar amalga oshirildi.

Masalan, Tog'-kon sanoati 57% Ishlab chiqarish sanoati 13% Axborot va aloqa 10% Tashish va saqlash 9% Sog'liqni saqlash 3% Elektr, gaz bilan ta'minlash 2% Suv bilan ta'minlash, kanalizatsiya 2% boshqalar.

Asosiy kapitalga investitsiyalarning iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha tarkibida yuqorida ta'kidlab o'tilganidek tog'-kon sanoati yetakchilik qilmoqda. Ushbu tar-moqda jami moliyalashtirish manbalari hi-sobidan 12 405,3 mlrd.so'm yoki jami asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalar-ning 20,4 %i o'zlashtirilgan. Shundan 10 895,0 mlrd.so'm yoki jami investitsiya-larning 17,9%i tabiiy gaz qazib chiqarish uchun yo'naltirilgan.

Turar joy qurilishiga investitsiyalar aholini namunaviy loyihalar asosida qurilayotgan va arzonlashtirilgan uy-joylar qurilishi bo'yicha davlat dasturlari-ning amalga oshirirlishi hamda aholi tomonidan yakka tartibdagi turar-joylar qurilishi hajmlari bilan bog'liq.

Ishlab chiqarish sanoatiga investitsiyalar hajmi 8 746,8 mlrd.so'mni va jami investitsiyalardagi ulushi 14,4%ni tashkil etdi. Ishlab chiqarish sanoati tarkibida eng ko'p investitsiya o'zlashtirilgan 3 faoliyat turi quyidagilar: metallurgiya sanoati 1 305,6 mlrd.so'm (jami asosiy kapitalga investitsiya-lardagi ulushi 2,2%), oziq-ovqat, ichimlik, tamaki mahsulotlari ishlab chiqarishi 1.265,4 mlrd.so'm (2,1%), tekstil mahsulotlari ishlab chiqarishi 1 177,7 mlrd.so'm (1,9%).

Joriy davrda 16 309,0 mlrd so‘m yoki asosiy kapitalga investitsiyalarning 26,9%i xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan amalga oshirildi.

Joriy yil boshidan oladigan bo‘lsak, yilning yanvar-sentabr oylarida xorijiy investitsiya va kreditlarning o‘shish surati bir oz pasaygan bo‘lsada, yil ohiriga kelib yuqori suratlarda o‘shish kuzatildi. Bu albatta yuqorida sanab o‘tilgan Buxoro viloyatidagi Kandim konlar guruhini ishlab chiqarishga tay-yorlash va gazni qayta ishlash zavodini qurish ishlari bo‘yicha investitsiyalarning o‘zlashtirilishi bilan bevosita bog‘liq.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi kafolati ostidagi xorijiy investitsiya va kreditlar hisobidan amalga oshirilayotga investitsiya loyihalari: Angren erkin iqtisodiy zonasida qishloq xo‘jaligi va avtomobil shinalarini konveyr usulida ishlab chiqarishni tashkil etish, kimyo sanoatida azot kislotasini ishlab chiqarishni tashkil etish, Buxoro va Samarqand viloyatlarida kanalizatsiya tizimini tozalash inshootlarini rekonstruksiya qilish, Buxoro viloyatining Olot va Qorako‘l tumanlarini ichimlik suvi bilan ta‘minlash tizimini yaxshilash, hududiy avtomobil yo‘llarini rivojlantirish (2 va 3 bosqich), Toshkent shahri ko‘chalarini yoritish tizimida energiya tejoychi texnologiyalarni joriy etish kabi loyihalar amalga oshirilmogda.

Hududlar kesimida asosiy kapitalga xorijiy investitsiya va kreditlarning o‘zlashtirilishida Respublikaning 3 ta hududi Buxoro viloyati, Toshkent shahri va Qashqadaryo viloyati Respublika bo‘yicha jami xorijiy investitsiya va kreditlarning 76%ini qamrab olgan. Bu yuqorida sanab o‘tilgan yirik investitsiya loyihalarini aynan shu hududlarda amalga oshirilayotganligi bilan izohlanadi.

Joriy davrda asosiy kapitalga kiritilgan investitsiyalarning yakuniy natijasi sifatida bir qator ishlab chiqarish quvvatlari va ijtimoiy soha obyektlari ishga tushirildi.

Neft va gaz sohasida bir necha ekspluatatsiya uchun burg‘ulangan gaz qudug‘i, ko‘plab quduqni ishlab chiqarishga tayyorlash, avtomobil vositalariga gaz ballonlarini o‘rnatish va hizmat ko‘rsatish markazi, yiliga 8 ming tonna polimer mahsuloti ishlab chiqaruvchi obyekt, yiliga 6 mlrd metr kub gazni deflyurizatsiya qiluvchi yangi 3 blok, yiliga 2,5

ming tonna plastik idishlar ishlab chiqaruvchi zavod va boshqa ishlab chiqarish quvvatlari ishga tushirildi.

Energetika sohasida 53,9 km uzunlikdagi 0,4-6-10 kV elektr uzatish liniyasi yangi qurilgan bo'lsa, 495,8 km 0,4-6-10 kV elektr uzatish liniyasi rekonstruksiya qilindi. Shuningdek, 1,2,3 sonli gidrogeneratorlarning ishchi g'ildiraklarini almashtirish bilan Chorvoq GES gidrogeneratorlarini modernizatsiya qilish kabilar amalga oshirildi.

Shu bilan birga, sekundiga 3,5 kub metr suv tortish quvvatiga ega "Raish-Xakent-2" nasos stansiyasi rekonstruksiyasi, 597 uyali aloqa bazaviy stansiyalari, 131 ta paxta xomashyosini o'zaro hisob-kitob qilish va monitoringini yurgazish markazlari, 2 ta tezyurar yo'lovchi tashuvchi Talgo-250 elektropoyezdlarini sotib olish, yiliga 65 ming tonna ruxlangan yoritish ustunlari va yo'l to'siqlari ishlab chiqaruvchi zavod, ko'plab yog'moy ishlab chiqaruvchi sexlarni modernizatsiya qilish va texnik qayta qurollantirish, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini kompleks ishlab chiqarish, qayta ishlash saqlash va yetkazib berish obyekti va boshqa turli sohalarda yangi obyektlar ishga tushirildi.

Ijtimoiy sohada joriy davrda jami 11293,2 ming kv.m, shu jumladan qishloq joylarda 7825,4 ming kv.m turar-joylar ishga tushirildi. Ulardan namunaviy loyihalar asosida qurilgan turar-joylar 1663,8 ming kv.m ni tashkil etdi.

Sog'liqni saqlash sohasiga oid obyektlar bo'yicha 4208 o'rinli kasalxonalar, shu jumladan qishloq joylarda 235 o'rin, 7655 qatnovga mo'ljallangan poliklinikalar (qishloq vrachlik punktlarini qo'shgan holda), shu jumladan qishloq joylarda 3675 qatnovli poliklinikalar ishga tushirildi.

Ta'lim sohasida 94465 o'quvchi o'rinli umumta'lim va ixtisoslashtirilgan maktablar yangi qurilib, rekonstruksiya qilingan bo'lsa, 152 umumta'lim va ixtisoslashtirilgan maktablar kapital ta'mirdan chiqarildi. Shuningdek, 180 o'quvchi o'rniga ega kasb-hunar kollejlari va 28 ta bolalar sporti obyektlari ishga tushirildi.

Turar-joylarning asosan qishloq joylarda qurilayotganligi namunaviy loyihalar asosida qurilayotgan yakka tartibdagi uy-joylar qurilishi

bo'yicha olib borilayotgan davlat dasturlarining bajarilishi hamda aholining o'zi uchun yakka tartibda qurayotgan uylari bilan bog'liq.

Nazorat savollari:

1. Investitsiyaning yurtimiz iqtisodiyotidagi ahamiyatini tushuntiring.

2. Asosiy fondlarga investitsiyalar neoklassik modelida firmalar qanday shart ostida kapital zaxirasini oshirishni daromadli deb biladi?

3. Foiz stavkasi oshishi nima uchun uy-joyga investitsiyalarni kamaytirishini tushuntirib bering.

4. Firmalar nima uchun zaxira saqlashining to'rtta sababini keltiring.

5. Investitsiya va iste'mol o'rtasidagi bog'liqlikni izohlang?

6. Mamlakatimizga har yili qancha investitsiya jalb qilinadi (2017)?

7. Zaxiralarga investitsiyalar haqida nimalar bilasiz?

8. Akselerator modeli?

9. Avtonom investitsiyalarni mohiyatini tushuntirib bering.

10. Investitsiyalar dinamikasi ahamiyati nimada?

XXV BOB. BANK TIZIMI. PUL-KREDIT SIYOSATI

25.1. Banklar va ularning bozor iqtisodiyotidagi vazifalari

“Bank” tushunchasi qadimiy fransuzcha bang va banca soʻzlaridan kelib chiqqan boʻlib, “sarof kursisi, doʻkoni” degan maʼnoni anglatadi. Bunday tushuncha tarixchilarning taxminan 2000 yil muqaddam faoliyat koʻrsatgan bankirlar haqidagi maʼlumotlarida ham mavjud.

Moliya bozoridagi operatsiyalar moliya muassasalari vositasida amalga oshiriladi. Bunday muassasalarga turli xil banklar, birjalar, depozitariylar, sugʻurta kompaniyalari, investitsiya fondlari, agentliklar va h.k.lar kiradi.

Pul munosabatlarining rivojlanishi banklarni yuzaga keltirgan. Bank iqtisodiyot ishtirokchilarining pul yuzasidan boʻlgan aloqalariga xizmat qiluvchi institut (muassasa)dir. Pul bilan bogʻliq xizmatlarni koʻrsatuvchi tashkilotlar koʻp, ammo ularning markazida banklar turadi. Oʻzbekiston Respublikasining “Banklar va bank faoliyati toʻgʻrisida”gi qonunida, bank nima, degan savolga quyidagicha javob topish mumkin:

Bank – tijorat tashkiloti boʻlib, bank faoliyati deb hisoblanadigan faoliyat turlari majmuini amalga oshiradigan yuridik shaxsdir.

Oʻzbekistondagi bank tizimi Oʻzbekiston Respublikasi Markaziy banki, aksiyadorlik-tijorat banklari va xususiy banklardan iboratdir. 2005-yil 1-iyul holatiga koʻra Oʻzbekiston Respublikasi bank tizimi 29 tijorat bankini oʻz ichiga oldi.

Banklar pul olamini harakatga keltiruvchi motor – yurak, pul bilan boʻladigan hisob-kitoblarni amalga oshiradi. Hamma pul toʻlovlari (transfertlar) banklar orqali oʻtadi. Banklar quyidagi ishlarni amalga oshiradi:

- pul va qimmatli buyumlarni omonatga olib, saqlab beradi;
- pul bilan boʻladigan hisob-kitob operatsiyalarini, xususan, pul toʻlasb ishlarini bajaradi;
- chet el valyutasini sotadi va sotib oladi;

- o‘z qo‘lidagi pulni qaytarish, foizlilik va muddatlilik sharti bilan unga (muhtojlarga) qarz (ssuda)ga beradi, ya’ni, kredit bilan shug‘ullanadi;

- o‘z puliga aksiya sotib olib, uni boshqa sohaga joylashtiradi;
- biznes yuzasidan maslahat beradi va hokazo.

Bank ishi pul olamida bo‘ladigan biznesdir. Bank biznesi foyda topish maqsadida yuritiladi.

Markaziy bankning monopollik mavqei uning mamlakatdagi pul va pirovard natijada iqtisodiy barqarorlik uchun alohida javobgar ekanligi bilan chambarchas bog‘liq.

O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankning bosh maqsadi va asosiy vazifalari quyidagilar:

“Markaziy bankning bosh maqsadi milliy valyutaning barqarorligini ta’minlashdan iborat.

Asosiy vazifalari:

- Monetar siyosatni hamda valyutani tartibga solish sohasidagi siyosatni shakllantirish, qabul qilish va amalga oshirish;

- O‘zbekiston Respublikasida hisob-kitoblarning samarali tizimini tashkil etish va ta’minlash;

- Banklar, kredit uyushmalari va garovxonalar faoliyatini litsenziyalash hamda tartibga solish, banklar, kredit uyushmalari, garovxonalarni nazorat qilish, qimmatbaho qog‘ozlar blankalari ishlab chiqarishni litsenziyalashi;

- O‘zbekiston Respublikasining rasmiy oltin valyuta rezervlarini, shu jumladan kelishuv bo‘yicha hukumat rezervlarini saqlash va tasarruf etish;

Davlat byudjeti kassa ijrosini Moliya vazirligi bilan birgalikda tashkil etishdan iboratdir”^{*}.

Tijorat banklari Markaziy bankda o‘z qisqa muddatli va o‘rta muddatli majburiyatlaridan muayyan foiz hajmida eng kam zaxira deb yuritiladigan foizsiz omonatlarni saqlashga majbur.

* Ўзбекистон Республикасининг “Ўзбекистон Республикаси Марказий Банки тўғрисида”ги Қонуни, 3-модда, 1995 йил. 21 декабрь / Ўзбекистон банк тизимини ислох қилиш ва эркинлаштириш бўйича қонунчилик ҳужжатлари тўплами. Т.: Ўзбекистон, 2003., 8 - б.

Markaziy bank banklar faoliyatini nazorat qilishda o'zining mintaqaviy bo'linmalari orqali kredit muassasalaridan majburiy ravishda axborot, oylik hisobot va yillik yakuniy balans ma'lumotlarini taqdim etish asosida qatnashadi.

Kredit muassasalarining bo'yusumishiga qarab bank qonunchiligi hamda kredit tizimining pastdan yuqoriga tomon tarkibiy tuzilishiga muvofiq tarzda bank tizimini ikki asosiy: bir bosqichli va ikki bosqichli turga ajratish mumkin.

Bir bosqichli bank tizimi doirasida barcha kredit muassasalari, jumladan, Markaziy bank ham, yagona hosqichda turadi hamda mijozlarga kredit - hisob xizmati ko'rsatishda bir xil vazifalarni bajaradi.

Ikki bosqichli tizimda banklar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar bo'yiga (vertikal) va eniga (gorizontal) yo'nalishlarida tuzilishiga asoslanadi. Vertikal – rahbarlik qiluvchi, boshqaruvchi markaz hisoblangan Markaziy bank bilan quyi bo'g'inlar – tijorat va ixtisoslashgan banklar o'rtasidagi bo'ysunish munosabatlari, gorizontalturli quyi bo'g'inlar o'rtasidagi teng huquqli sheriklik munosabatlari tushuniladi.

25.2. Pul-kredit siyosatining maqsadlari, vositalari va ko'rinishlari.

Pul-kredit siyosati deganda, to'liq bandlik sharoitida yalpi milliy mahsulotni ishlab chiqarishga inflyatsiyaning ta'sirini kamaytirish yoki bartaraf etish maqsadida muomaladagi pul miqdorini o'zgartirishga qaratilgan chora-tadbirlar tushuniladi. Pul kredit siyosati davlat tomonidan belgilanadi va uni Markaziy Bank amalga oshiradi. Uning yordamida har qanday davlat mamlakatda iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash vazifasini hayotga tatbiq etadi.

Pul kredit siyosatini amalga oshirishning pirovard maqsadlari iqtisodiy o'sish, to'liq bandlikni, baholarning hamda to'lov balansining barqarorligim ta'minlashdan iborat.

Bu maqsadlarga erishish uchun milliy valyutani muomaladagi pul massasi, foiz stavkasi va milliy valyuta almashinuv kursining optimal

kattaliklarini ta'minlab turish zarur bo'ladi. Bu vazifalarni amalga oshirish uchun Markaziy Bank qator vazifalardan foydalanadi.

Pul-kredit siyosatining uchta asosiy vositasi ajratib ko'rsatiladi:

1. Hisob stavkasi;
2. Majburiy zaxiralar normasi;
3. Ochiq bozordagi operatsiyalar.

Markaziy bank ular yordamida pul yoki asosan bank depozitlari ko'rinishidagi pul massasiga yoki foiz stavkasiga ta'sir o'tkazadi, taklifini o'zgartiradi va shular orqali pul-kredit muomalasini tartibga solib turadi.

Pul-kredit siyosatini yuritish vositalaridan biri – majburiy bank zaxira me'yorini o'zgartirish siyosatidir. Majburiy zaxiralar – bu, kredit maqsadlari uchun ishlatilmaydigan bank omonatlarining bir qismidir. Zaxira normasi ikki asosiy funksiyani bajaradi: bank likvidligini joriy tartibga solish uchun sharoit yaratadi va kredit emissiyasini cheklaydi. Markaziy bank tijorat banklari Markaziy bankda ushlab turishga majbur bo'lgan zaxiralarning eng quyi normasini o'rnatadi va shu vosita yordamida ular kreditlash qobiliyatiga, imkoniyatiga ta'sir etadi. Bu me'yor qanchalik yuqori bo'lsa, ortiqcha zaxiralar shunchalik kam va tijorat banklarining kredit berish yo'li bilan "pullarni barpo etish" qobiliyati past bo'ladi. Ilk majburiy zaxira normalari AQShda 1865-yilda joriy qilingan edi. Agar Markaziy bank majburiy bank zaxirasini kamaytirsam, ortiqcha bank zaxiralari ortadi, bu esa pul taklifining multiplikatsion ortishiga olib keladi. Masalan, ushbu me'yor 25 % bo'lsa, unda bankka qo'yilgan 800 so'mdan 200 so'm majburiy bank me'yorini tashkil etadi. Bunda bank faqat 600 so'mni qarzga berishi mumkin bo'ladi. Endi faraz qilaylik, me'yor 10 % ga tushiriladi, unda bank 720 so'mni qarzga berish imkoniyatiga ega bo'ladi va boshlang'ich pul taklifini 720 so'mga oshiradi.

Majburiy bank zaxirasi me'yorini ko'tarish yordamida pul taklifini kamaytiradi. Zero, bu banklarning ortiqcha bank zaxiralari qisqarishiga olib keladi. Pul-kredit siyosatini o'tkazishda bu vosita butun bank tizimining asoslariga ta'sir etadi. Turli mamlakatlarda qo'llanilayotgan majburiy zaxira normalari turlichadir, Janubiy Koreyada bu norma -100

foiz bo'lgan bo'lsa, Italiyada -25 foizni, Yaponiyada bor yo'g'i -2.5 foizni tashkil etadi.

(1-jadval)

O'zbekiston Respublikasida Majburiy rezervlar me'yorlari

Majburiyat turi	Muddati	Majburiy rezerv normativlari (2018-yil 1-iyundan boshlab kuchga kiradi)
Yuridik shaxslarning milliy valyutadagi depozitlari	2 yildan ortiq	0 %
	1 yildan 2 yilgacha	7 %
	boshqa majburiyatlar	14 %
Yuridik shaxslarning chet el valyutadagi depozitlari	2 yildan ortiq	0 %
	1 yildan 2 yilgacha	8 %
	boshqa majburiyatlar	16 %
Jismoniy shaxslarning milliy valyutadagi depozitlari	2 yildan ortiq	0 %
	1 yildan 2 yilgacha	2 %
	boshqa majburiyatlar	4 %
Jismoniy shaxslarning chet el valyutadagi depozitlari	2 yildan ortiq	0 %
	1 yildan 2 yilgacha	3 %
	boshqa majburiyatlar	6 %

Keyingi yillardagi bunday pasayish pul multiplikator miqdorining kattalashishiga va albatta iqtisodiyotda pul taklifining ko'payishiga olib keladi. Tijorat banklari ortiqcha rezervlarining ko'payishi ularning aktiv operatsiyalarini ko'paytiradi va bu iqtisodiyotning real sektori rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Pul kredit siyosati vositalari albatta alohida-alohida ishlatilishi shart emas. Aksincha ko'pincha bir necha vosita birdaniga qo'llanilishi, ya'ni kompleks siyosat o'tkazish amaliyotda tez-tez uchraydi.

Xo'sh, pul-kredit siyosatining oqibatlari qanday? Davlat tomonidan amalga oshiriladigan pul-kredit siyosati YaIM, bandlik va baholar darajasiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Faraz qilaylik, iqtisodiyotda ishlab chiqarish qisqarmoqda va ishsizlar soni ortib bormoqda. Bunday sharoitda davlat Markaziy bank orqali pul taklifini biz yuqorida ko'rib chiqqan vositalar yordamida oshirishga harakat qiladi. Natijada pul taklifi o'sadi, foiz stavkasi esa kamayadi. Bu esa investitsiyalarga bo'lgan talabni osheiradi va o'z navbatida, YaIM miqdorining ko'payishiga olib keladi. Bu bilan davlat ma'lum davrda o'z maqsadiga erishadi, ishlab chiqarishning orqaga ketishi to'xtaydi, ishsizlar soni kamayadi, jamiyatning daromadlari esa oshadi.

Pul-kredit siyosatining oqibati to'g'risida gapirganda, bu siyosatning qisqa muddatli va uzoq muddatli oqibatlarini farqlash kerak. Agarda qisqa muddatli davrda davlat pul taklifini oshirilishi natijasida YaIM miqdori o'sishini rag'batlantirilgan hamda ma'lum darajada samaradorlikka erishilgan bo'lsa, uzoq muddatli davrda bu choralarning samaradorligi pasayishi mumkin.

25.3. Ochiq bozordagi operatsiyalar va hisob stavkasi

Ochiq bozordagi operatsiyalar – Markaziy bank tomonidan davlat obligatsiyalarini (qimmatli qog'ozlarni) tijorat banklari va aholidan sotib olish va ularga sotish bo'yicha operatsiyalardir. Markaziy bank tijorat banklaridan yoki aholidan bu qimmatli qog'ozlarni sotib olar ekan, tijorat banklari zaxiralarini sotib olingan obligatsiyalar miqdori hajmida ko'paytiradi. Bu zaxiralar pul bazasiga kiradi, ya'ni yuqori quvvatli

pullar bo'lganligi uchun pul taklifi multiplikativ ko'payadi. Markaziy bank tijorat banklari va aholiga obligatsiyalarni sotish bilan zaxiralarni hamda tijorat banklarining kredit berish qobiliyatini kengaytiradi. Bu holda pul taklifi qisqaradi.

Hozirda hamma mamlakatlarda pul miqdorini tartibga solishda ochiq bozordagi operatsiyalarni, ya'ni davlat qimmatli qog'ozlarini taklif qilish usulidan keng foydalanilmoqda. Ushbu operatsiyalarni Markaziy bank asosan nufuzi katta banklar guruhi bilan birgalikda amalga oshiradi.

Pul bozorida muomalada pul miqdori ortiqchaligi mavjud deb faraz qilamiz. Tabiiyki, Markaziy bank ortiqcha pul massasini kamaytirishga harakat qiladi. Buning uchun, o'zida mavjud bo'lgan o'zining qimmatli qog'ozlarini u ochiq bozorda ahioll va banklarga taklif etadi, ular esa uni xarid qila boshlaydilar. Davlat qimmatli qog'ozlarini (sotish yoki xarid qilish yo'li bilan) taklifi oshib borgan sari, unga bo'lgan baho pasayadi, o'z navbatida, unga bo'lgan foiz (ya'ni, qimmatli qog'ozlarni sotib olganlarga foiz shaklida to'lanadigan haq) oshadi, bu esa unga bo'lgan talabni oshiradi. Banklar va aholi qimmatli qog'ozlarni ko'proq xarid qila boshlaydi, pirovard natijada banklarning zaxiralari qisqaradi, o'z navbatida, bu hol pul taklifining bank multiplikatoriga teng nisbatda qisqarishiga, shuningdek, bank zaxirasi va pul taklifining ortishiga olib keladi. O'zbekiston Respublikasi Markaziy Banki ham pul kredit siyosatini yuritishda bu vositaning rolini keskin oshirishni maqsad qilib olgan.

Pul - kredit siyosatini amalga oshirishning muhim vositalardan biri – bu, hisob stavkasi siyosatidir. Hisob stavkasi yoki qayta moliyalash stavkasi deb Markaziy bank tomonidan tijorat banklariga beriladigan ssudaning foiz stavkasi tushuniladi. Bu ssudalarni tijorat banklari ayrim ko'zda tutilmagan zarurat tug'ilganda va moliyaviy ahvoli mustahkam bo'lgan hollardagina oladilar. Hisob stavkasining pasayishi bilan tijorat banklarida Markaziy bankdan qo'shimcha zaxiralarni olish imkoniyatlari kengayadi. O'z navbatida, bu tijorat banklarining zaxiralardan yangi kreditlar berish bilan pul taklifini ko'paytiradi. Yana shunday hollar mavjudki, Markaziy bank hisob stavkasini ko'tara borib, tijorat banklari

tomonidan qo‘shimcha zaxiralarni olish yo‘lidagi to‘siqlarni biroz ko‘targanday bo‘ladi va kreditlar berish bo‘yicha ularning faoliyatini pasaytiradi, shu yo‘l bilan pul taklifini cheklaydi. Agar ushbu stavka past bo‘lsa, unda tijorat banklari ko‘proq kredit olishga harakat qiladilar. Natijada banklarning ortiqcha zaxiralari ortib boradi va muomaladagi pul massasi miqdorining oshib borishiga olib keladi. Agarda hisob stavkasi miqdori yuqori bo‘lsa, unda banklar kamroq kredit olishga, olganlarini esa qaytarib berishga harakat qiladilar, pirovard natijada ortiqcha bank zaxiralari qisqaradi, muomaladagi pul miqdori kamayadi.

2018-yil 25-sentyabrdan boshlab qayta moliyalash stavkasi 16 % etib belgilandi.

25.2-jadval

O‘zbekiston Respublikasi
Markaziy bankining qayta moliyalash
STAVKASI

Amal qilgan davri	Foizda
2018-yil 25-sentyabr – hozirgi kungacha	16
2018-yil 28-iyul – 2018-yil 24-sentyabr	14
2018-yil 7-fevral – 2018-yil 27-iyul	14
2017-yil 28-iyun – 2018-yil 6-fevral	14
2016-yil 1-yanvar – 2017-yil 27-iyun	9
2015-yil 1-yanvar – 2015-yil 31-dekabr	9
2014-yil 1-yanvar – 2014-yil 31-dekabr	10
2011-yil 1-yanvar – 2013-yil 31-dekabr	12
2006-yil 15-iyul – 2010-yil 31-dekabr	14
2006-yil 1-yanvar – 2006-yil 14-iyul	16
2004-yil 21-dekabr – 2005-yil 31-dekabr	16
2004-yil 5-iyul – 2004-yil 20-dekabr	18
2003-yil 10-sentyabr – 2004-yil 4-iyul	20
2003-yil 16-iyul – 2003-yil 9-sentyabr	24
2002-yil 1-yanvar – 2003-yil 15-iyul	30
2000-yil 1-iyul – 2001-yil 31-dekabr	24
2000-yil 1-iyun – 2000-yil 30-iyun	27,6

2000-yil 1-may – 2000-yil 31-may	28,8
2000-yil 1-aprel – 2000-yil 30-aprel	30
1998-yil 1-yanvar – 2000-yil 31-mart	36
1997-yil 1-noyabr – 1997-yil 31-dekabr	30
1997-yil 1-yanvar – 1997-yil 31-oktyabr	39,6
1996-yil 1-avgust – 1996-yil 31-dekabr	48
1996-yil 1-iyul – 1996-yil 31-iyul	60
1995-yil 1-avgust – 1996-yil 30-iyun	84
1995-yil 1-yul – 1995-yil 31-iyul	120
1995-yil 20-mart – 1995-yil 30-iyun	300
1995-yil 1-fevral – 1995-yil 19-mart	250
1994-yil 1-oktyabr – 1995-yil 31-yanvar	225
1994-yil 2-may – 1994-yil 30-sentyabr	150

Pul-kredit siyosati asosida iqtisodiyotga pul-kredit siyosatining ta'sir etishi jarayonlarini o'rganuvchi pul nazariyasi yotadi. Ushbu nazariyaga ikki xil yondashuvchi iqtisodchilar o'rtasida ko'p yillardan beri tortishuvlar bo'lib kelmoqda. Bularga neokeynschilar nazariyasi va zamonaviy pul miqdori nazariyasi tarafdorlarini kiritamiz. Har ikki nazariya tarafdorlari ham pul taklifining nominal YaIM ga ta'sirini inkor etmaydilar, ammo bu ta'sirning ahamiyatiga har xil baho beradilar. Keynschilar fikricha, monetar siyosat yuritishda foiz stavkasi darajasiga asoslanishi, monetaristlar fikricha esa, pul taklifining darajasiga asoslanishi lozim. Keynschilar bozor iqtisodiyotini tartibga solishda davlat aralashuvi shart deb hisoblashadi, monetaristlar esa uni ortiqcha deb hisoblaydilar.

Monetaristlar pul miqdorining o'zgarishi bilan YaIM o'zgarishi o'rtasida yaqinroq aloqa mavjud; ya'ni, pul miqdorining o'zgarishi bevosita YaIM o'zgarishiga olib keladi deb hisoblashadi. Buni ular pulning miqdoriy nazariyasi tenglamasi bilan izohlaydilar.

Ayni paytda monetaristlar pulning aylanish tezligini barqaror deb hisoblaydilar, keynschilar esa, aksincha, beqaror deydilar.

Hozirda mavjud bo'lgan monetaristik siyosatning modellari bu ikki yondashuvni sintez qilgan, ya'ni, bu yondashuvlarning ijobiy jihatlarini

qo'shib, o'zida aks ettiradi. Pul kredit siyosatining uzoq muddatli maqsadlariga erishish uchun monetaristik yondashuv ko'proq ishlatiladi. Shu bilan birga qisqa muddatli davrlarda esa davlat foiz stavkasiga ta'sir etish usulidan voz kechmaydi.

Markaziy Bank bir vaqtning o'zida ham pul massasini, ham foiz stavkasini o'zgartirmasdan ushlab tura olmaydi. Pulga talab o'sgan holatlarda maqsad foiz stavkasining barqarorligini ta'minlash bo'lsa Markaziy Bank pul taklifini oshirishga majbur bo'ladi. Bu tadbir yumshoq pul kredit siyosati deb yuritiladi. Pul massasining ko'payib ketishiga yo'l qo'ymaslik uchun pul taklifini cheklash siyosatini qo'llash foiz stavkasining ko'tarilishiga olib keladi va bu siyosat qattiq pul kredit siyosati deb yuritiladi.

Agar pulga talab inflyatsiya ta'sirida ko'paysa, qattiq pul kredit siyosatini qo'llash maqsadga muvofiq bo'ladi. Mabodo pulga talab ishlab chiqarish va daromadlarning o'sishi oqibatida oshsa yumshoq pul kredit siyosatini qo'llash o'rinlidir.

Pul kredit siyosatining ishlab chiqarish hajmiga ta'siri birinchi paragrafdan ta'kidlanganidek pul taklifi o'zgarishining foiz stavkasi darajasiga, foiz stavkasi o'zgarishida esa investitsiya xarajatlari hajmiga (bu bilan yalpi xarajatlar hajmiga ham) va yalpi xarajatlar o'zgarishining ishlab chiqarish ya'ni yalpi taklif hajmiga ta'siri ko'rinishida bosqichma-bosqich ro'y beradi. Foiz stavkasining pul taklifi o'zgarishiga tasirchanligi, yoki investitsiya xarajatlarining foiz stavkasi o'zgarishiga ta'sirchanligi past bo'lishi pul kredit siyosatini amalga oshirishda muammolarni keltirib chiqaradi.

Pul-kredit siyosati fiskal va savdo siyosatlari bilan chambarchas bog'liq. Agarda Markaziy bank qayd qilingan valyuta kursini saqlab turishni maqsad qilib qo'ysa mustaqil (ichki) pul siyosatini olib borish mumkin bo'lmay qoladi. Chunki almashinuv kursini ta'minlab turish uchun valyuta zaxiralarini ko'paytirib yoki kamaytirib turish iqtisodiyotda pul hajmiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Pul-kredit va fiskal siyosatlarni muvofiqlashtirish bilan bog'liq qiyinchiliklar ham mavjud. Agarda hukumat iqtisodiyotni davlat xarajatlarini oshirish orqali qo'llab-quvvatlashni amalga oshirmoqchi bo'lsa, uning muvaffaqiyatli amalga

oishishi ko‘proq pul-kredit siyosatining xarakteriga bog‘liq. Chunki, bu mo‘ljallanayotgan xarajatlar qimmatli qog‘ozlar (ya‘ni, obligatsiyalar)ni chiqarish evaziga amalga ohsa, pulga bo‘lgan talab oshadi va natijada esa foiz stavkalari ko‘tariladi. Bu esa investitsiya xarajatlarning kamayishiga olib keladi. Yoki Markaziy bank hukumatning yuqoridagi siyosatini qo‘llab-quvvatlash uchun pul taklifini ma‘lum miqdorda ko‘paytirsam, pul qadrsizlanishi mumkin.

Umuman, barqaror pul-kredit siyosati hukumat tomonidan olib boriladigan fiskal siyosatga hamma vaqt ham mos kelavermaydi.

25.4. O‘zbekistonning bank tizimini mustahkamlash va pul-kredit siyosatini takomillashtirish yo‘nalishlari

2017-yilda boshlangan iqtisodiyotni liberallashtirish va bozor mexanizmlari rolini oshirishga qaratilgan iqtisodiy islohotlarning yangi bosqichi o‘rta muddatli istiqbolda bank tizimi va pul-kredit siyosatini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlarini belgilab berdi.

Ushbu yo‘nalishdagi muhim qarorlardan biri milliy valyuta almashuv kursining bozor mexanizmlari asosida shakllanish tamoyillarini joriy etish orqali ichki valyuta bozorini bosqichma-bosqich liberallashtirilishi bilan bog‘liq amaliy qadamlar bo‘ldi.

Valyuta kursi shakllanishida tamomila yangi yondashuvdan foydalanilishi, o‘z navbatida, Markaziy bankning asosiy e‘tiborini ichki bozordagi narxlar barqarorligiga qaratish asnosida pul-kredit siyosatini takomillashtirish imkoniyatini beradi.

Ayni vaqtda valyuta bozorini liberallashtirish borasidagi islohotlarning muvafaqqiyatli amalga oshirilishi ko‘p jihatdan pul-kredit siyosatini takomillashtirish, tijorat banklari faoliyatini mustahkamlash hamda bank tizimini rivojlantirish choralari samaradorligi bilan chambarchas bog‘liq.

Shundan kelib chiqib, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Valyuta bozorini liberallashtirish bo‘yicha birinchi navbatdagi choratadbirlar to‘g‘risida”gi farmoni e‘lon qilinishidan ko‘p o‘tmay O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Pul-kredit siyosatini yanada

rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori qabul qilindi va Pul-kredit siyosatini 2017–2021-yillarda rivojlantirish va inflyatsion targetlash rejimiga bosqichma-bosqich o'tish bo'yicha chora-tadbirlar Kompleksi tasdiqlandi. Bu boradagi keyingi muhim qadamlardan biri O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 9-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki faoliyatini tubdan takomillashtirish to'g'risida"gi farmonining qabul qilinishi bo'ldi. Mazkur farmonda narxlar barqarorligini ta'minlash vazifasi Markaziy bankning bosh maqsadi etib belgilanib, Markaziy bankning mustaqilligi va institutsional rivojlanishini ta'minlash bo'yicha tegishli choralar nazarda tutilgan. Qayd etish lozimki, iqtisodiy siyosatni amalga oshirish yondashuvlarining qayta ko'rib chiqilishi davrida shakllanayotgan yangi voqeliklarda pul-kredit sohasidagi o'zgarishlarning aholi va tadbirkorlik subyektlari tomonidan to'g'ri qabul qilinishi va qo'llab-quvvatlanishi muhim ahamiyat kasb etadi.

O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining o'rta muddatli istiqbolda pul-kredit siyosatini rivojlantirish va amalga oshirish Konsepsiyasi kommunikatsiyalar kanalining jamoatchilik fikrini shakllantirish hamda inflyatsion targetlash rejimini amaliyotga joriy etishdagi yetakchi roli inobatga olingan holda ishlab chiqilgan. Ushbu Konsepsiyaning maqsadi inflyatsion targetlashga o'tishning konseptual asoslarini hamda ushbu pul-kredit siyosati rejimini amaliyotga muvaffaqiyatli joriy etish uchun zaruriy sharoitlar yaratish bo'yicha o'rta muddatli rejalarni keng jamoatchilikka yetkazish va batafsil tushuntirishga qaratilgan.

Mamlakatda ichki narxlar barqarorligi ta'minlanishi makroiqtisodiy va ijtimoiy barqarorlikning kafolati bo'lib, iqtisodiy islohotlarni jadallashtirish va rivojlantirish dasturlarini muvaffaqiyatli amalga oshirishda zaruriy sharoit hisoblanadi. Bunda inflyatsiyaning past va barqaror ko'rsatkichlari muvozanatli iqtisodiy o'sishni ta'minlash, ishlab chiqarish raqobatbardoshligi va aholini yashash darajasini oshirishning muhim omili sanaladi. Shu nuqtayi nazardan, narxlar o'sish sur'atlarining pasayishi va barqarorlashishi davlat iqtisodiy siyosatining asosiy maqsadlaridan biri bo'lishi kerak. Inflyatsiyaning past va

barqaror darajasi aholi hamda yuridik shaxslar omonatlarini uzoq muddatli investitsiyalarga aylanishi uchun kerakli sharoit yaratadi hamda ichki bozordagi narxlar nomutanosibligini kamaytirib mavjud iqtisodiy resurslarning samarali taqsimlanishiga hizmat qiladi.

Rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarning markaziy banklari tajribalari hamda xalqaro moliya institutlari izlanishlari natijalari pul-kredit siyosatini amalga oshirishda narxlar barqarorligini ta'minlash maqsadining shak-shubhasiz ustuvorligini ko'rsatmoqda.

Shu bilan birga, pul-kredit siyosatini amalga oshirish tartibi va ketma-ketligi turli mamlakatlarda iqtisodiyotning xususiyatlari hamda tarkibiy tuzilishiga qarab farqlanadi.

Amaldagi O'zbekiston Respublikasining "O'zbekiston Respublikasining Markaziy banki to'g'risida"gi qonuniga ko'ra, Markaziy bankning bosh maqsadi milliy valyuta barqarorligini ta'minlash hisoblanadi. Bunda "milliy valyuta barqarorligi" tushunchasini ikki xil, ya'ni almashuv kursining xorijiy valyutalarga nisbatan barqarorligi yoki uning ichki xarid qobiliyati barqarorligi deb talqin qilish mumkin.

Almashuv kursining erkin shakllanishi sharoitida milliy valyutaning barqarorligi uning ichki xarid qobiliyatini saqlash orqali erishiladi. Bunda, erkin suzib yuruvchi almashuv kursi iqtisodiyotni ichki barqarorlashtiruvchi funksiyasini bajaradi. Boshqacha qilib aytganda, to'lov balansi bilan bog'liq tashqi shok va qiyinchiliklar kuzatilganda almashuv kursining mos ravishda o'zgarishi ekportyorlar va import o'rnini bosuvchi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalami rag'batlantirishga hizmat qiladi.

Ayni paytda Markaziy bank pul-kredit siyosatining asosiy maqsadini ikki xil tushunilishini oldini olish va uning faoliyati asosiy yo'nalishini aniq belgilab olish maqsadida qonunchilikka tegishli o'zgartirishlar kiritilishi ko'zda tutilgan.

Ta'kidlash lozimki, narxlar barqarorligi deyilganda nol darajadagi yoki salbiy inflyatsiya ko'rsatkichlari nazarda tutilmaydi. Narxlar barqarorligi deyilganda narxlarning turg'un holatda turishi emas, balki ularning past darajada o'sishi tushuniladi. Bir qarashda narxlarning

turg'un turishi maqbul ko'rinsa-da, narxlarning past va barqaror o'zgarishi iqtisodiyotning samarali faoliyati uchun eng qulay sharoit hisoblanadi.

Ichki bozorda narxlar barqarorligini ta'minlash vazifasi pul-kredit siyosatini amalga oshirishning aniq strategiyasi va batafsil rejasi bo'lishini hamda maqsadli ko'rsatkichlarga erishish uchun samarali instrumentlar va mexanizmlarni talab etadi.

Rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar markaziy banklari tomonidan keng qo'llanilayotgan usullar inflyatsion targetlash, monetar targetlash, valyuta kursini targetlash va nominal yaroqsiz rejimlarni o'z ichiga oladi.

Inflyatsiyaming maqsadli ko'rsatkichlariga erishish vazifasi aksariyat markaziy banklar uchun bosh maqsad hisoblansa-da, yuqorida qayd etilgan uslublar asosan tezkor va oraliq mo'ljallarga qarab farqlanadi.

Pul-kredit siyosatini amalga oshirishning ushbu usulida narxlar barqarorligini ta'minlash maqsadida pul agregatlari, rezerv pullar va pul massasi hajmlari o'zgarishini nazorat qilish nazarda tutiladi.

Ushbu strategiyaning samarali qo'llanilishi inflyatsiya ko'rsatkichlari va pul agregatlari o'rtasidagi mustahkam doimiy bog'liqlik bo'lishini talab etadi. Bunda inflyatsiyaning maqsadli ko'rsatkichlariga pul agregatlari hajmini maqbul darajada ushlab turish vositasida erishiladi.

Pul agregatlari va inflyatsiya darajasi o'rtasidagi bog'liqlikning kuchsizlanishi tufayli ko'pchilik markaziy banklar tomonidan pul agregatlarini targetlash amaliyotidan voz kechilib, inflyatsion targetlash rejimini joriy qilinishiga sabab bo'ldi.

Monetar targetlash rejimi pul taklifi va talabining keskin o'zgarishlari kuzatilgan rivojlanayotgan va o'tish davridagi mamlakatlarda iqtisodiy rivojlanishning dastlabki yillarida samarali strategiya sifatida keng qo'llanilgan. Bunda inflyatsiya bo'yicha tegishli ko'rsatkichlarni belgilashda iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish maqsadlaridan kelib chiqilgan.

Mazkur rejim rasman monetar targetlash deb tasniflansada, amaliyotda milliy valyutaning almashuv kursini dollarga bog‘lash orqali bosqichma-bosqich devalvatsiya qilib borilganligi tufayli ba’zi xalqaro institutlar va mutaxassislar tomondan ushbu rejim aralash turga kiritilgan.

Bir vaqtning o‘zida ikki maqsadga yo‘naltirilgan almashuv kursi siyosati tashqi shoklar vujudga kelgan sharoitlarda samarasiz ekanligini ko‘rsatdi. Bunda bir tomondan oltin-valyuta zaxiralarini oshirish vazifasi qo‘yilgan bo‘lsa, ikkinchi tomondan so‘mning almashuv kursini ma‘lum bir darajada ushlab turish maqsadi ko‘zlangan. O‘z navbatida, mazkur almashuv kursi to‘lov balansi holati va tashqi iqtisodiy sharoitlarni o‘zida aks ettirmagan.

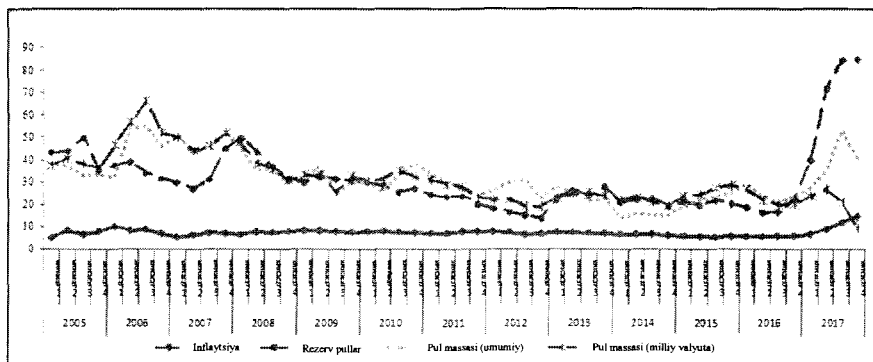
Bunday siyosat, o‘z navbatida, ichki valyuta bozorida muammolarni yuzaga keltirib, samarali pul-kredit siyosatini yuritish imkoniyatlarini pasaytirdi. Bundan tashqari, pul-kredit instrumentlaridan foydalanishning passiv rejimi monetar targetlashni samarali qo‘llashda qo‘shimcha qiyinchiliklar tug‘dirdi.

Pul massasi o‘zgarishini omillar asosida tahlili, pul massasi o‘shishi turli davrlarda oltin-valyuta zaxiralarining oshishi hamda iqtisodiyotni kreditlash hajmlarining kengaytirish hisobiga ta‘minlanganligini ko‘rsatmoqda.

O‘z navbatida, Davlat byudjetining muvozanatli ijrosi va hukumat hisobraqamlarida mablag‘lar yig‘ilishi, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi tiklanish va taraqqiyot jamg‘armasi hisobraqamlarida mablag‘larning jamlanib borilishi pul massasi o‘shishini maqbullashtiruvchi omillardan bo‘lgan.

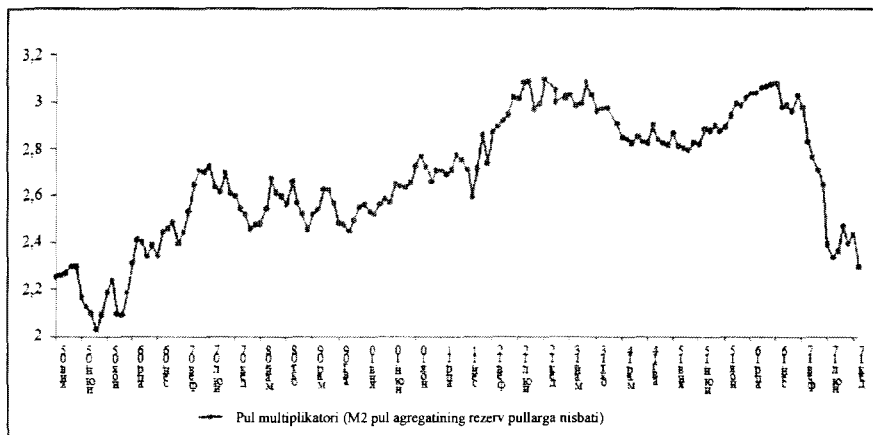
Ayni paytda iqtisodiyotni kreditlashning asosiy manbalari markazlashgan mablag‘lar, shu jumladan, O‘zbekiston Respublikasi tiklanish va taraqqiyot jamg‘armasi hisobidan moliyalashtirilganligi hamda ushbu mablag‘lar asosan ishlab chiqarish texnologiyalari va xomashyo materiallarini import qilish maqsadida foydalanilganligi tufayli iqtisodiyotda pul massasi o‘shishiga va mos ravishda inflyatsiya darajasiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri ta‘sir ko‘rsatmagan.

Umuman olganda, ushbu omillar ta'sirida pul massasi tez sur'atlarda oshishining oldi olingan.



25.1-rasm. Inflyatsiya va pul agregatlari o'zgarishi dinamikasi

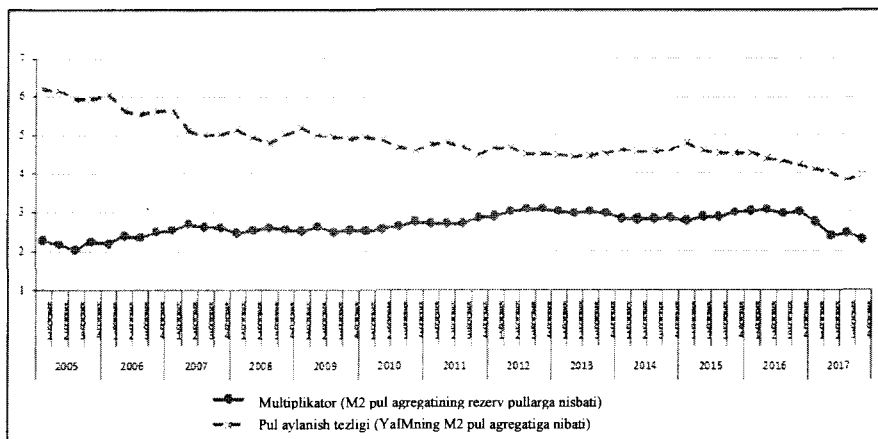
Shu bilan birga, amalga oshirilgan tahlillar natijasida inflyatsiya darajasi, YaIM deflyatori va pul massasi o'zgarishi o'rtasida aniq va barqaror o'zaro bog'liqliklar aniqlanmadi.



25.2-rasm. Pul multiplikatori dinamikasi

Pul aylanish tezligi va pul multiplikatori ko'rsatkichlari o'zgarishi ham ushbu ko'rsatkichlar dinamikasining o'zgaruvchan xarakterga ega ekanligini, pul-kredit ko'rsatkichlarining maqsadli parametrlarini ishlab chiqishda xatoliklarga olib kelishi mumkinligini ko'rsatadi.

Umuman olganda, pul massasining YaIM nominal hajmiga nisbatan mo'tadil darajada o'sishi inflyatsiya bosimining sezilarli kuchayishini oldini olishga hizmat qildi. Shu bilan birga, ushbu ko'rsatkichlar o'rtasida aniq bog'liqlikning mavjud emasligi rezerv pullar va pul massasi aniq darajasini hisoblash imkoniyatini bermaydi.



25.3-rasm. Pul multiplikatori va pul aylanish tezligi dinamikasi

Masalaning yana bir muhim jihati, Markaziy bankning pul agregatlarini samarali boshqara olishi qobiliyati bilan bog'liq. Odatda, markaziy banklar rezerv pullar darajasini samarali boshqara oladilar, ammo pul massasini nazorat qilishda qiyinchiliklarga duch keladilar.

Ushbu jarayon asosan dollarizatsiya darajasi yuqori bo'lgan hamda moliya bozorlari rivojlanish bosqichida turgan mamlakatlarda ko'p kuzatiladi, binobarin, bunday mamlakatlarda kredit va depozitlarga bo'lgan talab keskin o'zgarib turishi mumkin.

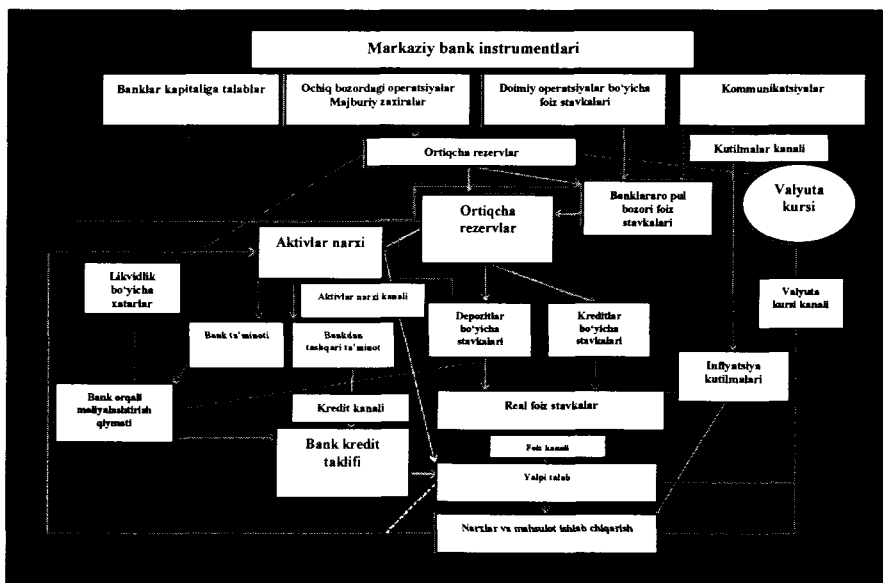
Pulga bo'lgan talabning o'zgaruvchanligi, keng ma'nodagi pul massasining tarkibi, dollarizatsiya darajasining yuqoriligi kabi omillar pulga bo'lgan talabni aniqlash imkoniyatini pasaytiradi.

Bunday holatda, pulga bo'lgan talab va foiz stavkalari o'rtasidagi bog'liqlik sust bo'lganligi sababli Markaziy bank uchun pul massasining maqsadli darajasini saqlab turish vazifasi murakkablashadi.

Yuqorida qayd etilgan muammolar natijasida keng ma'nodagi pullar hajmining oraliq mo'ljallardan chetlashishi Markaziy bankning pul-kredit siyosatiga bo'lgan ishonchni pasaytiradi.

Iqtisodiyotda inflyatsion xatarlar kuchayganda, Markaziy bank an'anaviy tarzda foiz stavkalarini oshirish orqali pul-kredit qat'iylashtiradi.

Ushbu choralarning iqtisodiyotni real sektoriga ta'sir qilish darajasi va muddatlari pul-kredit siyosati transmission mexanizmlarining samaradorligi bilan belgilanadi.



25.4-rasm. Markaziy bank instrumentlari

Pul-kredit siyosatining transmission mexanizmi o'zida Markaziy bank foiz stavkalari o'zgarishining iqtisodiy faollikka va pirovardida inflyatsiya darajasiga ta'sir o'tkazish jarayonini aks ettiradi.

Pul-kredit siyosatining iqtisodiyotga ta'siri alohida transmission kanaliar orqali amalga oshiriladi. Asosiy kanallar sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- foiz kanali;
- kredit kanali;
- valyuta kursi kanali;
- inflyatsion kutilmalar kanali;
- aktivlar bahosi kanali.

Foiz kanali pul-kredit siyosatining iqtisodiyotga ta'sir etuvchi an'anaviy kanali hisoblanadi. Markaziy bank foiz stavkasining o'zgarishi iqtisodiyotdagi umumiy foiz stavkalari darajasiga ta'sir ko'rsatib, investitsiya / jamg'arma darajasini o'zgartirish orqali iqtisodiyotdagi yalpi talabning o'zgarishiga olib keladi. Yalpi talabning o'zgarishi, o'z navbatida, inflyatsiya darajasiga ta'sir etadi.

Markaziy bankning asosiy foiz stavkasi va yalpi talab orasida to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlik mavjud bo'lmasada, foiz stavkasi o'zgarishining ta'siri boshqa kanallar orqali ham amalga oshadi.

O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki qayta moliyalash stavkasining iqtisodiyotdagi foiz stavkalariga ta'siri bo'yicha tahlillar ular orasida barqaror bog'liqlik mavjudligini ko'rsatmoqda.

Ayni vaqtda transmission mexanizm foiz kanalining ta'sirini O'zbekiston sharoitida cheklanganligini banklararo pul bozorining shaffof emasligi va yetarlicha rivojlanmaganligi bilan izohlash mumkin.

Xususan, banklararo pul bozorida tijorat banklari faoliyatining sustligi va operatsiyalar hajmlarining kichikligi foiz kanalining samaradorligini pasaytiradi.

2017-yilning ikkinchi yarmidan Markaziy bank tomonidan tijorat banklariga qisqa muddatli likvidlikni taqdim qilish operatsiyalari faollashtirildi. Lekin bunda yagona banklararo pul bozorining mavjud emasligi hamda pul-kredit instrumentlari ta'sirining cheklanganligi amalga oshirilayotgan choralar samarasini pasaytirmoqda.

Yuzaga kelgan holatdan kelib chiqib hamda pul-kredit siyosati transmission mexanizmining foiz kanalini kuchaytirish va pul bozorini samarali tartibga solish maqsadida 2018-yilning birinchi yarim yilligida qisqa muddatli pul resurslarini jalb qilish va joylashtirish bo'yicha banklararo pul bozorining yagona elektron platformasini yaratish ko'zda tutilgan.

Shu bilan birga, pul-kredit siyosatining transmission mexanizmining foiz kanallni mustahkamlashda zaruriyat tug'lganda Markaziy bank tomonidan bank tizimidagi ortiqcha likvidlikni jalb qilish bo'yicha operatsiyalar amalga oshiriladi.

Shuni ta'kidlab o'tish joizki, pul-kredit siyosatining transmission mexanizmi samaradorligini ta'minlash va foiz instrumentlarini optimallashtirish maqsadida Markaziy bankning pul-kredit siyosatining asosiy ko'rsatkichi sifatida asosiy stavka va foiz koridorini 2019-yildan amaliyotga joriy qilish ko'zda tutilgan.

Likvidlik taqdim etish va jalb qilish bo'yicha pul-kredit siyosati instrumentlari turlarining kengaytirilishi Markaziy bankning asosiy operatsiyalari bo'yicha foiz koridorini shakllantirishga hizmat qiladi.

Iqtisodiyotni liberallashtirish va unda bozor mexanizmlari ta'sirining oshib borishi bilan bir qatorda faol pul-kredit siyosatining amalga oshirilishi transmission mexanizmning foiz kanalini sezilarli darajada mustahkamlab boradi.

Kredit kanali pul-kredit siyosatining asosiy ta'sir kanallaridan biri bo'lib, ushbu kanal orqali foiz stavkasi iqtisodiyotning real sektoridagi jarayonlarga o'z ta'sirini ko'rsatadi. Mazkur kanalning samaradorligi ko'p jihatdan kredit resurslariga bo'lgan talab va taklifning Markaziy bank foiz stavkalarining o'zgarishiga nisbatan ta'sirchanligiga bog'liq hisoblanadi.

Bugungi kunda iqtisodiyotdagi pul massasi oshishining asosiy qismi kredit kanali hissasiga to'g'ri kelganligi bois, uning o'zgarishi ichki bozordagi narxlar darajasiga o'zining salmoqli ta'sirini ko'rsatadi.

Xususan, 2017-yil birinchi yarim yilligida tijorat banklari tomonidan iqtisodiyotning real sektorini kreditlash hajmlarining sezilarli

darajada oshirilishi pul massasi o'sish sur'atining tezlashishi va iqtisodiyotdagi inflyatsion bosimning kuchayishiga olib keldi.

Iqtisodiyotni kreditlash darajasini barqarorlashtirish maqsadida 2017-yilning ikkinchi yarmidan Markaziy bank tomonidan qayta moliyalash stavkasi 14 foizgacha oshirilib, pul-kredit siyosati qat'iy lashtirildi. Bu esa, o'z navbatida, kredit resurslari foiz stavkalarining oshishiga olib keldi.

Shuningdek, umumiy depozit va kreditlar tarkibida xorijiy valyutadagi depozit va kreditlar ulushining yuqoriligi hamda xufyona iqtisodiyotning mavjudligi kabi omillar iqtisodiyotni kreditlash hajmiga ta'sir ko'rsatishga asoslangan pul-kredit siyosatining samaradorligini sezilarli darajada pasaytirmoqda.

O'z navbatida, tijorat banklari tomonidan kreditlarni bozor shartlari asosida berilmasligi, ya'ni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish davlat dasturlari doirasida imtiyozli va maqsadli kreditlar berilishi kredit kanali samaradorligining pasayishiga sabab bo'lmoqda.

Bunday holatlarda Markaziy bank tijorat banklariga nisbatan prudensial nazorat talablarini kuchaytirish va pul-kredit siyosatining instrumentlaridan oqilona foydalanish asosida milliy valyutadagi kredit va depozitlarning jozibadorligini oshirish siyosatini faol ravishda olib borishni ko'zda tutmoqda.

Markaziy bankning foiz siyosatini amalga oshirishda kredit resurslarini moliyalashtirish manbalari xususiyatlari inobatga olinib, bozor mexanizmlariga asoslanmagan kreditlar ta'sirini kamaytirish bo'yicha choralar kuchaytiriladi.

Valyuta kursi kanali. Mazkur kanal ta'siri pul-kredit siyosati shartlarining o'zgarishi natijasida almashuv kursining ichki hamda tashqi tovar va hizmatlarga bo'lgan nisbiy talabning o'zgarishi orqali namoyon bo'ladi.

Boshqa tomondan, Markaziy bank foiz stavkasining o'zgarishi milliy valyutadagi moliyaviy aktivlar daromadlilik darajasining mos ravishda o'zgarishiga olib kelib, almashuv kursiga o'z ta'sirini ko'rsatishi mumkin.

Ichki valyuta bozorining liberalashtirilishi jarayonida milliy valyuta almashuv kursining devalvatsiyasi aholining inflyatsion kutilmalarini oshirib, valyuta kanalining inflyatsion kutilmalar kanali bilan aloqasini kuchaytirdi.

Bunda, inflyatsion targetlashga o'tish almashuv kursining erkin bozor sharoitida shakllanishi talab qilinishini inobatga olib, valyuta kursi kanali va aholining inflyatsion kutilmalari darajasi orasidagi aloqadorlikning muntazam ravishda kamaytirib borilishi o'rta muddatli davrdagi muhim vazifalardan biri hisoblanadi (*valyuta siyosati qismida batafsil yoritilgan*).

Inflyatsion kutilmalar kanali pul-kredit siyosatining inflyatsion targetlash rejimi doirasida amalga oshirilishida inobatga olinishi lozim bo'lgan asosiy omillardan biri hisoblanadi.

Iqtisodiy jarayonlar ishtirokchilari qarorlar qabul qilishlarida nafaqat real bozor sharoitlarini, balki ularning kelajakdagi o'zgarish ehtimolini ham inobatga olishlarida inflyatsion kutilmalar kanali asosiy ahamiyat kasb etadi. Xususan, korxonalar va tadbirkorlar narxlarini o'rnatishlari va kelajakda ish haqi o'zgarishini baholashlari uchun inflyatsion kutilmalar muhim hisoblanadi.

Shu o'rinda, mazkur kanalning asosiy xususiyati korxonalar va tashkilotlar tomonidan mahsulot va xizmatlar narxlarini shakllantirilishida namoyon bo'ladi. Bunda, kelajakda inflyatsiya darajasining oshishini kutayotgan korxonalar va tashkilotlar narxlarini oshiradi, bu esa joriy inflyatsiya darajasining o'sishiga olib keladi.

Shuni ta'kidlash joizki, kutilmalar kanali yuqorida keltirilgan to'rta kanallarning barchasi bilan o'zaro bog'liqdir. Masalan, pul bozorida foiz stavkalari dinamikasining shakllanishi ko'p jihatdan kelajakda kutilayotgan stavkalar darajasiga bog'liqdir.

Iqtisodiyotda inflyatsion kutilmalarning markaziy bank maqsadli ko'rsatkichlariga nisbatan yuqori darajada bo'lishi jamiyatda inflyatsiyani Markaziy bank tomonidan to'la nazoratga olish borasidagi shubhalarni keltirib chiqaradi. Mazkur vaziyat foiz stavkasini keskin oshirish zaruriyatini tug'dirishi mumkin.

O‘zbekiston sharoitida iqtisodiyotni tarkibiy o‘zgartirish va erkinlashtirish jarayonlari amalga oshirilayotgan davrda inflyatsion kutilmalar oshishi va kelajakda ma’lum muddat davomida saqlanib qolishi mumkin.

Inflyatsion targetlash rejimiga o‘tish Markaziy bankning kelajakda amalga oshirilishi kutilayotgan siyosatiga jamoatchilik ishonchini oshirish va shu asnoda ijobiy inflyatsion kutilmalar shakllanishiga erishishni talab etadi.

Aholi va xo‘jalik yurituvchi subyektlarning kelajakda narxlar o‘zgarishi yuzasidan kutilmalarini baholash va monitoring qilish, shuningdek, mazkur kutilmalarning xususiyatlari hamda unga ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni atroflicha o‘rganish maqsadida 2018-yildan boshlab Markaziy bank tomonidan iste’mol narxlari dinamikasi va inflyatsion kutilmalarni o‘rganish yuzasidan kuzatuvlar va so‘rovlar olib borish amaliyoti joriy qilindi.

Bunda, Markaziy bank tomonidan inflyatsion kutilmalar shakllanish jarayonini o‘rganish, tahlil qilish va ularni modellashtirish salohiyatini takomillashtirishga alohida e’tibor qaratiladi.

Aktivlar narxlari kanalining inflyatsiya darajasiga ta’siri pul-kredit siyosatining o‘zgarishi natijasida aktivlar narxlarining o‘zgarishi tufayli kuzatiladi.

Xususan, mazkur kanal samarali amal qilgan sharoitda pul-kredit shartlarining yengillashtirilishi hisobiga davlat qarz majburiyatlari bo‘yicha foiz stavkasining pasayishi moliyaviy resurslarning daromadlilligi yuqoriroq bo‘lgan muqobil aktivlarga qayta yo‘naltirilishiga olib keladi. Natijada muqobil aktivlarning narxi va bunga mos ravishda inflyatsiya darajasining oshishi kuzatiladi.

Ta’kidlash joizki, davlat obligatsiyalari, kapital va ko‘chmas mulk bozorlarining rivojlanganlik darajasi va samarali faoliyati, o‘z navbatida, mazkur kanal ta’sirchanligini belgilaydigan asosiy omillardan hisoblanadi.

Bunda markaziy bank pul-kredit siyosati instrumentlarining samaradorlik darajasi mazkur siyosatdagi o‘zgarishlarning (qisqa

muddatli foiz stavkalari, rezerv pullar) boshqa soha va tarmoqlarga ta'siri xususiyati, tezligi va intensivligi orqali belgilanadi.

Umuman olganda, o'tkazish kanallarining amal qilishi bank va moliya sohasidagi raqobat muhiti, muqobil inoliyalashtirish manbalarining mavjudligi, moliyaviy bozorlarning rivojlanganlik darajasi va samaradorligi, moliyaviy vositachilik xizmatlarining sifati va qamrovi, valyuta kursi rejimi, kapitallar harakati, investitsiya uchun xavfsiz moliyaviy instrumentlarning mavjudligi kabi bir qator omillarga bog'liq.

Inflyatsion targetlash rejimiga o'tish bozor mexanizmlari asosida erkin shakllanadigan suzib yuruvchi valyuta kursining amal qilishini talab etadi.

Bunda, Markaziy bankning valyuta siyosati va intervensiya strategiyasining aniq belgilab olinishi, shaffoflikning ta'minlanishi hamda qabul qilinayotgan qarorlarni valyuta bozori ishtirokchilari tomonidan to'liq tushunilishi muhim ahamiyat kasb etadi.

Shu munosabat bilan, ichki valyuta bozorini erkinlashtirishda milliy valyuta ayirboshlash kursining shakllanishida bozor sharoitlarini ta'minlashga qaratilgan chora-tadbirlarning davom ettirilishi Markaziy bankning mazkur yo'nalishdagi ustuvor vazifasi bo'lib qoladi.

Ushbu maqsadda Markaziy bankning valyuta kurslari shakllanish jarayoniga aralashuvini kamaytirib borish, valyuta intervensiyasi strategiyasini erkin suzib yuruvchi valyuta kursi tamoyillari asosida takomillashtirish hamda iqtisodiyot subyektlari va valyuta bozori ishtirokchilarini yangi sharoitlarda ishlashga tayyorlab borish ko'zda tutilmoqda.

O'rta muddatli davrda Markaziy bank intervensiyalarining valyuta kursi shakllanishiga yuqori darajada ta'sir ko'rsatishining oldini olish maqsadida keyingi davrlarda amalga oshiriladigan intervensiyalar neytral xususiyatga ega bo'ladi.

Xalqaro amaliyotda valyuta bozorida almashuv kursining erkin o'rnatilishida Markaziy bankning minimal ishtiroki talab etiladi. Bunda faqatgina inqirozli vaziyatlar yuzaga kelgandagina valyuta kursining

keskin tebranishlarini oldini olish va valyuta bozorini barqarorlashtirish maqsadida Markaziy bank intervensiyani amalga oshiradi.

Biroq O'zbekiston sharoitida Markaziy bankning valyuta bozorida muntazam ishtirok etish zaruriyati Markaziy bank tomonidan mahalliy ishlab chiqaruvchi korxonalaridan monetar oltin va boshqa qimmatbaho metallarni bevosita sotib olinishi bilan izohlanadi.

Qimmatbaho metallarning bevosita Markaziy bank tomonidan sotib olinishi milliy valyutadagi mablag'larning to'g'ridan-to'g'ri iqtisodiyotga tushishiga va inflyatsion xatarlar oshishiga olib keladi. Ayni vaqtda qimmatbaho metallarni sotishdan tushadigan valyuta mablag'lari esa ichki valyuta bozoriga tushmaydi.

Markaziy bank tomonidan qimmatbaho metallarning to'g'ridan-to'g'ri xarid qilishining salbiy ta'sirini oldini olish va valyuta bozori muvozanatligini ta'minlash maqsadida Markaziy bank valyuta bozorida tegishli miqdorlarda xorijiy valyutaning muntazam sotuvini amalga oshirib boradi.

Xalqaro amaliyotda ishlab chiqaruvchilardan qimmatbaho metallarni xarid qilish va valyuta tushumlarini ichki valyuta bozorida sotish borasidagi to'laqonli va samarali vositachilik funksiyasini Markaziy bank tomonidan bajarilishi to'g'ridan-to'g'ri intervensiya hisoblanmaydi.

Bunda Markaziy bank tomonidan xorijiy valyutaning sotilishi faqatgina vositachilik xususiyatiga ega bo'lib, Markaziy bankning valyuta bozoridagi faol ishtiroki almashuv kursini boshqarish maqsadini ko'zlamaydi hamda klassik ma'nodagi intervensiya deb hisoblanmaydi.

Bugungi kunda aholining inflyatsion kutilmalari ko'p jihatdan valyuta bozoridagi almashuv kursining dinamikasi bilan bog'liqligini inobatga olgan holda, qisqa muddatli davrda milliy valyuta kursining barqarorligini ta'minlash pul-kredit siyosatining muhim vazifalaridan biri hisoblanadi.

Bunda, almashuv kursi barqarorligini ta'minlash vazifasi bevosita markaziy bankning to'g'ridan-to'g'ri intervensiyalari hisobiga emas, balki quyidagi choralarni bosqichma-bosqich ravishda amalga oshirish orqali ta'minlanadi:

- qisqa muddatli davrda valyuta kursi o'zgarishi tebranishlari kengligini bosqichma-bosqich oshirish yo'li bilan valyuta bozorida talab va taklif muvozanatiga erishish hamda valyuta bozorini ta'minlanganlik darajasini oshirish;

- pul-kredit siyosatining foiz va boshqa instrumentlarini ustuvor ravishda qo'llash hamda bank tizimida tegishli hajmdagi likvidlikni saqlab turish orqali valyutaga bo'lgan talabga ta'sir ko'rsatish.

Ushbu maqsadlarga erishish uchun Markaziy bank "xalqaro valyuta zaxiralarining neytralligi" tamoyiliga amal qiladi, ya'ni ishlab chiqaruvchilardan qimmatbaho metallarni xarid qilish natijasida bank tizimiga tushgan milliy valyutadagi mablag'larning sterilizatsiyasini amalga oshiradi.

Shu bilan birga, iqtisodiyotda mavjud yuqori inflyatsion bosimning milliy valyuta kursi barqarorligiga salbiy ta'sirini inobatga olib, kelajakda valyuta kursining barqarorligini ta'minlash ko'p jihatdan inflyatsiya darajasini pasaytirishga bog'liq bo'ladi.

Real almashuv kursining muvozanatli darajasini ta'minlash uchun valyuta kursining dinamikasi ichki bozordagi hamda asosiy savdo hamkor mamlakatlardagi narxlar darajasining o'zgarishini o'zida aks ettirishi kerak.

Ushbu jihatlar hamda valyuta bozorining joriy rivojlanganlik darajasini inobatga olgan holda, Markaziy bank intervensiya siyosatida dastlabki bosqichlarda asosiy e'tibor fundamental omillar emas, balki qisqa muddatli davrda valyuta bozorida talab va taklifning nomuvofiqligi natijasida yuzaga keladigan valyuta kursidagi keskin tebranishlarning oldini olishga qaratiladi.

O'rta muddatli istiqbolda ichki valyuta bozorini rivojlantirish vazifasiga valyutani tartibga solish va valyuta kursi shakllanishini liberallashtirish, jumladan, almashuv kursi tebranishi chegaralarini oshirish vositasida erishiladi.

Bu, o'z navbatida, valyuta bozorining rivojlanish va ta'minlanganlik darajasini oshirishga hamda valyutaga bo'lgan talab va taklifning muvozanatiga erishish uchun bozor mexanizmlarini takomillashtirishga hizmat qiladi.

Valyuta svopi, valyuta opsiionlari, fyucherslar va shu kabi instrumentlarni amaliyotga joriy qilinishi valyuta bozorini rivojlantirish va valyuta almashuv kursi barqarorligini ta'minlash uchun qo'shimcha imkoniyatlarni yaratadi.

Inflyatsion targetlash rejimiga o'tish jarayonida samarali pul-kredit siyosatini amalga oshirish, o'z navbatida, pul-kredit siyosati instrumentlari ta'sirini cheklovchi omillarni aniqlash va bartaraf qilishni talab etadi.

Iqtisodiyotda narxlar barqarorligini ta'minlash vazifasi pul-kredit siyosati instrumentlari samaradorligiga hamda uning transmission mexanizmini ko'rilayotgan choralarni iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga o'z vaqtida va to'liq o'tkazish imkoniyatiga bog'liq.

Pul-kredit siyosatini rivojlantirishning hozirgi bosqichida zamonaviy pul-kredit instrumentlarini joriy etish, amaldagilarini takomillashtirish va ularning ta'sir mexanizmini mustahkamlash, shuningdek, ichki iqtisodiy cheklovlarni bartaraf etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirishga ustuvor ravishda e'tibor qaratiladi.

Yangi iqtisodiy voqelikda pul-kredit instrumentlaridan foydalanish samaradorligini oshirish chora-tadbirlari kompleksida majburiy zaxira talablarini takomillashtirish ham ko'zda tutilgan. Bunda, amaldagi majburiy zaxiralash tartibi banklarning likvidligiga qo'yilgan prudensial talablarni hisobga olgan holda zaxiralash me'yorlari, valyutasi va hisoblash bazalarini optimallashtirish orqali takomillashtiriladi.

Majburiy zaxiralashning amaldagi tartibiga muvofiq, zaxiralash valyutasi tijorat banklari tomonidan mustaqil tanlanadi. Mazkur amaliyot banklarga valyuta aktivlarini majburiy zaxiraga yo'naltirish orqali saqlash va buning natijasida bo'shaydigan milliy valyutadagi mablag'lardan foydalanish imkoniyatini yaratmoqda.

Bugungi kunda tijorat banklarining Markaziy bankdagi majburiy zaxiralari tarkibida xorijiy valyutaning ulushi umumiy summaning 90 foizidan ziyodini tashkil etayotganligi ushbu instrumentning so'm likvidligini tartibga solish samaradorligini pasaytirmoqda.

Natijada tijorat banklari milliy valyutadagi qo'shimcha moliyaviy resurslarga ega bo'lishi pul-kredit siyosati instrumentlari ta'sirchanligining kamayishiga hamda bank tizimi likvidligini boshqarishdagi majburiy zaxiralash instrumenti samaradorligining pasayishiga olib kelmoqda.

Xalqaro tajribani o'rganish natijalari mazkur instrument samaradorligini oshirish va qo'llanilayotgan me'yorlarning bank tizimi likvidligiga ta'sirini aniq baholash maqsadlarida tijorat banklari tomonidan zaxiralash valyutasini erkin tanlash imkoniyatini chegaralash maqsadga muvofiqligini ko'rsatmoqda.

Majburiy zaxiralash shakllantiriladigan majburiyatlar ro'yxatini qayta ko'rib chiqilishi, jumladan, ro'yxatga jismoniy shaxslar depozitlari va boshqa moliyaviy resurs manbalarining kiritilishi zaxiralash tartibidagi mavjud tafovut va nomutanosibliklarni kamaytirish imkonini beradi.

Depozit va kreditlarning umumiy hajmida xorijiy valyutadagi depozit va kreditlar ulushining yuqoriligi pul-kredit siyosati instrumentlarining samaradorligini cheklovchi yana bir omil hisoblanib, amaldagi majburiy zaxiralash tartibining takomillashtirilishini taqozo qiladi.

Bu borada yuzaga kelishi mumkin bo'lgan takrorlanishlarning oldini olish maqsadida zaxiralash talablariga tegishli tuzatishlar kiritilishi talab etiladi.

Majburiy zaxiralash tartibini takomillashtirish va talablarning maqsadli darajalarini belgilashda bank tizimidagi likvidlik hajmi va tijorat banklarining moliyaviy holati hisobga olinadi.

Shuningdek, iqtisodiyotdagi inflyatsion xatarlarning pasayib borishini va bank tizimidagi mavjud vaziyatni hisobga olgan holda majburiy zaxira talablarini o'rtachalash tartibini joriy etish masalasi ko'rib chiqiladi. Bu esa, o'z navbatida, banklarning moliyaviy holatini mustahkamlashga va moliyaviy resurslarning qiymatini maqbullashtirishga hizmat qiladi.

Inflyatsion targetlash rejimida pul-kredit siyosatining foiz instrumentlaridan foydalanishda asosiy e'tibor tijorat banklarining likvidligini boshqarish maqsadlariga qaratiladi. Bunda bozor

instrumentlarini qo'llashni faoliyashtirish vazifalaridan kelib chiqib, Markaziy bank foiz instrumentlarining samaradorligi oshirib boriladi. Xususan, ularning ta'sirini oshirish maqsadida likvidlik taqdim etish va tijorat banklarining mablag'larini Markaziy bank depozitlariga jalb qilish operatsiyalarining turlari va hajmlarini kengaytirish nazarda tutilgan.

Pul-kredit siyosatining asosiy mo'ljali sifatida monetar operatsiyalar bo'yicha asosiy stavka va foiz koridori joriy qilinishi Markaziy bankning foiz instrumentlari ta'sirchanligini oshirish imkonini yaratadi. Bundan tashqari, xalqaro tajribani hisobga olgan holda, pul-kredit siyosatining operatsion parametrlari qaytadan ko'rib chiqiladi.

Kelajakda Markaziy bankning garov asosida kreditlash operatsiyalari muddatlari qayta ko'rib chiqilib, ularning turlari optimallashtirilib umumlashtiriladi. Shu bilan birga, tijorat banklariga milliy valyutadagi ortiqcha zaxiralarni joylashtirish imkonini beruvchi depozit sxemalari joriy qilinib, bu foiz koridorining pastki chegarasini saqlab qolinishini ta'minlaydi.

Shu bilan birga, tijorat banklari likvidligini qo'llab-quvvatlash maqsadida garov ta'minotlari turlari va tartibini kengaytirish orqali likvidlik berish mexanizmini takomillashtirish ko'zda tutilmoqda. Bank tizimidagi qisqa muddatli likvidlikni sifatli prognozlash masalasi pul-kredit siyosatining foiz instrumentlaridan samarali foydalanishda katta ahamiyatga ega. Mazkur yo'nalishda Markaziy bankning prognoztahlil imkoniyatlarini kuchaytiriladi, bu borada Moliya vazirligi va boshqa manfaatdor tashkilotlar bilan o'zaro hamkorlik va axborot almashinuvi yanada mustahkamlanadi.

Markaziy bank tomonidan bank tizimidagi likvidlikni tartibga solishning asosiy bozor instrumentlaridan biri ochiq bozor operatsiyalari hisoblanadi. Pul-kredit siyosatining faol bosqichga o'tish sharoitida bank tizimidagi likvidlikning maqsadli operatsion ko'rsatkichlarga mosligini ta'minlashda ochiq bozor operatsiyalarini doimiy ravishda o'tkazib borish ko'zda tutilmoqda. Ochiq bozor operatsiyalari strategiyasini ishlab chiqishda quyidagilarga ustuvor ravishda e'tibor qaratiladi:

- operatsion maqsadlarga erishish;

- likvidlik oqimlarining keskin tebranishlarini qisqartirish;
- pul bozoridagi foiz stavkalarini Markaziy bank foiz stavkasiga yaqin darajada shakllanishini ta'minlash;
- instrumentlarning xarajat va foydaliligining maqbul nisbatiga erishish;
- bozorni yanada rivojlantirish va boshqalar.

Bunda, ochiq bozor operatsiyalarida foydalaniladigan instrument turlarini Markaziy bank tomonidan bosqichma-bosqich ko'paytirilib boriladi. Xususan, Markaziy bank iqtisodiyotdagi va bank tizimidagi holatdan kelib chiqib, ochiq bozor operatsiyalari turlari va hajmlarini belgilaydi, ular qatoriga:

- o'zgarmas va o'zgaruvchan stavkada cheklangan hajmdagi kimoshdi savdolari;
- garov ta'minoti asosida milliy valyutada kreditlar berish;
- davlat qarz majburiyatlari chiqarilishi bilan ular bo'yicha REPO operatsiyalari;
- milliy valyutadagi muddatli depozitlar va boshqalar kiradi.

Ochiq bozor operatsiyalarini o'tkazishda asosiy e'tibor o'tkaziladigan operatsiya muddatlarining likvidlik maqsadli darajasi bilan muvofiqlashtirish, bozorni yanada rivojlantirish, operatsiyalarni amalga oshirish jarayonlarining ishonchliligi va shaffofligini ta'minlash kabi vazifalarga qaratiladi.

O'z navbatida, Markaziy bank ochiq bozor operatsiyalarini faollashtirish maqsadida 2018-yilda davlat qimmatli qog'ozlarini muomalaga chiqarish borasida Moliya vazirligi bilan tegishli tadbirlarni amalga oshiradi.

Shu bilan birga, Markaziy bank operatsiyalarini takomillashtirishga oid normativ-huquqiy hujjatlarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy qilish ishlari davom ettiriladi. Ta'sirchan foiz siyosatini amalga oshirishda banklararo pul bozorining samarali ishlashi muhimligini inobatga olib, Markaziy bank ushbu bozorning har tomonlama rivojlanishi uchun zaruriy sharoitlarni yaratishga alohida e'tibor qaratadi. Xususan, 2018-yilda qisqa muddatli likvidlik berish jarayonini takomillashtirish

maqsadida banklararo pul bozorining yagona elektron platformasini ishga tushirish ko'zda tutilmoqda.

Ushbu tadbirning amalga oshirilishi tijorat banklarining bo'sh pul mablag'lari to'g'risidagi ma'lumotlarni yagona platformaga jamlash va bozor ishtirokchilari uchun foiz stavkalarini dinamikasini kuzatish imkonini yaratadi hamda foiz stavkalarining bozor mexanizmlari asosida shakllanishiga hizmat qiladi.

Ayni vaqtda yagona elektron platforma Markaziy bankning bozor operatsiyalari orqali qisqa muddatli foiz stavkalariga tezkor ta'sir ko'rsatish imkoniyatlarini kengaytiradi va pul-kredit siyosati uzatish mexanizmining foiz kanali ta'sirini kuchaytiradi. Pul-kredit siyosati sohasida amalga oshirilayotgan o'zgarishlar va kutilayotgan natijalarni keng jamoatchilikka yetkazish va ular tomonidan ma'lumotlarni to'g'ri qabul qilinishini ta'minlash maqsadida e'lon qilinadigan axborotlarda soha mutaxassisi bo'lmaganlar uchun tushunarli bo'lgan til va atamalardan foydalaniladi. Shu bilan birga, aholining moliyaviy savodxonligini oshirish borasida olib borilayotgan ishlar ko'lami kengaytirib boriladi. O'rta muddatli istiqbolda inflyatsion targetlashga o'tish Markaziy bankning tahliliy va prognozlash salohiyatini mustahkamlashni hamda bosqichma-bosqich takomillashtirib borishni talab qiladi. Pul-kredit siyosatini amalga oshirishning aniq strategiyasini ishlab chiqish va uning instrumentlaridan samarali foydalanish vazifasi ko'p jihatdan Markaziy bank tomonidan amalga oshiriladigan tahlil va prognozlar sifatiga bog'liq. Puxta ishlab chiqilgan makroiqtisodiy prognozlarga asoslangan pul-kredit siyosati ichki moliya bozorlaridagi noaniqliklarni kamaytiradi, qabul qilinayotgan qarorlar mohiyatini tushuntirishni yengillashtiradi va uning yo'nalishlarini oldindan aniqlash imkonini yaratadi. Bugungi kunda Markaziy bank xalqaro amaliyotlar asosida prognozlash ishlarini tashkil etishning boshlang'ich bosqichida turibdi. Bunda inflyatsiya darajasini prognozlashning dastlabki modellarini tuzish borasida ilk qadamlar tashlangan.

Xususan, ARIMA (avtoregressiya – suzuvchi o'rtachaning integrallashgan modeli) modelida iste'mol narxlarining guruhlashtirilgan indeksini qo'llash va sinovdan o'tkazish boshlandi. Shu bilan birga,

OLS (eng kichkina kvadratlar usuli) i VAR (vektorli avtoregressiya) modeilari ham qo'llanmoqda. Ushbu modellarni qo'llash o'tgan davrdagi ma'lumotlarga asoslanganligi bois oldingi yillardagi statistik ma'lumotlarning sifati ishonchli prognozlarni ishlab chiqishda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Shu sababli, prognozlashning zamonaviy tizimini shakllantirish bilan bir vaqtda statistik ma'lumotlarning ishonchli bazasini yaratish bo'yicha ish olib borilmoqda. 2018–2021-yillarda inflyatsiya va bank tizimidagi likvidlikni omillar bo'yicha tahlil qilish, to'lov balansi statistikasini zamonaviy usullar asosida tuzish, asosiy makroiqtisodiy hamda pul-kredit ko'rsatkichlarini prognozlash va modeilashtirish instrumentlarini takomillashtirish bo'yicha ishlar yanada kuchaytiriladi.

Zaruriy ma'lumotlar bazasini shakllantirish bilan bir qatorda yarimtarkibiy va tarkibiy modellar asosida qo'llaniladigan modellar ro'yxatini kengaytirish ko'zda tutilmoqda. Shu bilan birga, Markaziy bank tomonidan 2018-yildan boshlab iqtisodiyotdagi inflyatsion kutilmalarni aniqlash borasida o'tkazilayotgan so'rovlar va kuzatuvlar inflyatsion xatarlarni chuqur o'rganish, pul-kredit siyosatini ishlab chiqish va samarali amalga oshirishda ko'mak beradi. Narxlarning shakllanish jarayonini har tomonlama o'rganish, shuningdek, nomonetar omillar ta'sirida vujudga kelishi mumkin bo'lgan inflyatsion xatarlarni oldindan aniqlash va ularning ichki narxlar barqarorligiga ta'sirini pasaytirish maqsadida Hukumat va tegishli vazirliklar bilan hamkorlik munosabatlari takomillashtirib boriladi. Markaziy bank xalqaro moliya institutlari va xorijiy mamlakatlar markaziy banklari bilan ham hamkorlikni sifat jihatdan yangi darajada davom ettiradi.

Pul-kredit siyosatini takomillashtirish va uning instrumentlari rolini kuchaytirish, bank tizimi likvidligini tahlil qilish va prognozlash hamda pul bozoridagi operatsiyalar samaradorligini oshirish maqsadida 2018–2021-yillarda Xalqaro valyuta jamg'armasining maxsus texnik missiyalarini jalb qillsh, xorijiy mamlakatlar Markaziy banklari ilg'or tajribasini o'rganish va o'zaro tajriba almashish amaliyotini kengaytirish ko'zda tutilmoqda.

Xorijiy mamlakatlarning inflyatsion targetlashga o'tish tajribasi ushbu rejimga o'tishga tayyorgarlik ko'rish bosqichining hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatmoqda. Inflyatsion targetlash rejimiga o'tish tadbirlarini yakunlash uchun talab etiladigan uzoq inuddatni inobatga olib oraliq davrda amalga oshiriladigan pul-kredit siyosati narxlar barqarorligini ta'minlash va zaruriy makroiqtisodiy sharoitlarni yaratish chora-tadbirlarini qamrab oladi. Inflyatsion targetlashga o'tish davrida asosiy e'tibor 2017–2021-yillarda pul-kredit siyosatini yanada takomillashtirish va inflyatsion targetlash tizimiga bosqichma-bosqich o'tish bo'yicha chora-tadbirlar Kompleksida ko'zda tutilgan rejalarni to'laqonli bajarilishini ta'minlashga, iqtisodiy islohotlar davrida inflyatsion bosim va risklarning oldini olishga hamda iqtisodiy-huquqiy bazani mustahkamlashga qaratiladi.

Xususan, qonunchilik asoslarini mustahkamlash borasidagi tadbirlar "O'zbekiston Respublikasining Markaziy banki to'g'risida"gi, "Valyutani tartibga solish to'g'risida"gi va "Banklar va bank faoliyati to'g'risida"gi qonunlarga, shuningdek, boshqa normativ-huquqiy hujjatlarga tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritishni o'z ichiga oladi.

Normativ-huquqiy hujjatlarga kiritiladigan o'zgartirishlar asosan quyidagilarni nazarda tutadi:

- Markaziy bank operatsion faoliyati mustaqilligini mustahkamlash va narxlar barqarorligini ta'minlash vazifasini Markaziy bankka yuklash;

- valyutani tartibga solishning ustuvor yo'nalishlarini va aniq me'yorlarini o'rnatish, shuningdek, valyuta bozorini rivojlantirish hamda uning bir maromda faoliyat yuritishi uchun zaruriy sharoitlar yaratish;

- bank faoliyatini tartibga solishning bozor mexanizmlari va tamoyillarini qo'llashni kengaytirish, shuningdek, sohada raqobat muhitini kuchaytirishning kafolatlari hamda sharoitlarini ta'minlash va boshqalar.

Oraliq davrda amalga oshiriladigan asosiy vazifalardan biri Markaziy bankning valyuta bozorida market-meykerlik rolini pasaytirgan holda,

valyuta bozorini rivojlantirish hamda almashuv kursi barqarorligini ta'minlashning bozor mexanizmlariga o'tish hisoblanadi.

Bozor mexanizmlari ta'sirida almashuv kursining moslashuvchanligini oshirish, o'z navbatida, ichki valyuta bozorining kengayishi va rivojlanishiga xizmat qiladi. Ushbu maqsadlarda oltin-valyuta rezervlarini maqsadli darajada saqlash bilan bir qatorda valyuta bozorida qimmatbaho metallarni sotishdan tushgan xorijiy valyutadagi daromadlarni muntazam ravishda sotish dasturini ishlab chiqish va joriy etish ko'zda tutilmoqda.

Nazorat savollar

1. Bank tizimi deganda nimani tushunasiz?
2. Ikki pog'onali bank tizimi nimani anglatadi.
3. Markaziy bank qanday funksiyalarni bajaradi?
4. Tijorat banklarining funksiyalari qanday?
5. Pul-kredit siyosatining mohiyatini tushuntiring.
6. Majburiy rezervlar nima uchun zarur?
7. Ochiq bozordagi operatsiyalar orqali pul massasi qanday tartibga solinadi?
8. Markaziy bank va tijorat banklari funksiyalarini tushuntirib bering.
9. Qayta moliyalash stavkasining o'zgartirilishi pul taklifiga qanday ta'sir etadi?
10. Yumshoq va qattiq pul kredit siyosati tushunchalariga izoh bering.

•

XXVI BOB. DAVLAT BYUDJETI. BYUDJET SOLIQ SIYOSATI

26.1. Davlat byudjetining mohiyati, funksiyalari va ahamiyati

Hozirgi sharoitda davlat byudjeti ijtimoiy (ishlab chiqarish) munosabatlarining bir qismini ifoda etib, davlatning ixtiyoriga mamlakatda yaratilgan yalpi ichki mahsulot (milliy daromad)ning nisbatan kattagina qismini to'plash va uni jamiyat taraqqiyotining turli sohalarini (iqtisodiyot, maorif, sog'liqni saqlash, fan, madaniyat, ijtimoiy ta'minot, boshqaruv, mudofaa va boshqalar) rivojlanishiga yo'naltirish imkonini beradigan muhim taqsimlash vositasidir.

Mohiyatiga ko'ra davlat byudjeti mamlakat moliya tizimining tarkibiy qismi bo'lib, shunga mos ravishda moliya tizimiga doir barcha xususiyatlarga ega va unga tegishli bo'lgan barcha funksiyalarni bajaradi. Bir vaqtning o'zida, davlat byudjeti faqat o'ziga xos bo'lgan xarakterli xususiyatlarga ham egadirki, ular o'z navbatida, davlat byudjetini moliya tizimining boshqa bo'limalaridan ajratib turadi va unda markaziy o'rinni egallashga imkon beradi. Uning ana shunday xususiyatlaridan biri bevosita davlatga tegishli ekanligidir. Haqiqatdan ham har bir mamlakatda davlat barcha moliyaviy munosabatlarning tashkilotchisi bo'lsa-da, uning bu xislati, ya'ni mamlakatning moddiy va moliyaviy resurslari asosiy taqsimlovchi sifatidagi roli faqat byudjetda katta kuch bilan namoyon bo'ladi. Yagonalik va yuqori darajada markazlashuv davlat byudjetining muhim xususiyatlaridandir. Davlat byudjetiga xos xususiyatlar mablag'lar bilan byudjet siyosatini amalga oshirish uchun keng imkoniyatlar yaratib beradi.

Davlat byudjeti deyilganda, eng avvalo, ikki tushunchaning qo'shilishini tushunmoq kerak:

1) davlat miqyosida yalpi ichki mahsulotni taqsimlash natijasida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlar;

2) davlatning asosiy moliyaviy rejasi. Yalpi ichki mahsulotni taqsimlashning moliyaviy vositasi sifatida davlat byudjeti boshqa xususiyatlarga ham ega.

Yalpi ichki mahsulotning davlat byudjeti orqali taqsimlanishi ma'lum darajada, almashuvdan ajralgan holda sodir bo'ladi. Qiymatning davlat byudjeti orqali harakatlanishi moddiy mahsulotning harakatidan to'liq uziladi va sof qiymat xarakterini kasb etadi. Faqat davlat byudjetidan tashqarida, byudjet resurslari sarflanayotganda taqsimlash va almashuv operatsiyalarining qayta qo'shilib ketishi sodir bo'ladi. Davlat byudjetining mohiyatini ochib berishda u orqali amalga oshiriladigan taqsimlash jarayonlarining mazmunini ko'rib chiqish alohida ahamiyat kasb etadi.

Yalpi ichki mahsulotni davlat byudjeti orqali taqsimlash bir vaqtning o'zida, o'zaro bog'langan va ma'lum darajada mustaqil bo'lgan uch bosqichga egadir: 1) umumdavlat pul fondini shakllantirish (byudjet daromadlari); 2) hududiy va ma'lum maqsadlarga mo'ljallangan ko'p sonli byudjet fondlarini yaratish; 3) byudjet fondidan foydalanish (byudjet xarajatlari).

Davlat byudjeti orqali yalpi ichki mahsulotni taqsimlashning bu bosqichlari bir vaqtning o'zida va uzluksiz sodir bo'lsada, bu ularning nisbatan alohidaligini ham inkor etmaydi. Bu bosqichlarni bo'lish va ularni alohida-alohida ko'rib chiqish orqali byudjetli taqsimlashning xarakteri, shakli va metodlari to'g'risida osonroq va aniqroq tasavvur hosil qilish mumkin. Birinchi bosqichda yuridik va jismoniy shaxslarga tegishli pul mablag'larining bir qismi davlatning qo'lida to'planishi sodir bo'ladi. Ana shu asosda mablag'larni oluvchi sifatida davlat bilan mablag'larni to'lovchilar o'rtasida byudjet munosabatlari vujudga keladi. Bu munosabatlar, asosan, majburiylik (imperativlik) xarakteriga egadir. Bu bosqichdagi taqsimlash jarayonlarining xarakterli xususiyati shundaki, byudjetga tushuvchi mablag'lar ajratib olingan bo'lib, ular qat'iy chegaralanmagan. Ularning barchasi hozircha yagona maqsadga — umumdavlat ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan. Davlat pul fondining alohidaligiga aniq maqsadlarga mo'ljallangan fondlarni kristallizatsiya qilish boshlanganda barham beriladi.

Byudjet fondini shakllantirishda ikki xil tushunchadan foydalaniladi:

1) byudjetga to'lovlar
(soliqlar, ajratmalar, bojlar
va boshqalar)

2) davlat byudjetining
daromadlari

Davlat byudjetiga to'lovlar (soliqlar, ajratmalar, bojlar va boshqalar), eng avvalo, to'lovchilarning xarajatlaridan iborat bo'lib, ularning daromadlaridan chegirilsada, bir vaqtning o'zida ular davlat byudjetida davlatning daromadlari sifatida gavdalanadi. Ana shundan taqsimlash munosabatlariga kirishgan ishtirokchilar (tomonlar) o'rtasidagi manfaatlarda ha'zi bir farqli jihatlar vujudga keladi. Davlat byudjetning daromadlarini oshirishdan manfaatdor bo'lsa, bu narsa u yoki bu darajada to'lovchilarning (yuridik va jismoniy shaxslarning) manfaatdorligini pasaytiradi. Davlat byudjetining daromadlari o'zining yaxlitligi bilan farqlanadi va ular yagona maqsadga — ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishga hizmat qiladi.

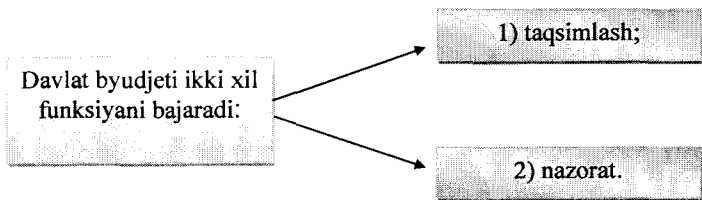
Byudjet daromadlari davlatning subyektlar (xo'jaliklar va aholi) bilan o'zaro munosabatlarining aniq chegaralangan, aniqlangan qismini ifoda etadi. Bu munosabatlar xilma-xil bo'lishiga qaramasdan, ular umumiy belgilarga ega va umumlashtirilgan, abstrakt holda ishlab chiqarish (byudjet) munosabatlarining alohida elementi sifatida maydonga chiqadi. Byudjet daromadlari o'zlarining iqtisodiy tabiatiga ko'ra obyektiv bo'lib, ular davlatning subyektlar (xo'jaliklar va aholi) bilan barqaror aloqalarini ifodalaydi. Ularning obyektiv zarurligi davlatning o'ziga xos funksiyalarga ega bo'lgan mavjudligi bilan belgilanadi.

Davlat byudjeti daromadlarining farqlanuvchi belgisi shundan iboratki, ular taqsimlash natijasi (byudjetga to'lovlar) va yanada taqsimlash obyekti (byudjet ichidagi fondlarni shakllantirish va moliyalashtirish) sifatida maydonga chiqadi. Demak, davlat byudjetining

daromadlari aniq ifodalangan byudjet kategoriyasi bo'lib, ularni shakllantirish va ulardan foydalanish taqsimlashning byudjet mexanizmi orqali amalga oshiriladi.

Davlat byudjetining xarajatlari xuddi uning daromadlari singari, ikkiyoqlama xarakterga ega. Bir tomondan, bu davlatning xarajatlari, boshqa tomondan esa — subyektlarning ixtiyoriga tushadigan qaytarilmaydigan mablag'lar bo'lib, ularning daromadlariga aylanadi va ular tomonidan turli maqsadlarga mo'ljallangan tegishli fondlarni shakllantirishda foydalaniladi. Ana shu ikkiyoqlama xarakter davlat byudjetli xarajatlarining yakuniy emas, balki taqsimlash jarayonlarining oraliq bosqichi ekanligidan dalolat beradi. Bu yerda byudjet fondlarining egasi — davlat va pul mablag'larini oluvchilar — subyektlar o'rtasida yangi taqsimlash munosabatlari paydo bo'ladi. Daromadlar singari, davlat byudjetining xarajatlari ham obyektiv iqtisodiy kategoriyadir. U kategoriya sifatida byudjetli taqsimlash munosabatlarining ma'lum bir yakuniy qismini abstrakt holda umumlashtiradi. Ularning moddiylishuvi byudjetdan subyektiarga pul mablag'larining teskari oqimi bilan xarakterlanadi.

Shunday qilib, davlat byudjetining iqtisodiy mazmuni deganda umumdavlat pul fondini shakllantirish, mablag'larni byudjetlar ichida taqsimlash va subyektlarni byudjetdan moliyalashtirish natijasida vujudga keladigan, o'zaro bog'langan taqsimlash munosabatlarining butun kompleksi tushuniladi. Davlat byudjeti ko'p sonli va bo'lingan taqsimlash aktlarining majmui orqali yalpi ichki mahsulot harakatining asosiy yo'nalishlarida namoyon bo'ladi. Aynan byudjet iste'mol va jamg'arish fondlarining shakllanishida, iste'mol fondining qismlarga ajralishiga, sof daromadning davlat va subyektlar o'rtasida bo'linishiga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatadi. Mamlakatning asosiy moliyaviy rejasi ko'rinishida qonuniy rasmiylashtirilgan, davlat pul fondlarini yaratish va ulardan foydalanish borasidagi iqtisodiy munosabatlar majmuiga davlat byudjeti deyiladi.



Davlat byudjetining taqsimlash funksiyasi orqali uning mohiyati namoyon bo‘ladi. Bu davlat byudjeti tomonidan amalga oshirilayotgan taqsimlash munosabatlarining mazmunida yaqqol ko‘rinadi.

Davlat byudjeti orqali amalga oshiriladigan taqsimlash bu jarayonning ikkinchi (oraliq) bosqichidir; Shuning uchun ham davlat byudjetining taqsimlash funksiyasi o‘ziga xos bo‘lgan xususiyatga ega bo‘lib, undan taqsimlangan yalpi ichki mahsulotni qayta taqsimlashda foydalaniladi. Agar taqsimlashning birinchi bosqichida byudjet mablag‘lari milliy daromadda davlatning ulushi sifatida maydonga chiqsa, uning ikkinchi bosqichida esa ana shu ulush qismlarga bo‘linadi va ko‘p sonli kanallar orqali turli tadbirlarni moliyalashtirishga va fondlarni shakllantirishga yo‘naltiriladi. Davlat byudjeti bilan iqtisodiyot va ijtimoiy sohaning barcha bo‘linmalari bevosita yoki bilvosita bog‘langandir.

Davlat byudjetining nazorat funksiyasi ham o‘ziga xos xususiyatlarga ega.

Birinchi xususiyat umumiylik, universallik. Bu milliy iqtisodiyotni tezkor boshqarishda davlat byudjetining nazorat funksiyasidan keng foydalanish uchun sharoit yaratadi.

Davlat byudjetining nazorat funksiyasiga tegishli bo‘lgan ikkinchi xarakterli xususiyat moliyaviy munosabatlarning alohida sohasi sifatida davlat byudjetining yuqori darajada markazlashtirilganligidan kelib chiqadi. Markazlashtirilganlik har doim yuqori organlar oldida quyi organlarning hisobot berib turishini, ma‘lum ketma-ketlikda bo‘ysunishning tizimlilikini anglatadi. Bu esa, o‘z navbatida, yuqoridan quyigacha davlat moliyaviy nazoratini tashkil etishga shart-sharoit yaratib beradi.

Kuchli majburiylik, imperativlik davlat byudjetining nazorat funksiyasiga tegishli bo'lgan uchinchi xususiyatdir. Byudjet davlatniki bo'lganligi uchun uning nazorat funksiyasi milliy iqtisodiyotni boshqarish vositalaridan biri hisoblanadi.

Davlat byudjetining nazorat funksiyasi:

1) davlat byudjetining daromadlarini oshirish uchun pul mablag'larini jalb qilish;

2) mablag'larni sarflashning qonuniyligini ta'minlash;

3) byudjet mexanizmi orqali ishlab chiqarishning samaradorligini oshirishni ko'zda tutadi.

Subyektlar faoliyatini moliyaviy resurslar bilan ta'minlashda davlat byudjetining tartibga soluvchi roli quyidagi ko'rinishda bo'lishi mumkin:

- moliyaviy resurslarga bo'lgan yangi talabni kelgusi byudjet yilida byudjetning xarajati tarkibiga kiritish;

- moliyaviy resurslarga bo'lgan qo'shimcha ehtiyojni mavjud byudjet resurslarini manyovra qilish, ya'ni byudjet kreditlarini bir obyektidan ikkinchisiga o'tkazish yo'li bilan qondirish. Bunday imkoniyatning mavjudligi amaliyotda ayrim subyektlarning o'zlariga taqdim etilgan moliyaviy resurslarni to'liq o'zlashtirishning uddasidan chiqqan olmasligi bilan izohlanadi;

- qo'shimcha ehtiyojni hukumatning zaxira fondlari hisobidan qoplash va boshqalar.

26.2. Davlat byudjetining daromadlari

Davlat byudjetining daromadlari mamlakat yalpi ichki mahsulotini taqsimlash va qayta taqsimlash umumiy jarayonining elementlaridan biri bo'lib, ular oraliq (tranzit) xarakterga ega. Ular yuridik va jismoniy shaxslarga tegishli bo'lgan daromadlar va jamg'armalarning bir qismini byudjetga o'tkazilishi natijasida vujudga keladi. Byudjet daromadlarining moddiy-buyumlashgan mazmunini davlatning

ixtiyoriga borib tushgan pul mablag'lari tashkil etadi. Bu byudjet kategoriyasining namoyon bo'lish shakli byudjetga tushuvchi turli soliqlar, to'lovlar, yig'imlar, bojlar va ajratmalardan iborat.

Miqdoriy jihatdan davlat byudjetining daromadlari yaratilgan yalpi ichki mahsulotda (milliy daromadda) davlatning ulushini ko'rsatadi. Ularning absolyut hajmi va salmog'i mamlakatning yalpi ichki mahsuloti (milliy daromadi)ning umumiy hajmi, u yoki bu davrda davlatning oldida turgan siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, mudofaa va boshqa vazifalar bilan belgilanadi. Ana shularga muvofiq davlat byudjetida mablag'larni yig'ish miqdori va ularni undirishning shakl va metodlari aniqlanadi.

Byudjet daromadlarini shakllantirish jarayoni quyidagi prinsiplarga asoslanishi maqsadga muvofiqdir:

- soliqlarning byudjetga olinishi mamlakat milliy boyligi manbalarining tugashiga olib kelmasligi kerak;
- soliqlar ularni to'lovchilar o'rtasida teng taqsimlanmog'i lozim;
- soliqlarni ishlab chiqaruvchilarning aylanma fondlari hajmiga ta'sir ko'rsatmasligi;
- soliqlarning sof daromadga nisbatan hisoblanishi;
- davlat uchun soliqlarning undirilishi iloji boricha arzonroq bo'lishi lozim;
- soliqlarning undirilish jarayoni xususiy sektorni siqib chiqarmasligi kerak;
- subyektlarning mustaqil faoliyat ko'rsatishiga sharoit yaratish, ya'ni, subyektlarga tegishli bo'lgan mablag'larning bir qismini davlat byudjetiga olinishi ularning mustaqil rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatmasligi kerak.

Chegaradan o'tib ketilganda subyektlarning mustaqilligini yo'qotishiga, kasodga uchrash hollarining vujudga kelishiga, ichki rezervlarni qidirib topishga va ishlab chiqarishning o'sish sur'atlarini ta'minlashga intilish susayadi, xufiyona iqtisodiyotning rivojlanishi boshlanadi;

- subyektlarning xatti-harakati va intilishiga bog'liq bo'lmagan holda vujudga kelgan daromadlarning to'liq yoki qisman byudjetga

olinishi. Ma'lum bir xarajatlarni amalga oshirmasdan olingan barcha daromadlar davlatning ixtiyoriga o'tishi kerak. Bu prinsipning ta'siri ostiga subyektlar ma'muriyati noto'g'ri, noqonuniy harakati (masalan, davlat standartlarini buzish va boshqalar) natijasida olingan daromadlar ham kiritilmog'i lozim;

- ishlab chiqarishni kengaytirish va boshqa maqsadlar uchun korxonaning rejalashtirilgan ehtiyojidan ortgan summalarni byudjetga olish. Bu prinsip davlat byudjeti daromadlarini davlat korxonalarining mablag'lari hisobidan tashkil etishda qo'llanilishi mumkin. U davlat korxonalarining moliyaviy holatini tartibga soladi va bir vaqtning o'zida ijtimoiy ehtiyojlarni qondirishda davlatning manfaatlarini ta'minlaydi;

- byudjet mexanizmining rag'batlantiruvchi ta'sirini ta'minlash. Mablag'larni subyektlar ixtiyorida byudjetga o'tkazilishi ularning samarali faoliyat ko'rsatishga rag'batlantirishi kerak.

- byudjet daromadlarini shakllantirishda ulushli ishtirok etish. Bu prinsip byudjet daromadlarini aholi mablag'lari hisobidan shakllantirishda qo'llanilib, uning natijasida aholi daromadlari darajasiga bog'liq ravishda bir qismi byudjetga o'tkaziladi.

Davlat byudjetining daromadlari o'zlarining manbalari, ijtimoiy-iqtisodiy xarakteri, mulkchilik shakli, soliq va to'lovlarning turi, mablag'larning tushish shakli va ularni byudjetga undirish metodlariga muvofiq klassifikatsiya qilinishi mumkin.

Davlat byudjetining daromadlari o'z manbalariga ko'ra quyidagi guruhlariga bo'linadi:

- solikli daromadlar;
- soliqsiz daromadlar;
- tiklanmaydigan (qaytarilmaydigan) tarzda o'tkaziladigan pul mablag'lari.

Byudjetning solikli daromadlari tarkibi mamlakat soliq qonunchiligiga

muvofiq umumdavlat soliqlari va yig'implari, mahalliy soliqlar va yig'implar, bojxona bojlari, boj yig'implari va boshqa boj to'lovlari, davlat boji, penya va jarimalardan iborat.

Soliqsiz daromadlar tarkibiga quyidagilar kiradi:

-davlat mulkidan foydalanish tufayli olingan daromadlar (soliqlar va yig'imlar to'g'risidagi qonunchilikka muvofiq to'langan soliq va yig'imlardan so'ng);

-byudjet tashkilotlari tomonidan ko'rsatilgan to'lovli xizmatlardan kelgan daromadlar (soliqlar va yig'imlar to'g'risidagi qonunchilikka muvofiq to'langan soliq va yig'imlardan so'ng);

-fuqarolik-huquqiy, ma'muriy va jinoiy choralarni qo'llash natijasida olingan mablag'lar, jumladan, jarimalar, musodaralar, tovon to'lashlar va davlat subyektlariga yetkazilgan zararlarni qoplash bo'yicha olingan mablag'lar hamda majburiy undirilgan boshqa mablag'lar;

- moliyaviy yordam ko'rinishidagi daromadlar (byudjet ssudalari va byudjet kreditlaridan tashqari);

- boshqa soliqsiz daromadlar.

- Tushumlarning quyidagi ko'rinishlari ham byudjet daromdlari tarkibida hisobga olinishi mumkin:

- davlat mulkini vaqtinchalik foydalanishga berish natijasida ijara haqi yoki boshqa ko'rimishda olinadigan mablag'lar;

- kredlt muassasalaridagi hisobvaraqlarda byudjet mablag'larining qoldig'i bo'yicha foizlar ko'rinishida olinadigan mablag'lar;

- davlat mulkiga tegishli bo'lgan mol-mulkni garovga yoki ishonchli boshqaruvga berishdan olinadigan mablag'lar;

-qaytarish va haq olish asosida boshqa byudjetlarga, xorijiy davlatlarga yoki boshqa yuridik shaxslarga berilgan byudjet mablag'laridan foydalanganlik uchun haq;

- davlatga qisman tegishli bo'lgan xo'jalik jamiyatlari ustav kapitalining hissasiga yoki aksiyalar bo'yicha dividendlarga to'g'ri keladigan foyda ko'rinishidagi daromadlar;

- davlat unitar korxonalari foydasining bir qismi (soliqlar va yig'imlar to'g'risidagi qonunchilikka muvofiq to'langan soliq va yig'imlardan so'ng);

- davlatga tegishli bo'lgan mol-mulkdan foydalanish natijasida olinadigan qonunchilikda ko'zda tutilgan boshqa daromadlar.

Byudjetning daromadlar qismini to'ldirishning manbalaridan biri

byudjet tizimida boshqa darajada turgan dotatsiyalar, subvensiyalar va subsidiyalar yoki mablag'larni qaytarilmaslik va tiklamaslik shakliarida olinadigan moliyaviy yordamdir. Bunday moliyaviy yordamlar mablag'larni oluvchi byudjetning daromadlarida o'z ifodasini topishi kerak. Jismoniy va yuridik shaxslardan, xalqaro tashkilotlar va xorijiy davlatlar hukumatlaridan qaytarilmaydigan yoki tiklanmaydigan shaklda o'tkazilayotgan mablag'lar ham byudjetning shunday daromadlari tarkibiga kiradi.

Hozirgi amaliyotda davlat byudjetining daromadlari quyidagi tartibda klassifikatsiyalanadi:

1. To'g'ri (bevosita) soliqlar. Ularning tarkibiga yuridik shaxslarning foydasidan olinadigan soliq; savdo va umumiy ovqatlanish korxonalarini uchun yagona soliq to'lovidan davlat byudjetiga ajratmalar; yagona soliq to'lovidan (mikrofirmalar va kichik korxonalar bilan birgalikda) davlat byudjetiga ajratmalar; jismoniy shaxslarning daromadidan olinadigan soliqlar va tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanayotgan yuridik va jismoniy shaxslarning daromadidan olinadigan qat'iy soliqlar kiradi.

2. Egri (bilvosita) soliqlar. Bu soliqlarning tarkibi qo'shilgan qiymat solig'i; aksizlar; bojxona bojlari; jismoniy shaxslardan olinadigan yagona boj to'lovi; transport vositalari uchun benzin, dizel yoqilg'isi va gaz iste'moliga jismoniy shaxslardan olinadigan soliqdan iborat.

3. Resurs to'lovlari va mol-mulk solig'i. Bu guruhga kiruvchi soliqlar va to'lovlar mol-mulk solig'i; yer solig'i; yerosti boylıklaridan foydalanganlik uchun soliq va suv resurslaridan foydalanganlik uchun soliqni o'z ichiga oladi.

4. Ustama foydadan olinadigan soliq.

5. Obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish uchun soliq.

6. Boshqa daromadlar.

O'zining ijtimoiy-iqtisodiy belgisiga ko'ra davlat byudjetining daromadlari ikki guruhga bo'linishi mumkin:

- xo'jalik yurituvchi subyektlardan olinadigan daromadlar;
- aholidan tushumlar.

Mulkchilik shakliga ko'ra davlat byudjetining daromadlari quyidagi ko'rinishlarda bo'lishi mumkin:

- nodavlat sektordan olinadigan daromadlar;
- davlat xo'jaliklaridan olinadigan daromadlar;
- aholidan olinadigan mablag'lar.

Davlat byudjetining daromadlari majburiy yoki ixtiyoriy tarzda jalb qilinishi mumkin. Bunda daromadlarni majburiy shaklda jalb qilish hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ixtiyoriy shakldagi to'lovlarga davlat obligatsiyalarini va pul-buyum lotereyalarini realizatsiya qilishdan olingan tushumlar kiradi. Davlat byudjeti daromadlarini shakllantirishdagi majburiylik – yuridik va jismoniy shaxslar tomonidan ma'lum bir mablag'lar belglangan muddatlarda byudjetga o'tkazilishi zarurligini anglatadi. U yoki bu to'lovni qonun tomonidan majburiy deb e'tirof etilishi to'lanmagan summalarning majburiy undirilishini ko'zda tutadi.

Subyektlarning daromadlari davlat byudjeti ixtiyoriga ikki xil metodlarni qo'llab, olinishi mumkin:

- 1) soliqli metodlar;
- 2) nosoliqli metodlar.

Soliqli metodlar uchun mablag'larning davlat byudjeti foydasiga aniq belgilangan miqdorlarda va oldindan o'rnatilgan muddatlarda undirilishi xarakterlidir. Soliqlarning undirilishi mamlakat yalpi ichki mahsuloti va milliy daromadining taqsimlanishi va qayta taqsimlanishi bilan bog'liq. Ular yordamida xo'jalik yurituvchi subyektlar va aholiga tegishli bo'lgan mablag'larning bir qismi davlat ixtiyoriga o'tkaziladi. Soliqlarning tarkibiga qo'shilgan qiymat solig'i, aksizlar, daromad (foйда) solig'i, yer solig'i, mol-mulk solig'i va boshqa soliqlar kiradi.

Nosoliqli daromadlar davlatga tegishli bo'lgan korxonalar va tashkilotlardan olinadigan to'lovlardir. Davlat mulkiga aylanadigan va qaytarishni talab etmaydigan mablag'lar ham davlat byudjetining daromadlari bo'lishi mumkin.

26.3. Davlat byudjetining xarajatlari

Davlat byudjetining xarajatlari umumiy moliyaviy kategoriya bo'lgan byudjetning ko'rinishlaridan biri bo'lib, unga tegishli bo'lgan

umumiy xususiyatlarga egadir. Davlat byudjetining xarajatlari xarajatlarning konkret turlari orqali namoyon bo'ladi. Byudjet xarajatlari konkret turlarining xilma-xilligi esa, o'z navbatida, quyidagi omillarning mavjudligi bilan belgilanadi: davlatning iqtisodiy tabiati va funksiyalari; mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot darajasi; byudjetning milliy iqtisodiyot bilan bog'langanligi; iqtisodiy munosabatlarning rivojlanganlik darajasi; byudjet mablag'larining namoyon bo'lish shakllari va h.k.

Davlat byudjetining barcha xarajatlarini quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

- ijtimoiy soha va aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlash xarajatlari;
- milliy iqtisodiyotga xarajatlari;
- mudofaa xarajatlari;
- boshqaruv xarajatlari.

Ijtimoiy soha va aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlash xarajatlari o'z tarkibiga maorif, sog'liqni saqlash, madaniyat va sport, fan, ijtimoiy ta'minot, aholi uchun ijtimoiy ahamiyat kasb etgan hizmatlar baholaridagi farqlarni byudjetdan qoplash va oilalarga beriladigan ijtimoiy nafaqalarni oladi. Davlatning ijtimoiy funksiyasini o'zida aks ettirib, bu guruhdagi byudjetning xarajatlari xalq ta'limi tizimini rivojlantirish va takomillashtirishga, fan va madaniyatni moliyalashtirishga, aholining tibbiy hizmatga bo'lgan talabini qondirishga, ijtimoiy sug'urta va ijtimoiy ta'minotni amalga oshirishga keng yo'l ochib beradi.

Milliy iqtisodiyotga byudjetdan xarajat qilinishi davlatning xo'jalik yurituvchi asosiy subyektlardan biri ekanligidan darak beradi. Aynan bu xarajatlar keng miqyoslarda yangi sanoat korxonalarini qurish, zamonaviy industriya asosida qishloq xo'jaligida ishlab chiqarishni rivojlantirish, transport, aloqa va iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarini texnika vositalari bilan qayta ta'minlashga imkon yaratadi. Shuning uchun ham davlat byudjetining bu xarajatlari orasida iqtisodiyot va markazlashtirilgan investitsiyalarni moliyalashtirish xarajatlari alohida o'rin egallaydi. Davlat byudjetining mudofaa xarajatlari ham davlatning funksiyalaridan kelib chiqadi. Ular har bir davlatning o'z mudofaa

qobiliyatini mustahkamlashi zarurligi bilan bog'liqdir. Qurolli kuchlarning barcha turlari byudjet mablag'lari hisobidan moliyalashtiriladi.

Boshqaruv shaklidagi faoliyat turining davlat tomonidan amalga oshirilishi, uning xo'jalik-tashkilotchilik funksiyasi davlat byudjetidan boshqaruv xarajatlari deb nomlangan alohida xarajatlar ajratilishini taqozo etadi. Boshqaruv (davlat hokimiyati organlari, sud va prokuratura fuqarolarning o'zini-o'zi boshqaruv organlari) xarajatlari davlat organlari faoliyatining moliyaviy asosini tashkil etib, jamiyat hayotining barcha sohalariga rahbarlik qilishga imkon yaratadi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida Davlat byudjetining xarajatlari uning daromadlari bilan uzviy bog'langandir. Bunday o'zaro bog'liqlik xarajatlarning miqdoriy jihatdan daromadlarga muvofiq kelishi va ularning bir-biriga o'zaro ta'sir ko'rsatishi orqali ifodalanadi. Bir tomondan, aksariyat hoilarda, byudjet xarajatlarining hajmi byudjet daromadlarining hajmi bilan cheklanadi. O'z navbatida, byudjet daromadlarining hajmi esa davlatning iqtisodiy imkoniyatlari bilan aniqlanadi. Shuning uchun ham bu yerda byudjet xarajatlarining shunday hajmini va milliy xo'jalikda pul fondlarini shakllantirishda byudjet mablag'laridan foydalanishning shunday muddatlarini o'rnatish kerakki, ular minimal xarajatlar qilib maksimal samaraga erishish orqali davlat oldidagi ijtimoiy-iqtisodiy vazifalarni muvaffaqiyatli bajarilishini ta'minlash, boshqa tomondan esa, ishlab chiqarishning o'sishiga ijobiy ta'sir qilish, ilmiy-texnika taraqqiyotini tezlashtirish va milliy xo'jalikdagi proporsiyalarni optimallashtirish orqali davlat byudjetining xarajatlari uning daromadlari darajasining ortishiga o'z ta'sirini ko'rsatadi.

Davlat byudjeti xarajatlari hajmning yildan-yilga ortib borishi ularni milliy xo'jalikning samaradorligi nuqtayi nazaridan baholashni dolzarb muammoga aylantirib qo'yadi. Bunda milliy xo'jalikning yakuniy natijasini baholab, faqat unga tegishli bo'lgan daromadlarning qo'shimcha ravishda o'sganligiga e'tibor berish bilan cheklanish maqsadga muvofiq emas. Bunda, bir vaqtning o'zida, jamiyatning ijtimoiy taraqqiyot darajasi, ijtimoiy muammolarning qay darajada hal

etilganligi ham nazardan chetda qolmasligi kerak.

Davlat byudjeti xarajatlarining tarkibi va uning tuzilmasi davlatning tabiatiga, u tomonidan bajarilayotgan funksiyalarga, milliy xo'jalikning ehtiyojlariga bog'liq hamda byudjet mexanizmi orqali ishlab chiqarish va iste'molning ba'zi bir omillariga davlatning ta'sirchanlligini ta'minlash kabilar bilan belgilanadi. Davlat byudjetining xarajatlaridan foydalanish byudjetdan moliyalashtirish orqali amalga oshiriladi. Shu munosabat bilan, byudjetdan moliyalashtirish deyilganda rejada ko'zda tutilgan tadbirlarni amalga oshirish uchun subyektlarga byudjetdan mablag'larni taqdim eish tizimi tushuniladi.

26.4. Davlat xarajatlari, soliq va balanslashgan byudjet multiplikatorlari.

Qisqa muddatli davrda byudjet-soliq siyosati davlat xarajatlari, soliq va balanslashgan byudjet multiplikatorlari samarasi ta'siri ostida bo'ladi.

$$\Delta G \uparrow \rightarrow \Delta E \uparrow (\Delta E q \Delta C) \rightarrow \uparrow \Delta Y (\Delta Y = \Delta C \times m g)$$

Davlat xarajatlarining ΔG miqdorga o'sishi rejalashtirgan xarajatlarining ΔE miqdorda o'sishiga va umumiy xarajatlarning egri chiziq bo'yicha yuqoriga surilishiga olib keladi. Bu vaziyatda yalpi ishlab chiqarish hajmi (ΔY) miqdorida o'sadi.

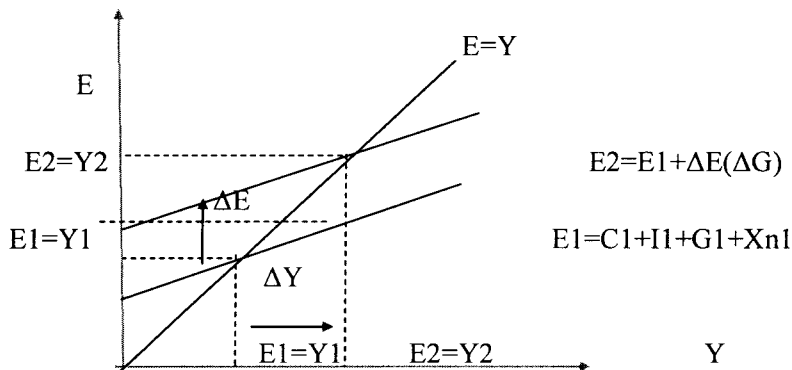
Xarajatlardagi ozroq o'zgarish daromadlardagi undan ancha katta bo'lgan, o'zgarishni keltirib chiqaradi va $\Delta Y / \Delta E = 1 / (1 - b)$ bo'ladi (10.1-rasm).

$$\Delta Y = \Delta E \times (1 / (1 - b)) = \Delta E \times m$$

Soliqqa tortish hisobga olinmaganda yopiq iqtisodiyot uchun davlat xarajatlari multiplikatori va ishlab chiqarishning muvozanatli hajmini quyidagi tenglamalar sistemasini yechish orqali topish mumkin:

$$\begin{cases} Y = C + I + G \\ C = a + bY \end{cases}$$

Bu yerda: $Y = C + I + G$ – yopiq iqtisodiyot uchun asosiy makroiqtisodiy ayniyat;



1-rasm. Davlat xarajatlari o'zgarishining multiplikativ samarasi

Tenlamalar sistemasini Y uchun yechib quyidagi natijani olamiz:

$$Y = \frac{1}{1-b} (a+I+G);$$

Bu yerda: $1/(1-b)$ – yopiq iqtisodiyotda soliqqa tortish hisobga olinmagan vaziyatda xarajatlar multiplikatori;

$(a+I+G)$ – avtonom xarajatlar;

$b=MPC$ – iste'molga chegaralangan moyillik bo'lib multiplikator miqdorini belgilovchi asosiy omildir.

Soliqqa tortish hisobga olinganda iste'mol funksiyasi o'zgaradi va $C=a+b(1-t)Y$ ko'rinishni oladi. Bu tenglamani asosiy makroiqtisodiy ahyiyatga qo'yib yechsak, quyidagi natijani olamiz:

$$Y = \frac{1}{1-b(1-t)} (a+I+G)$$

Bu yerda: $1 / (1-b(1-t))$ – yopiq iqtisodiyotda xarajatlar multiplikatori;

t – chegaraviy soliq stavkasi.

$$t = \Delta Y / \Delta T$$

Bu yerda: ΔT – to'lanadigan soliqlar miqdorining o'sishi;

ΔY – daromadlarning o‘sishi.

Progressiv soliq tizimi multiplikator samarasini yumshatadi va ishlab chiqarish hamda bandlilik darajalarini barqarorlashtiradi.

Soliqqa tortish hisobga olingan holdagi xarajatlar multiplikatori soliqqa tortish hisobga olinmagan holdagi soliq multiplikatoridan ancha kichikroq miqdorga ega, chunki daromadlarga aylangan xarajatlarning bir qismi soliqlarga chegirilib, muomaladan chiqadi va multiplikatsiya samarasini pasaytiradi. Bu ikkala formulani solishtirganda ham ko‘zga tashlanadi. Shuningdek, ochiq iqtisodiyotda oshgan daromadlarning bir qismi importga yo‘naltirilishi oqibatida muomaladan chiqib ketishi tufayli multiplikator samarasi yopiq iqtisodiyotga nisbatan pastdir.

Ochiq iqtisodiyotda davlat xarajatlari multiplikator va muvozanatli ishlab chiqarish hajmi quyidagi tenglamalar sistemasini yechib topiladi:

$$\begin{cases} Y=C+I+G+X_n \\ C=a+b(1-t) \times Y \\ X_n=g+m'Y \end{cases}$$

Agarda (2) va (3) tenglamalarni asosiy makroiqtisodiy ayniyatga qo‘yib, yechsak quyidagi yechimga ega bo‘lamiz:

$$Y = \frac{1}{1-b(1-t)+m'} (a+I+G+g)$$

Bu yerda: $1 / 1-b(1-t)+m'$ ochiq iqtisodiyotda davlat xarajatlari multiplikatori.

Muvozanatli daromadlar darajasiga soliqlarni kamaytirish ham multiplikativ ta‘sir ko‘rsatadi. Soliqlar miqdorini ΔT ga kamaytirsak, tasarrufdagi daromad darajasi ΔT ga oshadi. Iste‘mol xarajatlari mos tarzda ΔT_x b (bu yerda b-iste‘molga chegaraviy moyillik) miqdorga oshadi va u rejalashtirilgan xarajatlar egri chizig‘ini yuqoriga siljitadi, milliy ishlab chiqarish hajmini esa ΔU ga oshiradi.

Soliq multiplikatsiya samarasi davlat xarajatlari singari soliqlarning bir marta o‘zgarishi oqibatida iste‘molning bir necha bor o‘zgarishiga bog‘liq.

$$\begin{aligned}
 & T \downarrow (\Delta T) \Rightarrow Y_d \uparrow (\Delta Y_d = -\Delta T) \Rightarrow C \uparrow (\Delta C = b(-\Delta T)) \Rightarrow E \uparrow (\Delta E = b(-\Delta T)) \\
 & \Rightarrow Y \uparrow (\Delta Y = b(-\Delta T)) \Rightarrow C \uparrow (\Delta C = b(b(-\Delta T))) \Rightarrow E \uparrow (\Delta E = b^2(-\Delta T)) \Rightarrow Y \uparrow \\
 & (\Delta Y = b^2(-\Delta T)) \Rightarrow \\
 & \Rightarrow C \uparrow (\Delta C = b(b^2(-\Delta T))) \text{ va h.k.}
 \end{aligned}$$

Demak, soliq multiplikatorini quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$\frac{\Delta Y}{\Delta T} = \frac{-b}{1-b}$$

Agar davlat byudjetiga barcha soliq tushumlari joriy daromad–Y dinamikasiga bog‘liq deb hisoblasak soliq funksiyasi $T = tY$ – ko‘rinishni oladi. Bu holatda iste‘mol funksiyasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$S = a + b(Y - tY) = a + b(1-t)Y,$$

Soliq multiplikatori esa quyidagi ko‘rinishni oladi:

$$m_t = \frac{-b}{1-b(1-t)}$$

Bu yerda: m_t – yopiq iqtisodiyot uchun soliq multiplikatori.

To‘liq soliq funksiyasi $T = T_a + tY$ ko‘rinishga ega.

T_a – avtonom soliqlar (masalan, mulkka, yerga soliqlar).

To‘liq soliq funksiyasini e‘tiborga olsak, iste‘mol funksiyasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$S = a + b[Y - (T_a + tY)]$$

Iste‘mol funksiyasining ushbu shaklini hamda sof eksport funksiyasini hisobga olib ochiq iqtisodiyot uchun soliq multiplikatorini hisoblasak u

-b

-b

$$m_t = \frac{-b}{1-b(1-t) + m'}$$

ko‘rinishini oladi.

Demak soliqlarni bir miqdorga kamaytirilishi yoki ko'paytirilishi natijasida YaIM hajmining bundan necha marta ko'p miqdorga o'zgarishi iste'molga chegaralangan moyillik, chegaraviy soliq stavkasiga va importga chegaralangan moyillik darajalariga bog'liq

Ochiq iqtisodiyotda davlat xarajatlari multiplikatori va soliq multiplikatorini hisobga olganda muvozanatli ishlab chiqarish hajmi modeli quyidagicha bo'ladi:

$$Y = \frac{1}{1-b(1-t)+m'} (a+I+G+g) - \frac{b}{1-b(1-t)+m'} Ta$$

Aytaylik hukumat o'z xarajatlarini qandaydir miqdorga oshirdi va bu xarajatlarni moliyalashtirish uchun soliq miqdorini ham shuncha oshirdi.

Bunda davlat xarajatlari va avtonom soliqlar miqdorlarining bir vaqtning o'zida bir xil miqdorda o'zgarishi natijasida daromadlarning jami o'zgarishi ΔY miqdori quyidagiga teng bo'ladi:

$$\Delta Y = \frac{1}{1-b(1-t)+m'} \Delta G - \frac{b}{1-b(1-t)+m'} \Delta Ta$$

Agar davlat xarajatlari va avtonom soliqlar bir xil miqdorga ko'paysa muvozanatli ishlab chiqarish hajmi shu miqdorga teng yoki undan kamroq summaga ko'payadi. Buni balanslashgan byudjet multiplikatori deb yuritiladi. Balanslashgan byudjet multiplikatori birga teng yoki undan kichikroq bo'ladi.

Davlat xarajatlari o'zgarishidan yuzaga keladigan multiplikativ samara soliqlar pasayishidan olinadigan multiplikativ samaradan kattaroq bo'ladi. Bu holat davlat xarajatlarining daromadlar va is'temol hajmiga ta'siri (soliqlar o'zgarishi ta'siriga nisbatan) kuchliroq ekanligi oqibatidir.

Ushbu farq fiskal siyosat vositalarini tanlashda muhim rol o'ynaydi. Agar hukumat davlat sektorini kengaytirmoqchi bo'lsa, davriy pasayishni tugatish uchun o'z xarajatlarini oshirishi, inflyatsiyani cheklash uchun esa soliqlarni oshirishi maqsadga muvofiq bo'ladi.

Aksincha, fiskal siyosat davlat sektorini cheklashga qaratilgan bo'lsa, davriy pasayish sharoitida soliqlarni kamaytiradi, davriy ko'tarilish paytida esa davlat xarajatlarini oshirish maqbul yo'l hisoblanadi.

26.5. Diskret va nodiskret fiskal siyosat. Byudjet taqchilligi va ortiqchaligi

Hukumatning bandlik darajasi, ishlab chiqarish hajmi, inflyatsiya sur'atlari va to'lov balansi holatini o'zgartirishga yo'naltirilgan maxsus qarorlarni qabul qilishi natijasida davlat xarajatlari, soliqlar va davlat byudjeti qoldig'ini maqsadli o'zgartirilishi diskret fiskal siyosat deyiladi. Diskret fiskal siyosat yuritilganda iqtisodiy pasayish davrida jami talabni rag'batlantirish uchun davlat xarajatlarini oshirilishi va soliqlarni kamaytirilishi natijasida davlat byudjeti kamomadi yuzaga keltiriladi. O'z navbatida davriy ko'tarilish paytida byudjet ortiqchaligi yuzaga keltiriladi.

Diskret fiskal siyosat iqtisodiy tebranishlarni yumshatishda muhim rol o'ynasada, uning ayrim kamchiliklari mavjud. Bu, avvalam bor, vaqt oraliqlari bilan bog'liq. Ya'ni iqtisodiyotda pasayish yoki inflyatsion zo'riqishning paydo bo'lishi, bu holatlarni aniqlash yuzaga kelgan muammolarni hal etish uchun davlat xarajatlari va soliq tushumlarini o'zgartirish borasida qaror qabul qilish, bu qaror bajarilishini ta'minlash jarayonlarining har biri o'rtasida ma'lum vaqt o'tadi.

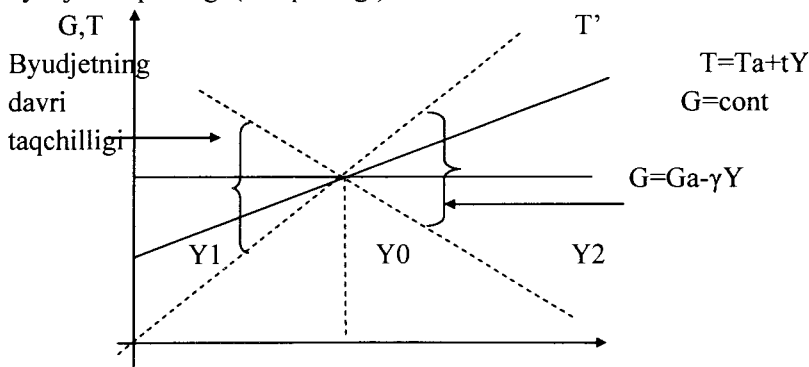
Bu vaqt davomida iqtisodiy vaziyat o'zgaradi va ko'rilgan chora-tadbirlar ko'tilgan natijani bermasligi mumkin. Shu tufayli davriy tebranishlarni avtomatik tarzda yumshatib turish mexanizmini yaratish zarurati yuzaga keladi.

Nodiskret fiskal siyosat – davlat xarajatlari, soliqlar va davlat byudjeti qoldig'ini avtomatik o'zgartirishni ko'zda tutadi. Nodiskret fiskal siyosat o'rnatilgan barqarorlashtirgichlarga asoslanadi. Rivojlangan davlatlarda o'rnatilgan barqarorlashtirgichlari rolini progressiv soliq tizimi, davlat transfertlari tizimi va foydada ishtirok etish tizimi o'ynaydi. Nodiskret fiskal siyosat davriy tebranishlarni

yumshatish uchun hukumatning bevosita aralashuvini talab etmaydi. Davriy pasayish sharoitida daromadlar pasayishi tufayli soliq stavkalari pasayadi. Bu esa jami talabning oshishiga, ishlab chiqarishni kengaytirishga rag‘batni yuzaga kelishiga olib keladi. Shuningdek pasayish davrida davlat transfertlari, jumladan ishsizlik nafaqasi to‘lovlari miqdori oshadi. Bu holat ham jami talabni oshirib, jami taklif hajmini oshishiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Iqtisodiy yuksalish davrida ortiqcha talab iqtisodiyotga inflyatsion ta‘sir ko‘rsatayotgan sharoitda daromadlar darajasi oshishi bilan soliqlar stavkalari pasayadi va bu jami talabga cheklovchi ta‘sir ko‘rsatadi. Ayni paytda davlat xarajatlari (ishsizlarga nafaqalar, davlat transfertlarining bir qancha turlar) ham pasayadi. Ammo nodiskret fiskal siyosat vositalari iqtisodiy tebranishlarni to‘liq yumshatish imkonini bermaydi va u diskret fiskal siyosat yuritishni inkor etmaydi.

Iqtisodiyotning o‘rnatilgan barqarorligi darajasi davriy byudjet taqchilligi va ortiqchaligi miqdorlariga bog‘liq. Davriy taqchillik (ortiqchalik) iqtisodiy faollik pasayishi (oshishi) sharoitida soliq tushumlarining avtomatik kamayishi (oshishi) va davlat xarajatlarining avtomatik oshishi (kamayishi) natijasida yuzaga keladigan davlat byudjeti taqchilligi (ortiqchaligi)dir.



1-rasm. Byudjet taqchilligi va ortiqchaligi

Davriy pasayish bosqichida soliqlar avtomatik pasayishi, davlat transfertlarining oshishi natijasida byudjet taqchilligi kelib chiqadi.

Davriy yuksalish bosqichida soliqlar avtomatik ko‘payishi va davlat xarajatlarining kamayishi natijasida byudjet ortiqchaligi paydo bo‘ladi. Davlat xarajatlari o‘zgarmas bo‘lgan sharoitda ham byudjet taqchilligi va ortiqchaligi mavjud bo‘lishi mumkin. Davriy taqchillik va ortiqchalik miqdorlari soliq va byudjet funksiyalari grafiklarining “tikligiga” bog‘liq. Soliq funksiyasi T ning egilish burchagi chegaraviy soliq stavkasi t ning miqdoriga bog‘liq. t qancha yuqori bo‘lsa T chizig‘i shuncha tik bo‘ladi. Davlat byudjetidan beriladigan transfertlar hajmi o‘zgarishining daromadlar o‘zgarishiga bog‘liqligini xarakterlovchi γ koeffitsiyent qancha kichik bo‘lsa, G chizig‘i ham shuncha tik bo‘ladi. Demak daromad oshgani sari byudjetga soliq to‘lovlari oshaveradi, byudjetdan transfert to‘lovlari esa kamayadi.

Davlat xarajatlari daromadga bog‘liq bo‘lmagan o‘zgarmas miqdor bo‘lganda t qanchalik katta bo‘lsa T chizig‘i shuncha tik va iqtisodiyotning o‘rnatilgan barqarorligi darajasi ham shunchalik yuqori bo‘ladi. Ammo iqtisodiy o‘sishning ta‘minlash vazifasi T va G chiziqlarini yotiqroq bo‘lishini taqozo etadi.

O‘rnatilgan barqarorlashtirgichlar muvozanatli YaMM hajmini, uning potensial hajmi darajasi atrofida tebranishi sababini to‘liq tugatmaydi va ishlab chiqarishning har qanday darajasida mavjud bo‘lishi mumkin.

To‘liq bandlikni ta‘minlagan diskret fiskal siyosat yuritilishi natijasida davlat byudjetining tarkibiy taqchilligi (ortiqchaligi), ya‘ni to‘liq bandlik sharoitida byudjet xarajatlari (daromadlari) va daromadlari (xarajatlari) o‘rtasidagi farq yuzaga keladi.

Davriy taqchillik ko‘pincha davlat byudjetining haqiqiy taqchilligi va tarkibiy taqchillik farqi sifatida baholanadi.

Davlat byudjeti kamomadini moliyalashtirish usullari:

1. Pul-kredit emissiyasi;
2. Davlat zayomlarini chiqarish;
3. Davlat byudjetiga soliq tushumlarini ko‘paytirish.

Davlat byudjeti kamomadi pul chiqarish orqali qoplanganda muomalada pul massasini ko‘paytirish inflyatsiyaga olib keladi.

Inflyatsiya darajasi oshganda Oliver-Tanzi samarasi paydo bo'ladi. Ya'ni, soliq to'lovchilar tomonidan davlatga to'laydigan soliqlar to'lovini atayin kechiktirish hollari yuzaga keladi. Bu esa davlat byudjeti kamomadi oshishiga olib keladi. Byudjet taqchilligi tufayli davlat xususiy ishlab chiqaruvchilardan tovarlar va xizmatlar sotib olsa-yu, lekin ular to'lovlarni kechiktirsa, xususiy ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlari narxlarini oldindan oshirib qo'yishadi. Bu esa inflyatsiyaning oshishiga olib keladi.

Agar davlat byudjeti taqchilligi davlat zayomlarini chiqarish orqali moliyalashtirilsa, ular sotilishi natijasida pulga talab oshadi. Bu esa o'z navbatida foiz stavkasini ko'tarilishiga olib kelishi mumkin. Oqibatda investitsiya xarajatlari, sof eksport hajmi va qisman iste'mol xarajatlari kamayadi. Pirovardida siqib chiqarish samarasi ro'y beradi va u fiskal siyosatning rag'batlantiruvchi samarasini zaiflashtirib qo'yadi.

Byudjet taqchilligini moliyalashtirishning bu usuli noinflyatsion usul hisoblanada inflyatsiya xavfini ma'lum muddatga kechiktiradi xolos. Chunki muddati yetgan zayomlarni sotib olishi bilan davlat muomaladagi pul massasini ko'paytiradi. Bu esa o'z navbatida, baholar darajasining ko'tarilishiga sabab bo'ladi. Soliq tushumlarini ko'paytirish byudjet taqchilligini moliyalashtirishning uchinchi yo'li bo'lib, u uzoq muddat talab etadigan soliq islohoti o'tkazilishini talab etadi. Bu islohotiar soliq bazasini kengaytirish, soliq stavkalarini kamaytirish, soliq yukini ishlab chiqaruvchilardan ko'proq mulk egalari va mulkdan foydalanuvchilar zimmasiga o'tkazish orqali soliqlar tushumini ko'paytirishni ko'zda tutadi.

Byudjet ortiqchaligini kamaytirish usullariga muomaladagi pul mablag'larini olib qo'yish va davlat qarzlarini to'lash kiradi.

Davlat qarzlarini to'lash nominal daromadlar va muomaladagi pul massasini oshirib, baholar darajasining yanada oshishiga olib kelishi mumkin. Shu tufayli byudjetdagi ortiqcha mablag'larni muzlatib qo'yish byudjet kamomadini pasaytirishning nisbatan noinflyatsion usulidir.

Byudjet taqchilligi asosan noinflyatsion usular bilan, ya'ni davlat obligatsiyalari chiqarish hamda xususiylashtirishdan tushgan mablag'lar hisobiga moliyalashtirilmoqda. Respublikamizda o'tkazilayotgan soliq-

byudjet siyosati makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlab turish, ustuvor tarmoqlarni investitsiyalash, ta'lim sohasini jadal rivojlantirish, aholini ijtimoiy himoya qilish maqsadlariga qaratilib kelinmoqda.

Nazorat savollari

1. Davlat byudjetiga ta'rif bering va uning xarajatlari tarkibini sanab o'ting.

2. O'zbekiston Respublikasi davlat byudjeti xarajatlari qanday o'zgarishlar ro'y bermoqda?

3. Soliqlarning funksiyalariga izoh bering. Mamlakatimizda soliq siyosati qaysi maqsadlarga qaratilgan?

4. Soliq islohotlarining asosiy yo'nalishlarini tushuntirib bering.

5. Davlat byudjeti nimalarga bog'liq holda vujudga keladi va rivojlanadi?

6. Davlat byudjeti deb nimaga aytiladi?

7. Davlat byudjeti qanday funksiyalarni bajaradi?

8. Davlat byudjetining taqsimlash va nazorat funksiyalari qanday xarakterli xususiyatlarga ega?

9. Davlat byudjetining daromadlari o'z manbalariga ko'ra qanday guruhlarga bo'linadi?

10. To'g'ri (bevosita) va egri (bifvosita) soliqlarning tarkibi nimalardan iborat?

XXVII BOB. IS-LM MODELI VA UNING QO‘LLANILISHI

27.1. IS - LM modelining mohiyati va AD-AS modeli bilan bog‘liqligi

Tovar va pul bozorida umumiy muvozanatga erishish shartlari va makroiqtisodiy siyosat tadbirlarining bu ikki bozorga ta‘sirini umumlashtirib tadqiq qilish IS - LM modeli yordamida bajariladi.

IS-LM modeli birinchi marta 1937-yilda J.Xiks tomonidan keynsning makroiqtisodiy konsepsiyasini izohlash uchun taklif etildi hamda 1949- yilda A. Xansening “Monetar nazariya va fiskal siyosat” nomli kitobi nashr qilinganidan so‘ng keng yoyildi. Shu sababli bu model Xiks modeli yoki Xiks-Xansen modeli deb ham yuritiladi. IS - LM modeli qisqa muddatli davrga ham tovarlar ham pul bozorida birgalikda muvozanat o‘rnatilishi mexanizmini xarakterlaydi. Bunda tovarlar bozori deganda ham iste‘mol ham investitsion tovarlar bozori tushuniladi. Garchand iste‘mol va investitsion tovarlarga talab turli omillar bilan belgilansada IS - LM modelida ular bir butun deb qaraladi. Pul bozori deganda xazina veksellari va tijorat qog‘ozlari ko‘rinishidagi qisqa muddatli kredit vositalarini oldi-sotdi mexanizmi tushunlladi. Bu bozorni obligatsiyalar bozoridan farqlash zarur. Pulning obligatsiyalarda ifodalangan nisbiy bahosi obligatsiyalar bo‘yicha foiz stavkasidir.

IS - LM modeli (investitsiyalar-jamg‘armalar, likvidlilikni afzal ko‘rish – pul) – yalpi talab funksiyasini belgilovchi iqtisodiy omillarni aniqlash imkonini beruvchi tovar-pul muvozanati modeli”^{*}. AD-AS modelida tovar va pul bozorlarining aloqasi e‘tiborga olingan edi. Ya’ni tovarlar va hizmatlar baholarining ko‘tarilishi pulga bo‘lgan talabni oshirishi bu esa o‘z navbatida foiz stavkasining ko‘tarilishiga olib kelishi, oqibatda investitsiya xarajatlari va umuman yalpi xarajatlar kamayishi AD-AS modelida ko‘zda tutilgan edi. IS-LM modeli AD-AS modelini

^{*} Агапова Т.А.Серегина С.Ф. Макроэкономика.Учебник.-7-е изд.перераб. и доп.-М.:Издательство “Дело и сервис”, 2005. с.191.

qisqa muddatli davrga aniqlashtiradi va bu modelda har ikkala bozor yagona makroiqtisodiy tizimning sektorlari sifatida namoyon bo'ladi. Model bu sektorlarda tarkib topgan sharoitlarga bog'liq tarzda foiz stavkasi R bilan daromad darajasi Y ning muvozanatli darajasini belgilaydi.

Makroiqtisodiyotda AD-AS modeli ishlab chiqarish hajmlari va narxlar darajalarining tebranishlarini hamda ular o'zgarishining oqibatlarini o'rganish uchun asosiy model bo'lib hisoblanadi va boshqa bir qancha modellar AD-AS modelining xususiy holi hisoblanadi. AD-AS modeli yordamida davlat iqtisodiy siyosatining turli variantlari tasvirlab berilishi mumkin.

Keynsning makroiqtisodiy muvozanat modeli yalpi talab – yalpi taklif modelini qisqa muddatli makroiqtisodiy siyosat maqsadlarida aniqlashtirgan bo'lib, uning xususiy holi hisoblanadi. Yalpi talab va yalpi taklif modelidan farqli o'laroq bu modelda narxlar darajasi va ish haqi o'zgarish miqdorlar hisoblanadi. Ayni shu sababga ko'ra tovar moddiy zaxiralarining o'sishi qisqa muddatda makroiqtisodiy muvozanatga erishishni belgilovchi omil bo'ladi.

Ishlab chiqarishning kamayishi natijasida mumkin bo'lgan yo'qotishlarning oldini olish uchun jami talabni tartibga solib turadigan faol davlat siyosati zarur. Shuning uchun ham Keynsning iqtisodiy nazariyasini ko'p hollarda jami talab nazariyasi deb yuritiladi. Jami talab komponentlari, ayniqsa investitsiyalarning o'zgarishi makroiqtisodiy beqarorlik sabablaridan biridir.

Narxlarning muvozanatli darajasi deganda shunday narx darajasi tushuniladiki, unda yalpi talab va taklif hajmi bir-biriga mos kelishi yoki teng bo'lishi kerak.

IS egri chizig'i bozordagi tovar va xizmatlar muvozanatini aks ettiradi, LM esa bozorda real pul qoldiqlar muvozanatini aks ettiradi, buning natijasida, qachonki narx darajasi belgilangandagina IS-LM birgalikda foiz stavkasi va milliy daromad qisqa vaqt ichida ishga tushirilishini aniqlaydi. O'z navbatida IS-LM modelining 2 muhim masalalarini tahlil qilish zarur.

Birinchidan, milliy daromadning potensial o'zgarishlar sababini ko'rib chiqmoq lozim. Biz milliy daromad o'zgarishi salohiyati sabablarini nazarda tutgan holda IS-LM modelining qanday ekzogen o'zgaruvchan holatlari (davlat xaridi, soliqlar va pul ta'minoti) berilganda narx darajasining endogen o'zgaruvchan (foiz stavkasi va milliy daromad) ta'sirini ko'rishimiz mumkin. Shuningdek, tovarlar bozorida (IS egri chizig'i) va pul bozori (LM egri chizig'i) bo'yicha turli qisqa muddatlik foiz stavkasini va milliy daromadga qanday ta'sir qilishini ko'rib chiqish kerak.

Ikkinchidan, IS-LM modelining jami talab va jami taklif modeli bilan moslashishini ko'rib chiqish zarur. Shu jumladan, biz IS-LM modelining jami talab yig'indisini va o'rnini tushuntirish nazariyasini ta'minlab beramiz. Bu yerda biz o'z taxminlarimizni susaytirishimiz va belgilangan narxlar darajasini va IS-LM modelidagi narxlar darajasini va milliy daromad o'rtasidagi salbiy munosabatni nazarda tutgan holda ko'rsatishimiz kerak. Model bizga yana jami talabning qanday yonalishda kengayishini aytib berishi mumkin.

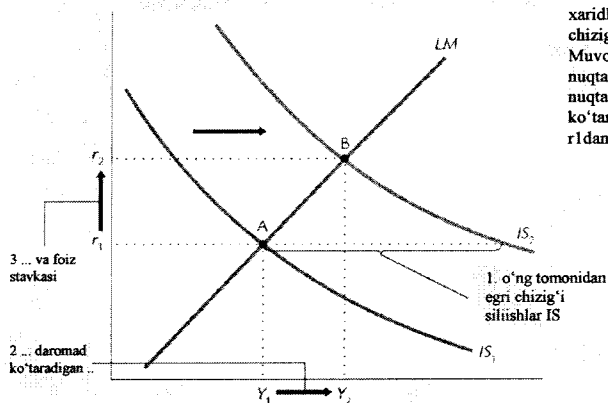
27.2. IS-LM modelining asosiy tenglamalari.

IS egri chizig'i va LM egri chizig'ining kesishgan nuqtasi milliy daromad darajasini belgilaydi. Agar bir egri chiziqda siljish ro'y bersa, qisqa davr ichida iqtisodiyot muvozanati o'zgarishi va milliy daromad tebranishi vujudga keladi. Bu bo'limda biz bu egri chiziqning kesishishlari qanday siyosiy o'zgarishlar va iqtisodiy shok holatiga olib kelishini ko'rib chiqamiz. Qanday tarzda fiskal siyosat IS egri chizig'ini siljitadi va qisqa davrda muvozanatni o'zgartiradi?

Avvalambor, biz fiskal siyosat o'zgarishlari (davlat xaridlari va soliqlar) qanday qilib qisqa muddat ichida iqtisodiyot muvozanatini o'zgartirishi mumkinligini o'rganishni boshlaymiz. Fiskal siyosat o'zgarishi rejalashtirilgan xarajatlarga ta'sir etishi mumkinligini va shu bilan birga IS egri chizig'ining siljitishga olib kelishini eslatib o'tamiz. Qanday qilib IS egri chizig'ining daromad va foiz stavkasiga ta'sir qilishini IS-LM modeli ko'rsatib o'tadi.

Davlat xaridlari sohasidagi o'zgarishlar. Davlat xaridlarini o'sish sur'atini ΔG ko'rib chiqamiz. Keynes rasmsida bizga davlat xaridlari xilma-xilligini, ΔG o'sishi daromad o'sish darajasini ΔY ko'rsatib o'tadi. Shuning uchun 27.1-rasmda IS egri chizig'i o'ng tarafga siljishi ko'rsatilgan.

Rasmi - 1



IS-LM modelida davlat xaridlari o'sishi. Davlat xaridlari o'sishi IS egri chizig'ini o'ng tarafga siljitadi. Muvozanat A nuqtadan B nuqtaga siljiydi. Daromad Y_1 nuqtadan Y_2 nuqtaga ko'tariladi. Foiz stavkasi r_1 dan r_2 gacha ko'tariladi

27.1-rasm. IS egri chizig'i

Iqtisodiyotda muvozanat A nuqtadan B nuqta tomon harakat qiladi. 27.1-rasmda nima sodir bo'layotganini tushunish uchun, oldingi bobdagi IS – LM modeli - Keynes xochi va likvidlilik afzallik nazariyasini ko'rib o'tamiz.

Davlat tovar xaridi va xizmatlari ortganda, rejalashtirilgan xarajatlar ham oshadi. Rejalashtirilgan xarajatlar tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishini rag'batlantiradi va umumiy daromad Y o'sadi. Bu ta'sir Keynes xochidan bizga tanish bo'lishi kerak. Likvidlikning afzallik nazariyasida tasvirlanganidek, endi pul bozorini ko'rib chiqamiz. Iqtisodiyotda pulga talab daromadga bog'liq bo'lgani uchun, umumiy daromad o'sishi pul miqdorini har bir foiz stavkasida o'sadi. Pulga yuqori talab, muvozanat foiz stavkasini o'sishiga olib keladi, ammo

pulga taklif o'zgarmaydi. Pul bozorida foiz stavkasi qancha yuqori bo'lsa, bu o'z navbatida ishlab chiqarish xarajatlarining oshishiga, bu esa tovarlar narxining qimmatlashishiga olib keladi. Foiz stavkalarining yuqoriligi firmalarning investitsion faolliligini susayishiga olib keladi. Bu investitsion faollikning susayishi qisman davlat tomonidan xaridlarni oshirilishi bilan qo'llab-quvvatlanadi. Gorizontallik IS egri chizig'ining og'ishi, Keynes xochidagi daromad o'sishi muvozanati bilan teng bo'ladi. IS-LM modelidagi muvozanat modelning o'sishi miqdorida ancha ko'proq hisoblanadi. Investitsiyalarning siqib chiqarilishi foiz stavkalarining oshishi bilan farqlanadi.

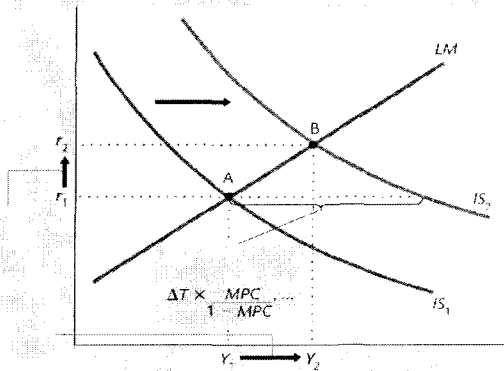
Soliqdagi o'zgarishlar. IS-LM modelidagi soliqning o'zgarishi, soliqdagi o'zgarishlar iqtisodiyotga o'z ta'sirini ko'rsatganidek, davlat xaridlarining o'zgarishi, istisno tarzida soliqlar va iste'mol xarajatlariga ta'sir etadi. Misol uchun, ko'rib turganimizdek, ΔT soliqlarning kamayishi iste'molchilarni ko'proq iste'mol qilishlari uchun zamin yaratadi va rejalashtirilgan xarajatlarning oshishiga sabab bo'ladi. Keynes xochidagi soliq koeffitsiyenti shuni ko'rsatadiki, ushbu o'zgarishlar daromad darajasini foiz stavkasini $\Delta T \times MPC / (1 - MPC)$ siyosatini o'zgartiradi. Shuning uchun 27.2-rasmda ko'rsatilganidek, IS egri chizig'i o'ng tomonga kengayib og'ib tushgan. Iqtisodiyotda muvozanat A nuqtadan B nuqtaga siljishi kuzatiladi. Soliqlarning pasayishi foiz stavkalari va daromadning o'sishiga olib keladi. Yani foiz stavkalarining o'sishi sababli investitsiyalar chiqib ketishi mumkin, Keynes xochiga ko'ra, IS-LM modelida daromadlar kamin.

Monetar siyosat qanday qilib LM egri chizig'ini siljitadi va qisqa davrda muvozanatni o'zgartiradi?

Keling, endi monetar siyosatning ta'sirini ko'rib chiqaylik. Pul taklifini o'zgarishi daromadning har qanday darajasiga ta'sir etadi. Shuningdek, pul bozorida muvozanat foiz stavkasi o'zgarishiga olib keladi va shu tariqa LM egri chizig'i siljiydi.

Pul ta'minoti o'sishini ko'rib chiqaylik. M ortishi real pul M/P qoldiqlarini o'sishiga olib keladi, narxlar darajasi P qisqa muddatda belgilanadi.

Rasm - 2

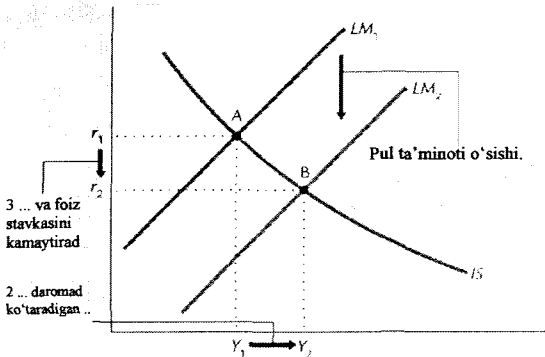


IS-LM modelida soliqlar kamayishi soliqlarning pasayishi IS egri chizig'ini o'ngga siljitadi muvozanat A nuqtadan B nuqtaga harakatlanadi. Daromad Y1dan Y2 gacha ortadi va foiz stavkasi r_1 dan r_2 gacha oshadi.

27.2-rasm. IS-LM modeli

Likvidlikning afzallik nazariyasi shuni ko'rsatadiki, daromadning har qanday darajasi uchun, real pul qoldig'i ko'payishi foiz stavkasi kamayishiga olib keladi. Shuning uchun, LM egri chizig'i 27.3-rasmdagi kabi, muvozanat A nuqtadan B nuqta tomon og'adi. Pul massasining ko'tarilishi foiz stavkasini kamaytiradi va daromad darajasini ko'taradi.

Rasm - 3



IS-LM modelida pul taklifi oshishi. Pul taklifidagi oshish LM egri chizig'ini pastga ko'chiradi. Muvozanat nuqta A dan B nuqtaga ko'chadi. Daromad Y_1 dan Y_2 ga ko'tariladi va foiz darajasi r_1 dan r_2 ga ko'tariladi.

27.3-rasm. IS-LM modelida pul taklifi oshishi

IS-LM (investitsiya - jamg'armalar, likvidlilikning afzalligi - pul) modeli foiz stavkasi R bilan daromadlar Y ning bir vaqtning o'zida har ikkala bozorda muvozanatni ta'minlaydigan kombinatsiyalarini topish imkonini beradi.

Modelning asosiy tenglamalari quyidagilar:

1. $Y=C + I + G + X_n$ — asosiy makroiqtisodiy ayniyat;
2. $C = a+b (Y-T)$ — iste'mol funksiyasi, bu yerda $T = T_a + tY$;
3. $I = e-dR$ — investitsiya funksiyasi;
4. $X_n = d - m'Y - nR$ — sof investitsiya funksiyasi;
5. $M/P = kY - hR$ — pulga talab funksiyasi.

IS-LM modelida ko'rilgan barcha tenglamalar bajarilsa muvozanatga erishiladi.

Modelning endogen o'zgaruvchilari Y, C, I, X_n va foiz stavkasi R.

Modelning ekzogen o'zgaruvchilari G, M_s va chegaraviy soliq stavkasi t.

a, b, c, d, m', n, k va h empirik koeffitsiyentlar bo'lib, musbat va nisbatan barqarordir.

Y haqiqiy < Y potensial bo'lgan qisqa muddatli davrga muvozanat ko'rib chiqilayotganda, modelda, baholar darajasi o'zgarmas, foiz stavkasi R va daromad Y o'zgaruvchan deb olinadi.

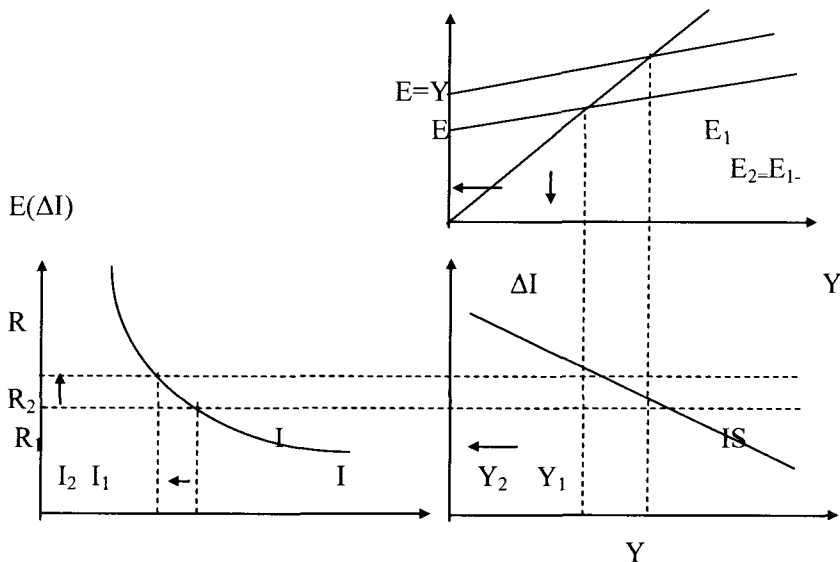
Y haqiqiy = Y potensial bo'lgan, ya'ni to'liq bandlik sharoitida baholar darajasi R o'zgaruvchan, M_s nominal kattalik va boshqa barcha o'zgaruvchilar real kattaliklardir.

27.3. IS - egri chizig'i va uning tenglamasi

IS-egri chizig'i tovarlar xizmatlar bozorida foiz stavkasi R va daromadlar darajasi Y ning kombinatsiyalarini xarakterlovchi, bir vaqtning o'zida asosiy makroiqtisodiy ayniyat, iste'mol, investitsiya va sof eksport funksiyalari qondiriladigan nuqtalarning geometrik joylashuvini xarakterlaydi. Iqtisodiyotdagi muvozanat yoki tovar pul muvozanatiga erishishda investitsiya va jamg'armalarning YaIM bilan bog'liqligi tushuntiriladi. Bu bog'liklik shuni ko'rsatadiki, banklar foiz stavkalarini pasaytirib borishi bilan YaIM hajmi ham ko'payib boradi.

Ya'ni, milliy iqtisodiyot moliyaviy "kislородni" ko'proq olish natijasida YaIM ishlab chiqarish ham ko'payib boradi. IS-egri chizig'i tovarlar hizmatlar bozorida foiz stavkasi R va daromadlar darajasi Y ning kombinatsiyalarini xarakterlovchi, bir vaqtning o'zida asosiy makroiqtisodiy ayniyat, iste'mol, investitsiya va sof eksport funksiyalari qondiriladigan nuqtalarning geometrik joylashuvini xarakterlaydi. Bu egri chiziqning har bir nuqtasida investitsiyalar va jamg'armalar o'zaro teng bo'ladi.

IS-egri chizig'ini Keynes xochi va investitsiya funksiyasi grafigi yordamida keltirib chiqaramiz.



27.4-rasm. IS-egri chizig'ini Keynes xochi

Foiz stavkasining R_1 dan R_2 ga qadar ko'tarilishi investitsiyalar miqdorini I_1 dan I_2 ga qadar kamayishiga olib keladi. Bu haqiqiy xarajatlar egri chizig'ini E_1 dan E_2 ga qadar pastga tomon $\Delta E = \Delta I$ ga teng miqdorda surilishiga olib keladi. Oqibatda daromadlar miqdori Y_1 dan Y_2 qadar $\Delta Y = \Delta E \times m$ miqdorga pasayadi, bu yerda $(m = 1/(1-b(1-T)+m'))$.

Demak tovarlar va xizmatlar bozorida daromadlar darajasi va foiz stavkasi dinamikasi o'rtasida teskari bog'liqlik mavjud.

R o'zgarmagan holda IS egri chizig'ining o'ngga yoki chapga siljishi quyidagi omillar ta'sirida ro'y beradi:

- iste'mol xarajatlari darajasi;
- davlat xaridi darajasi;
- sof soliqlar (soliqlar - subsidiyalar - transfertlar);
- investitsiyalar hajmining (R ning mavjud stavkasida) o'zgarishi.

IS tenglamasini iste'mol, investitsiya va sof eksport funksiyalari tenglamalarini asosiy makroiqtisodiy ayniyatga qo'yib, uni R va Y ga nisbatan yechib topiladi.

R ga nisbatan topilgan IS tenglamasi:

$$R = \frac{a + e + g}{d + n} - \frac{1 - b(1 - t) + m'}{d + n} Y + \frac{1}{d + n} G - \frac{b}{d + n} T_a ,$$

bu yerda $T = T_a + t Y$

Y ga nisbatan topilgan IS tenglamasi:

$$Y = \frac{a + e + g}{1 - b(1 - t) + m'} - \frac{1}{1 - b(1 - t) + m'} G - \frac{b}{1 - b(1 - t) + m'} T_a - \frac{d + n}{1 - b(1 - t) + m'} R ,$$

bu yerda $T = T_a + t Y$

$(1 - b(1 - t) + m') / (d + n)$ IS egri chizig'ining Y o'qiga nisbatan og'ish burchagini ko'rsatadi va fiskal hamda pul kredit siyosati samaradorligini nisbiy parametrlaridan biri hisoblanadi.

27.4. LM - egri chizig'i va uning tenglamasi

LM egri chizig'i o'zgarmas narxlar sharoitida pul vositalari bozorida vujudga keladigan foiz stavkasi va daromadlar darajasi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni aks ettiradi. LM egri chizig'ining har bir nuqtasida pulga talab M_d pul taklifi M_s ga teng bo'ladi (liquidity Preference = Money Supply). Pul bozorida bunday muvozanatga daromad Y ning oshishi bilan foiz stavkasi R ko'tarilishiga erishiladi.

Ma'lumki, pulga talab miqdoriga foiz stavkasidan tashqari daromadlar darajasi ham ta'sir ko'rsatadi. Daromadlar yuqori bo'lsa, xarajatlar ham ko'p bo'ladi. Bu esa, o'z navbatida iste'mol va boshqa xarajatlar uchun pulga talabni oshishiga olib keladi. Shunday qilib, daromadlar darajasining yuqoriroq bo'lishi pul talabini oshiradi. Boshqacha aytganimizda, daromad va pulga talab dinamikasi o'rtasida to'g'ri bog'liqlik mavjud.

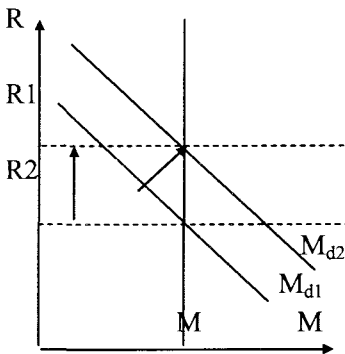
Pulga talab funksiyasini quyidagicha yozamiz:

$$M/R = f(R; U)$$

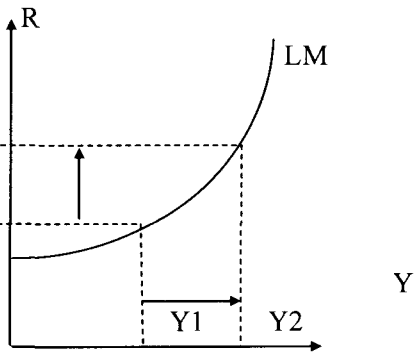
Pul bozori holatini belgilovchi ko'rsatkichlar o'rtasidagi bunday o'zaro munosabatlarni 27.5, 27.6-rasmlarda tasvirlaymiz. 27.5-rasmdan ko'rinib turibdiki, pulga bo'lgan talab, foiz stavkasi pasayishi bilan, shuningdek, daromadlar ko'payishi natijasida ham oshadi. Daromadlarning oshishi natijasida pulga talab egri chizig'i M_{d1} yuqori surilib, M_{d2} holatini egallaydi va unda pul bozorida muvozanat nuqtasi, r_1 holatidan r_2 holatiga o'tadi.

Shunday qilib, yuqoriroq daromad yuqoriroq foiz stavkasiga olib keladi va buni LM egri chizig'i aks ettiradi. U pul bozorida foiz stavkasi va daromad o'rtasidagi munosabatlarni ko'rgazmali tarzda ifodalaydi. Daromad darajasi qancha baland bo'lsa, pulga bo'lgan talab shuncha yuqori va shunga muvofiq muvozanatli foiz stavkasi ham shuncha yuqori bo'ladi.

LM egri chizig'i o'ziga xos konfiguratsiyaga ega: gorizontaal qism va vertikal qism. LM egri chizig'ining gorizontaal qismi foiz stavkasi R ning minimal darajasidan pasaya olmasligini anglatadi, vertikal qism foiz stavkasi R ning maksimal darajasi chegarasidan tashqarida hech kim o'z mablag'larining likvid (pul) shaklida ushlab turmasligini va ularni qimmatli qog'ozlarga aylantirishini anglatadi.



27.5-rasm. Pul bozorida muvozanat grafigi



27.6-chizm. LM egri chizig'i grafigi

LM egri chizig'i o'ziga xos: gorizontaal va vertikal konfiguratsiyaga ega. LM egri chizig'ining gorizontaal kesmasi foiz stavkasi foiz stavkasi R min darajadan pastga tushishi mumkin emasligini ko'rsatadi. Egri chiziqning vertikal kesmasi foiz stavkasining maksimal daraja R_{max} chegarasidan tashqarida hech kim jamg'armalarini likvid (pul) shaklida ushlab turmaydi va ularni qimmatli qog'ozlarga aylantiradi. Baholarning o'zgarishi hamda pul taklifi hajmidagi o'zgarishlar LM egri chizig'ining o'ngga yoki chapga siljishiga olib keladi.

LM egri chizig'i tenglamasi pulga talab funksiyasini R va Y ga nisbatan yechib topiladi.

R ga nisbatan LM egri chizig'i tenglamasi quyidagicha:

$$R = (k/h)Y - (1/h)(M/P).$$

Y ga nisbatan LM egri chizig'i tenglamasi quyidagicha:

$$Y = (1/k) (M/P) + (h/k) R.$$

k/h koeffitsiyenti LM egri chizig'ining Y o'qiga nisbatan og'ish burchagini xarakterlaydi hamda fiskal va pul kredit siyosatining nisbiy samaradorligini baholaydi.

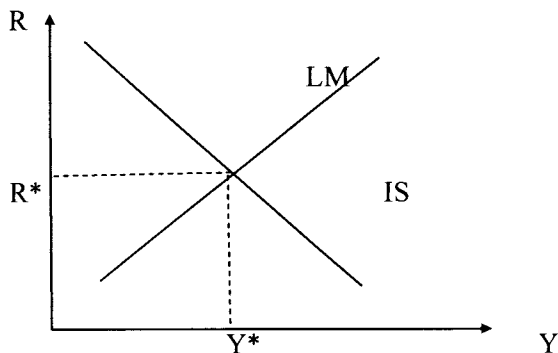
Shunday qilib, LM egri chizig'i o'zgarmas narxlar sharoitida pul vositalari bozorida vujudga keladigan foiz stavkasi va daromadlar darajasining kombinatsiyalarini ko'rsatadi. LM egri chizig'ining har bir nuqtasida pul bozorida talab va taklif o'zaro teng bo'ladi.

27.5. IS-LM modelida makroiqtisodiy muvozanat

Bozor iqtisodiyoti sharoitida makroiqtisodiy muvozanatga erishishning roli va ahamiyati benihoya kattadir. Makroiqtisodiy muvozanat mamlakat iqtisodiyotining to'g'ri yoki noto'g'ri yo'ldan borayotganligini ko'rsatuvchi omillardan biri bo'lib hisoblanadi. Chunki, iqtisodiyotda bo'layotgan doimiy o'zgarishlar xar qanday mamlakatni ham iqtisodiy muvozanatdan chiqarib yuborishi mumkin.

Iqtisodiy tizimlardagi og'ish tovarlar va hizmatlar taqchilligini yoki ortiqcha ishlab chiqarilganligini, inflyatsiya, ishsizlik va shunga o'xshash boshqa salbiy hodisalar sifatida namoyon bo'ladi. Ular iqtisodiyot samaradorligining pasayishiga va aholi turmush tarzini tushib ketishiga olib keladi. Shu sababli ham iqtisodiy muvozanat muammolarini tadqiq qilish eng muhim vazifalardan biri bo'lib hisoblanadi.

IS-LM egri chiziqlari kesishadigan nuqta IS-LM modelidagi iqtisodiy muvozanat holatini ko'rsatadi. Bu nuqta o'zida shunday foiz stavkasi «R» ni va daromad darajasi «Y» ni aniqlaydiki, bunda tovarlar va hizmatlar bozorida talab va taklif hamda real pul mablag'lariga bo'lgan talab va ularning taklifi o'zaro teng bo'ladi. (27.7- rasm.)



27.7-rasm. IS – LM modelidagi iqtisodiy muvozanat

Bu yerda: R^* -muvozanatli foiz stavkasi; Y^* - muvozanatli daromad hajmi.

IS va LM egri chiziqlarining o‘zaro kesishishi pul taklifi investitsiyalar va jamg‘armalarni o‘zaro tenglashtiruvchi foiz stavkasi shakllanishi uchun yetarli ekanligini anglatadi.

IS egri chizig‘i rejalashtirilgan xarajatlarga bog‘liq bo‘lganligi uchun uning o‘zgarishi fiskal siyosatidagi o‘zgarishlarni xarakterlaydi. LM pul taklifiga bog‘liq bo‘lganligi uchun undagi o‘zgarish monetar siyosat tadbirlari natijasini ko‘rsatadi.

Bundan xulosa shuki IS-LM modeli fiskal va monetar siyosatning iqtisodiyotga birgalikda ko‘rsatadigan ta‘sirini baholash imkonini beradi. Davlat xarajatlarining o‘sishi yoki soliqlarning kamayishi IS egri chizig‘ini o‘ngga siljitadi. Davlat xarajatlarining kamayishi va soliqlarning oshishi esa bu egri chiziqni chapga siljitadi. Xuddi shuningdek, pul taklifining oshishi LM egri chizig‘ini o‘ngga, kamayishi esa chapga siljitadi. IS-LM modeli ma‘lum makroiqtisodiy natijalarga erishishning turli variantlarni ko‘rib chiqish imkoniyatini beradi. Bir bozorda bo‘lgan o‘zgarish ikkinchi bozorga ham ta‘sir etadi. Masalan Markaziy bank ochiq bozordan obligatsiyalar sotib ola boshladi. Natijada pul taklifining ko‘payishi (LM egri chizig‘ini o‘ngga siljishida aks etib) foiz stavkasining pasayishini keltirib chiqaradi. Monetar impuls ta‘sirida, ya‘ni, foiz stavkasining pasayishi oqibatida investitsiya

xarajatlari ko‘payadi va IS egri chizig‘i ham o‘ngga siljib yangi nuqtada muvozanat o‘rnatiladi.

Agar modelda muvozanati LM egri chizig‘ining gorizontal (keyns) kesmasida yuzaga kelsa pul massasining ko‘paytirilishi investitsiyalar, ishlab chiqarish va bandlilikning o‘shishiga olib kelmaydi. Bu iqtisodiy tizimda aloqalar buzilganligidan dalolat beradi. Bunda pul taklifining o‘shishi tovarlar bozoriga ta’sir ko‘rsata olmaydi, chunki pul bozorida foiz stavkasini kamaytirishi imkoniyati qolmaydi. Bunday vaziyat likvidlilik tuzog‘i nomini olgan.

“Likvidlilik tuzog‘i vaziyatida kredit (monetar) siyosat yalpi talab va milliy daromadni rag‘batlantirish vositasi sifatida kutilgan samarani keltirib chiqarmaydi va shu sababli, keynschilar fikriga ko‘ra, (ixtiyorimizda) faqat bir dastak - soliqlar va hukumat xarajatlari orqali yalpi talabga bevosita ta’sir ko‘rsatadigan fiskal siyosatgima qoladi”^{*}.

Agar modelda IS egri chizig‘i LM egri chizig‘ining vertikal kesmasidan kesib o‘tganda yuz bergan bo‘lsa pul taklifini oshirish milliy daromadning o‘shishigava foiz stavkasining pasayishiga olib keladi. Aksincha, davlat xarajatlarining oshirilishi esa, keynschilar fikriga ko‘ra, bu kesmada yalpi talabga va milliy daromad hajmiga ta’sir ko‘rsatmaydi.

Agar IS egri chizig‘i vertikal ko‘rinishda bo‘lsa, ya’ni investitsiyalarga talab foiz stavkasi o‘zgarishiga ta’sirchan (elastik) bo‘lmagan, masalan investorlar kelajakdagi bozor konyunkturasining noaniqligi sababli o‘z investitsiyalari istiqboliga tushkun baho bersalar investitsion tuzoq yuzaga keladi. Investitsion tuzoq shuni anglatadiki, IS egri chizig‘i vertikal bo‘lganda LM egri chizig‘ining siljishlari real daromad miqdorini o‘gartirmaydi. Bu holatda pul-kredit siyosati yalpi talab va milliy daromad hajmiga hech qanday ta’sir ko‘rsatmaydi, fiskal siyosat esa samarali bo‘ladi.

Demak pul- kredit siyosati foiz stavkalari yuqori bo‘lganda samarali bo‘ladi. Fiskal siyosat esa foiz stavkasi minimal, ya’ni LM egri chizig‘i gorizontal, IS egri chizig‘i esa vertikal bo‘lganda samaraliroq bo‘ladi.

^{*}Ивашковский С.Н. Макроэкономика: Учебник.-2-е изд., доп.- М.: Дело, 2002, с. 219 .

Model yordamida makroiqtisodiy siyosat variantlarini tanlash, shuningdek, usullarini muvofiqlashtirilgan holda qo'llash va siqib chiqarish samaralarini kamaytirish yo'llarini tahlil etish mumkin.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. IS-LM modeli qanday maqsadga hizmat qiladi va unga ehtiyojni qanday asoslab berish mumkin?

2. IS-LM modelining asosi bo'lgan tenglamalarni sanab bering va ularga tavsif bering.

3. IS egri chizig'ining mohiyati nimada va qanday keltirib chiqariladi?

4. LM egri chizig'ining asosiy o'zgaruvchilari nimalardan iborat va u qanday keltirib chiqariladi?

5. IS egri chizig'i tenglamasidagi qaysi parametr fiskal va pul kredit siyosatining nisbiy samaradorligini belgilaydi va nima sababli?

6. Modelda makroiqtisodiy siyosat yuzaga kelishining shartlari qanday va u siyosatga qanday ta'sir ko'rsatadi?

8. "Investitsion tuzoq" atamasi qo'llaniladigan makroiqtisodiy vaziyatni tavsiflab bering.

9. Soliqlarning tushishini foiz stavkasi, daromad, iste'mol va investitsiyaga ta'sirini izohlang.

10. Pul taklifini tushishini foiz stavkasi, daromad, iste'mol va investitsiyaga ta'sirini izohlang.

XXVIII BOB. IQTISODIY O'SISH VA UNING MODELLARI

28.1. Iqtisodiy o'sishning umumiy tavsifi

Iqtisodiy o'sish — bu obyektiv qonuniyat bo'lib, aholining o'sishi, FTT, ishlab chiqarish hajmining ma'lum bir vaqt davomida o'sishi kabi jarayonlar bilan bog'langan. Iqtisodiy o'sish jami taklifning o'sishini yoki boshqacha aytganimizda, potensial YaIM hajmining oshishini bildiradi. Shunday qilib, iqtisodiy o'sish nafaqat ishlab chiqarishning o'sishini, balki iqtisodiyot potensialining o'sishini ham bildiradi.



28.1-rasm. Makroiqtisodiy barqarorlikning asosiy belgilari

Iqtisodiyotning barqarorligi aholi turmush darajasining yaxshilanishi va barcha sohalarning taraqqiy etishini ta'minlaydi. Shu sababli, iqtisodiy o'sish muammolari dunyo olimlari, siyosatchilarining diqqat markazidagi mavzulardan biri bo'lib kelmoqda. Iqtisodiy o'sish

sur'ati darajasi mamlakatda olib borilayotgan makroiqtisodiy siyosatga bog'liq hisoblanadi. Iqtisodiy o'sishni ta'minlashda iqtisodiy siyosatning dastaklaridan foydalaniladi.

Iqtisodiy o'sishda nafaqat mamlakat real daromadlarining o'sishi, shuningdek, jon boshiga to'g'ri keladigan real daromadlarning o'sishi ham tushuniladi.

Iqtisodiy o'sish ikki xil usul bilan aniqlanadi va o'lchanadi. Birinchi usul, YaIM (SIM)ni o'tgan davrga nisbatan o'zgarishi sifatida aniqlanadi va mamlakatning umumiy iqtisodiy imkoniyatlari harakatini aniqlash uchun ishlatiladi.

Ikkinchi usul, real YaIM (SIM)ning o'tgan davrga nisbatan aholi jon boshiga o'zgarishi sifatida aniqlanadi.

Iqtisodiy o'sishni aniqlash va asoslab berish jarayonlarida quyidagilarga e'tibor berish kerak:

1) Iqtisodiy o'sishni o'lchash;

2) O'sish omillari;

3) Iqtisodiy o'sish modellari.

Milliy iqtisodiyot o'sishini o'lchashda jami daromadlarning (mahsulotlarning) har xil indikatorlaridan foydalanish mumkin. Umumiy o'sish darajasi aslida YaIM miqdori bilan belgilanadi. Shuningdek, bu ko'rsatkichlar miqdori va bajarayotgan vazifasiga qarab YaIM yoki MD ham bo'lishi mumkin. Bu ko'rsatkichlarning barchasi bir-biriga juda ham yaqin. YaMD YaIM kabi ushbu mamlakat aholisi olayotgan daromadlar miqdorini ko'rsatadi. Shuning uchun ham undan aholi jon boshiga to'g'ri keladigan daromadlar dinamikasi va darajasini aniqlayotganda foydalanish mumkin. Iqtisodiy o'sish nazariyasi va

modellarida umumiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning farqi unchalik katta ahamiyatga ega emas. Chunki, ularning farqi iqtisodiy o'sish chegarasi va omillari o'sish darajasini tahlil qilishda hal qiluvchi jarayon hisoblanmaydi.

Iqtisodiy o'sish nazariyasida daromadlar iste'mol va investitsiyalarga bo'linadi:

$$Y = S + I$$

Davlat xarajatlari va sof eksport ko'rsatkichlari ham iste'mol va investitsiyalar tarkibiga kiritib yuboriladi.

Mutlaq miqdordagi ko'rsatkichlar dinamikasi Y (t -vaqt indeksi) va jon boshiga to'g'ri keladigan ko'rsatkichlar hirgalikda o'sish jarayonini bildiradi. Iste'mol hajmi (S) iqtisodiyotning provard maqsadini va yashash darajasi oshishini bildirsa, investitsiyalar esa resurs imkoniyatlarining o'sishi va texnik yangiliklarning moddiylashishini anglatadi.

Iste'mol va investitsiya o'rtasida yetarlicha muqobillik mavjud, chunki, joriy iste'mol miqdorining oshishi investitsiyalarning daromaddagi ulushini pasaytirish iqtisodiy o'sish imkoniyatlarini qisqartiradi.

Har bir mamlakat iqtisodiy o'sishga intiladi, chunki iqtisodiy o'sish, birinchidan, milliy mahsulot hajmi va daromadning ko'payishiga, ikkinchidan, resurslardan samarali foydalanishga, uchinchidan, yangi-yangi ehtiyojlar va imkoniyatlarning paydo bo'lishiga, to'rtinchidan, xalqaro bozorlarda mamlakat obro'sining oshishiga olib keladi.

Iqtisodiy o'sish usullaridan to'g'ri va o'z o'rnida foydalanish katta ahamiyatga ega. Masalan, mamlakat harbiy salohiyatini aniqlash va rivojlantirish muammosi qaralayotganda YaIM hajmining o'sishi, mamlakat aholisining turmush faoliyati taqqoslanayotganda aholi jon boshiga to'g'ri keladigan ko'rsatkichlardan foydalanish maqsadga

muvofigdir. Amaliyotda iqtisodiy o'sishning ikki xil ko'rinishi farqlanadi: haqiqiy va potensial.

Haqiqiy iqtisodiy o'sish – bu statistika organlari tomonidan muntazam nashr etiladigan YaIM yoki boshqa makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning haqiqiy yillik ko'payishidir.

Potensial iqtisodiy o'sish – bu iqtisodiyot o'sishi mumkin bo'lgan tezlikdir.

Potensial iqtisodiy o'sishni ta'minlovchi omillar bo'lib quyidagilar hisoblanadi:	resurslarning ko'payishi;
	samaradorlikni oshishi.

28.2. Iqtisodiy o'sish omillari va tiplari

Iqtisodiy o'sish jami taklifning o'sishini yoki boshqacha aytganimizda, haqiqiy va potensial YaIM hajmining oshishini bildiradi. Iqtisodiy o'sish muammosini o'rganish natijasida real ishlab chiqarish tizimi duch keluvchi – cheklangan resurslardan samarali foydalanish muammosiga yechim topiladi. Demak, iqtisodiy o'sish omillari va ular samaradorligini o'rganish hamda tahlil qilish jamiyat oldidagi eng dolzarb muammolardan biridir.

Real ishlab chiqarish hajmlarining uzoq muddatli o'sishi sur'atlarini, ko'lamlarini, samaradorligi va sifati oshishini belgilovchi hodisa va jarayonlar iqtisodiy o'sish omillari deyiladi.

Iqtisodiy o'sish omillari ikki guruhga ajratiladi:

Birinchi guruh omillari iqtisodiy o'sishni fizik (ashyoviy) jihatdan ta'minlaydi. Bu guruhga ishlab chiqarish omillari kiritiladi:

- tabiiy resurslar soni va sifati;
- mehnat resurslari soni va sifati;
- asosiy kapital hajmi;
- texnologiyalar va ishlab chiqarishni tashkil etish;

- jamiyatda tadbirkorlik malakalarining rivojlanishi darajasi.

Ikkinchi guruhga omillari jamiyatdagi iqtisodiy o'sish potensialini yuzaga chiqarish imkonini beruvchi omillar – talab va taqsimot omillari (bilvosita omillar) kiritiladi:

- bozorning monopollashuvi darajasini pasayishi;
- iqtisodiyotdagi soliq muhiti;
- kredit-bank tizimi samaradorligi;
- iste'mol, investitsiya va davlat xarajatlarining o'sishi;
- eksport hajmining o'sishi;
- iqtisodiyotda ishlab chiqarish resurslarini qayta taqsimlash imkoniyatlari;
- daromadlarni taqsimlashning shakllangan tizimi.

Agar o'sish qo'shimcha resurslarni jalb etish hisobiga ta'minlansa va jamiyatdagi resurslardan foydalanishning shakllangan o'rtacha samaradorligi darajasini oshirmasa ekstensiv iqtisodiy deb ataladi.

YaIMning o'sishi iqtisodiyotda band bo'lganlar sonidan yuqori sur'atga ega bo'lsa intensiv iqtisodiy o'sish ro'y beradi. "Iqtisodiy o'sishning intensiv tipi ishlab chiqarish samaradorligining oshishiga bog'liq. U foydalanilayotgan resurs birligiga to'g'ri keladigan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishni, ishlab chiqarishning texnik xususiyatlarini yaxshilashni ko'zda tutadi.

Iqtisodiy o'sishning bu ikki tipi sof holda ro'y bermaydi. Iqtisodiy o'sish uni ta'minlashdagi intensiv yoki intensiv omillarning ulushi darajasiga qarab ko'proq ekstensiv, yoki ko'proq intensiv bo'lishi mumkin.

28.3. Iqtisodiy o'sishning keynscha modellarining umumiy tavsifi. E.Domar modeli.

Iqtisodiy o'sish modellari yalpi ishlab chiqarishning uzoq muddatli ko'payishi taklif omillariga tayangan holda tahlil etish imkonini beradi.

Iqtisodiy o'sishning keynscha va neoklassik modellari mavjud. Keynscha modellarning mohiyati quyidagicha:

- 1) ularning barchasi Keynsning yalpi talab to'g'risidagi bosh g'oyasiga tayanadi. Ya'ni ularni tuzishda mualliflar iqtisodiyotni uzoq muddatli mutanosib rivojlanishining hal qiluvchi sharti yalpi talabni oshirish deb qarashgan;
- 2) iqtisodiy o'sishning asosiy omill investitsiyalar hisoblanadi, boshqa ishlab chiqarish omillari e'tiborga olinmaydi;

Keynscha iqtisodiy o'sish modelidan soddarog'i 40-yillarda E. Domar tomonidan taklif etilgan model hisoblanadi.

E.Domar investitsiyalarni ham talab ham taklif omill deb qaraydi. Ya'ni investitsiyalar nafaqat multiplikativ ta'sir ko'rsatib yalpi talabni oshiradi, balki ishlab chiqarish quvvatlarini yuzaga keltirib, ishlab chiqarishni rivojlantiradi, tovarldar taklifini oshiradi. Shunday ekan, yalpi talabning o'sishi yalpi taklifning o'sishiga teng bo'lishi uchun investitsiyalar qanday o'sishi kerak degan savol paydo bo'ladi. Bu savolga javob topish uchun Domar uch tenglamani o'z ichiga olgan tenglamalar sistemasini tuzdi:

- 1) taklif tenglamasi;
- 2) talab tenglamasi;
- 3) talab va taklif tengligini ifodalovchi tenglama.

1. Taklif tenglamasida investitsiyalar ishlab chiqarish omillarining qanchaga qo'shimcha o'sishini ko'rsatadi. Agar berilgan sharoitda investitsiyalar I o'ssa, yalpi ishlab chiqarish $\Delta K \alpha$ miqdorga o'sadi:

$$\Delta Y_s = \Delta K \alpha ,$$

ΔK investitsiyalar hisobiga ta'minlanganligi uchun tengikni:

$\Delta Y_s = I \alpha$ deb yozish mumkin.

Bunda,

α – kapital qo'yilmalar (investitsiyalar)ning chegaraviy unumdorligi. Agar bir yilda yalpi ishlab chiqarishni 1 mlrd so'mga oshirish uchun 4 mlrd so'm investitsiya talab etilsa $\alpha = 0,25$ bo'ladi.

$\alpha = \Delta Y_s / I$ bir so'mlik investitsiya hisobiga yaratilgan yangi mahsulot miqdorini ko'rsatadi.

2. Talab tenglamasi quyidagi ko'rinishga ega

$$\Delta Y_d = \Delta I (1/\mu),$$

bu yerda:

$1/\mu$ – xarajatlar multiplikatori,

μ – jamg'arishga chegaralangan moyillik.

Bu tenglama milliy daromad ΔY_d , yoki yalpi talab qo'shimcha investitsiyalarning multiplikativ ko'payishiga teng miqdorda o'sishini ko'rsatadi.

Ishlab chiqarish to'plangan jami kapital bilan ta'minlanishi, milliy daromad esa qo'shimcha investitsiyalarning multiplikativ ta'siri ostida ko'payishi sababli taklif tenglamasida jami investitsiyalar, talab tenglamasida esa qo'shimcha investitsiyalargina ko'rib chiqilaadi.

3. Daromadlar va ishlab chiqarish quvvatlarining qo'shimcha o'sish sur'atlari tengligi tenglamasi:

$$\Delta I (1/\mu) = I \alpha$$

Bu tenglamani yechib quyidagi natijani olamiz:

$$\Delta I / I = \mu \alpha$$

$(\Delta I / I)$ – investitsiyalarning yillik o'sish sur'ati bo'lib, ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish yordamida to'liq bandlilikni ta'minlab turish uchun

$(\mu \alpha)$ miqdorga teng bo'lishi kerak. Bundan xulosa shuki investitsiyalarning mutanosib o'sish sur'ati jamg'arishga chegaralangan

moyillik va investitsiyalarning unumdorligi (kapital qaytimi) darajalarining hosilasi ekan.

Agar $\mu = 0,2$ $\alpha = 0,4$ bo'lsa

$\Delta I / I = 0,2 * 0,4 = 0,08$ yoki 8 %

Demak investitsiyalarning o'sish sur'ati 8% bo'lishi talab etiladi.

E. Domar modelidan kelib chiqadigan umumiy xulosa shuki, iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun investitsiyalar hajmini oshirish, buning uchun esa jamg'arish normasi hamda fan-texnika taraqqiyoti orqali kapitalning samaradorligini oshirish zarur.

28.4. Iqtisodiy o'sishning R. Xarrod modeli.

Agar E. Domar o'z modelida investitsiyalarni ekzogen tarzda berilgan miqdor deb olgan bo'lsa, R.F. Xarrodning 1939-yilda ishlab chiqilgan iqtisodiy o'sish modeliga akselerator prinsipi va tadbirkorlarning kutishiga asoslangan endogen funksiyasi ham kiritildi. Akselerator prinsipiga ko'ra nafaqat investitsiyalar ishlab chiqarishning o'sishini keltirib chiqaradi, balki ishlab chiqarish va daromadlarning o'sgan hajmi ham investitsiya jarayonlarining jadallashishiga olib keladi.

R.Xarrod o'z modeliga uch tenglamani kiritadi:

- 1) kafolatlangan o'sish sur'ati tenglamasi;
- 2) haqiqiy o'sish sur'ati tenglamasi;
- 3) tabiiy o'sish sur'ati tenglamasi.

R Xarrod modelida haqiqiy o'sish sur'ati ishchi kuchining o'sish sur'ati va kapital unumdorligining o'sish sur'ati bilan belgilanadi.

$$G c = s ,$$

bu yerda

G - YaIMning haqiqiy qo'shimcha o'sish sur'ati; $\Delta Y / Y$;

c- ishlab chiqarishning kapital talabchanligi koeffitsiyenti, $I / \Delta Y$;

s- milliy daromaddagi jamg'arish hajmi yoki jamg'arishga o'rtacha moyillik, S / Y ;

Tadbirkorlar dinamik muvozanat ta'minlangan o'sish sur'ati bo'lgan kafolatlangan (prognoz qilingan) o'sish sur'atiga asoslanib o'z investitsiya rejalarini tuzadilar. Kafolatlangan o'sish sur'ati jamg'arishga o'rtacha moyillik darajasini akseleratorga nisbati sifatida aniqlanadi:

$$Gw = s / cr ,$$

bu yerda:

Gw – kafolatlangan o'sish sur'ati

cr – talab etiladigan kapital talabchanlik koeffitsiyenti (o'tgan yillardagi shakllangan darajasi);

Bu ko'rsatkichlar doimiy bo'lganligi sababli kafolatlangan o'sish sur'atlari ham doimiy bo'ladi.

Agar haqiqiy o'sish sur'ati kafolatlangan o'sish sur'atiga mos kelsa iqtisodiyotda barqaror uzluksiz o'sish ta'minlanadi. Amaliyotda bunga doimo erishib bo'lmazligi tufayli qisqa muddatli davriy tebramishlar ro'y beradi.

Xarrod modelida resurslardan to'liq foydalangan sharoitda ta'minlanishi mumkin bo'lgan maksimal o'sish sur'ati tabiiy o'sish sur'ati deb nomlandi.

$$Gn cr = \text{yoki} \neq s$$

Iqtisodiyotning barqaror dinamik muvozanati to'liq bandlilik sharoitida kafolatlangan va tabiiy o'sish sur'atlari o'zaro teng bo'lganda ta'minlanadi. Ammo bunday tenglikka davlatning faol aralashuvi orqaligina erishiladi.

28.5. R.Solouning neoklassik modeli asoslari

Iqtisodiy o'sishning dastlabki neoklassik modellari 1950-1960 yillarda, ya'ni dinamik muvozanat muammosiga e'tibor susaygan va birinchi planga nafaqat foydalanilmagan quvvatlar hisobiga, balki shu bilan birga yangi texnikani joriy qilish, unumdorlikni oshirish va ishlab chiqarishni tashkil qilishni yaxshilash hisobiga potensial mumkin bo'lgan o'sish sur'atlariga erishish muammosi chiqqan davrda paydo bo'ldi. Shu sababli iqtisodiy o'sish muammosining nafaqat nazariy asoslari, balki uni tahlil qilishning uslublari ham o'zgardi. Bu davrda rivojlangan davlatlar iqtisodiyotida yirik firmalarning roli keskin o'sdi. Bu firmalar o'z investitsiyalarini strategik rejalashtirish uchun, iqtisodiy o'sishning neokeynscha modellariga tayangan holda, mikrodarajada o'sishning dinamik modellarini tuza boshlashdi. Yirik firmalarning mustaqil iqtisodiy siyosat yuritishga va iqtisodiy o'sishga erishishga intilishlari neoklassik yo'nalish vakillarini iqtisodiy o'sishning neokeynscha modellariga muqobll bo'lgan o'sish modellarini yaratishga faol kirishishga undadi.

Neoklassik maktab nazariyotchilari iqtisodiy o'sishning neokeynscha nazariyalarini uchi jihat bo'yicha tanqid qildilar:

- birinchidan, ular e'tiborni faqat iqtisodiy o'sishning bir omillga-kapital jamg'arishga (investitsiyalarning qo'shimcha o'sishiga) qaratishdi. Boshqa omillar (ayniqsa texnik taraqqiyot bilan bog'liq bo'lgan holatlar, ya'ni ishchi kuchining ma'lumot darajasi va malakasining o'sishi, ishlab chiqarishni tashkil etishning yaxshilanishi hamda boshqalar) ular e'tiboridan chetda qoldi. Neoklassiklar bo'sh turgan ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish uchun yangi ishchi kuchini jalb qilish hisobiga ham ishlab chiqarishning qo'shimcha o'sishini ta'minlash mumkin deb hisobladilar;

- ikkinchidan, neokeynschilar ishlab chiqarishning kapital talabchanligi koeffitsiyenti- s ($s = I / \Delta Y$)ni o'zgarimas deb qaradilar.

Neoklassik modeilar esa ikki ishlab chiqarish omilini (kapital va mehnatni) hisobga olgan holda va ularning o'zaro bir-birini almashtirishini (substitut ekanligini) ko'zda tutib bu koeffitsiyent o'zgarishi mumkinligini nazarda tutadilar. Bundan esa, ishlab chiqarishning berilgan texnik qurollanishi darajasida, belgilangan ishlab chiqarish hajmiga resurslarning turli kombinatsiyalarini qo'llab erishish mumkin degan xulosa chiqadi;

- uchinchidan, neokeynschilar bozor mexanizmining muvozanatni avtomatik tiklash qobiliyatini yetarlicha baholamadilar. Neokeynschilardan farqli ravishda, neoklassiklar faqatgina raqobatga asoslangan bozor tizimigina iqtisodiy o'sishning balanslashganligini ta'minlashi mumkin deb hisobladilar. Ular iqtisodiy o'sishning balanslashganligini ta'minlash raqobat mexanizmidan tashqari barqaror pul tizimiga ham bog'liq, raqobat mexanizmi va barqaror pul tizimi bozor muvozanatini avtomatik tiklaydi deb hisoblashdilar. Shu sababli ular, davlatning iqtisodiyotga aralashuviga barqarorlikni buzuvchi omil sifatida qarab, inflyatsion davlat xarajatlariga qarshi chiqdilar.

Iqtisodiy o'sish modeilari yalpi ishlab chiqarishning uzoq muddatli ko'payishi taklif omillariga tayangan holda tahlil etish imkonini beradi.

R. Solou modeli 1956-yilda "Iqtisodiy o'sish nazariyasiga hissa" asarida tasvirlab berildi va so'ngra 1957-yilda "Texnik taraqqiyot va agregativ ishlab chiqarish funksiyasi" nomli asarida rivojlantirildi. R.Solou modeli mutanosib iqtisodiy o'sishning zarur sharti yalpi talab va yalpi taklifning tengligi hisoblanadi.

Iqtisodiy o'sishning Solou modelida kapitalning qanday o'sishi, ishchi kuchini o'sishi, texnologiya sohasida iqtisodiyotda bir-biri bilan mulqotga erishish, shuningdek, tovar va hizmatlar ishlab chiqarishning umumiy hajmiga bog'liq. Bizning birinchi qadamimiz kapitalning

jamg'arilish ko'rsatkichlarini tovarlar talab va taklifi hajmini aniqlashdan iborat.

Tovarlar talabi va taklifi. Tovarlar uchun talab va taklif iqtisodiyotni yopiq holatga kelib qolishida markaziy rol o'ynaydi. Shu yopiq iqtisodiyot Solou modeli uchun o'rinlidir. Biz ishlab chiqarish hajmining qanchalik ko'pligini berilgan vaqtda va muqobil foydalanishda ko'rishimiz mumkin.

Tovarlar taklifi va ishlab chiqish funksiyasi. Solou modelidagi tovarlar taklifi kapital zaxirasi va ishchi kuchiga bog'liq bo'lgan ishlab chiqarish funksiyasiga asoslanadi:

$$Y = F(K, L).$$

Iqtisodiy o'sishning Solou modeli ishlab chiqarish funksiyasini doimiy ko'lamiga qaytishini anglatadi. Bu taxmin ko'pincha hayotiylga yaqin hisoblanadi va yaqin kelajakda bu tahlil soddalashtirishga yordam berishini ko'rsak bo'ladi. Ishlab chiqarish funksiyasi agar doimiy bo'lmasa qaytadan ko'rib chiqiladi.

$$zY = F(zK, zL)$$

bu yerda – z ning istalgan qiymatida ishlab chiqarish ijobiy holatda. Shu holatda agar mehnat va kapitalning har ikkalasi z tomonidan ishlab chiqarish vaqt oralig'ida ko'paysa, z ni o'zi ham ko'payadi.

Mahsulot ishlab chiqarish funksiyasining o'zgarmay qolishi ishchi kuchi miqdorining iqtisodiyotda hamma sifatlarini tahlil qilishga imkon beradi. Buni isbotlash uchun $1/L$ ni yuqoridagi tenglamaga joylaymiz.

$$Y/L = F(K/L, 1).$$

Bu tenglama bir ishchiga to'g'ri keladigan ishlab chiqarilgan mahsulot Y/L bir ishchiga to'g'ri keladigan kapital K/L ni ma'lum vaqt

oralig'idagi funksiyasidir (1 soni o'zgarmas va shuning uchun e'tiborsizdir).

Bu shakl doimiy daromad taxminini nazarda tutib, iqtisodiyot hajmini o'lchaydi, bir ishchiga to'g'ri keladigan ishlab chiqarish va kapitalga ta'sir qilmaydi. Chunki iqtisodiyotning katta-kichikligidan qat'iy nazar, bir ishchiga to'g'ri keladigan barcha miqdorlarni qulay bo'lishini anglatadi. Bir ishchiga to'g'ri keladigan qiymatni kichik harflar bilan belgilab olib, $y=Y/L$ bir ishchiga to'g'ri keladigan ishlab chiqarilgan mahsulot va $k=K/L$ bir ishchiga to'g'ri keladigan kapitaldir. Ishlab chiqarish funksiyasini quyidagicha yozishimiz mumkin.

$$y = f(k),$$

bunda

$$f(k) = F(k, 1).$$

28.1-rasmda ushdu ishlab chiqarish funksiyasi ko'rsatilgan.

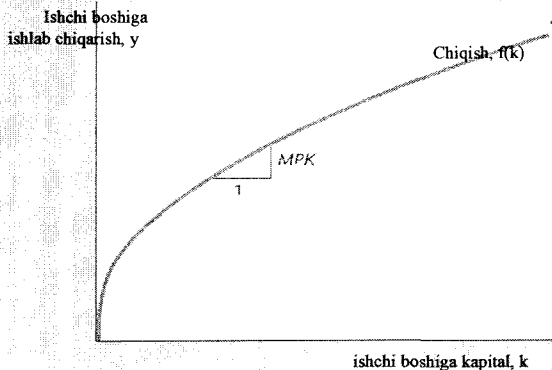
Ishlab chiqarish funksiyasini qiyaligi kapital birligi qo'shilganda, bitta ishchi qancha miqdorda qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishini ko'rsatadi. Bu esa kapital chekli mahsulot miqdorini MPKni ko'rsatadi. Buni matematik quyidagicha yozib olamiz:

$$MPK = f(k - 1) - f(k).$$

Buni 28.1-rasmda kapitalning miqdori o'sishi, ishlab chiqarish funksiyasi bir tekisda davom etishi, bu esa chekli mahsulot pasayishini qayd qiladi. k pasayganda ishchi o'rtacha ishchilar soni bilan ozroq kapital oladi. Shuning uchun kapitalning qo'shimcha qismi umumiy ishlab chiqarish hajmiga foydalidir. k baland bo'lsa, o'rtacha ishchilar sohi, kapitali ko'p bo'ladi. Shuning uchun mahsulot ishlab chiqarish biroz ortadi.

Tovarlarga talab va iste'mol funksiyasi. Solou modelida tovarlarga talab iste'mol va investitsiyaga asoslangan. Boshqacha aytganda, hir ishchiga to'g'ri keladigan mahsulot hir ishchiga to'g'ri keladigan investitsiya i va iste'mol c o'rtasida taqsimlanadi:

Rasm 1



Ishlab chiqarish funksiyasi
 Ishlab chiqarish funksiyasi qay darajada ishchi boshiga kapital miqdori k ni ishchi boshiga ishlab chiqarish miqdori $y=f(k)$ ni ifodalaydi. Ishlab chiqarish funksiyasi qiyaqligi kapital ishlab chiqarishning marginal mahsulotidir. Agar k bir birlik tomonidan ortsa, MPK taga y ortadi. Ishlab chiqarish funksiyasi kapitali marginal mahsulotni ozayib ko'rsatib, k oshgani sayin tekis bo'ladi.

$$y = C + I.$$

Bu tenglama iqtisodiyot uchun milliy daromadning bir ishchiga to'g'ri kelishidir. Bu iqtisodiyotda davlat xaridlarini (sotib olishni o'z ichiga olmaydi) va sof eksportni o'z ichiga olmaydi (chunki biz yopiq iqtisodiyotni holatini ko'ryapmiz).

Solou modeli har yili odamlar o'z daromadining bir qismini s jamg'arib boradi va bir qismini c iste'mol qiladi deb faraz qiladi. Iste'mol funksiyasini biz quyidagicha ifodalaymiz:

$$C = (1 - s)y,$$

bunda s jamg'arish darajasi bo'lib, 0 dan 1gacha bo'ladi. Shuni yodda tutish kerakki, davlat siyosati darajasida aholining tejash tezligi salohiyatga ega, shuning uchun maqsadlarimizdan biri uni tezligini saqlab qolishdir. Biroq endi biz shunchaki ko'rsatilgan s jamg'arma darajasida olishdir.

Iste'mol funksiyasini sarmoyaviyligini ko'rish milliy daromadni hisobga olish c uchun $(1-s)y$ degan ma'noni anglatadi.

$$Y = (1 - s)y + i.$$

Qayta tartibga solish shart-sharoitini inobatga olsak:

$$I = sy.$$

Bu tenglama uchinchi bobda ko'rganimizdek investitsiyani tejash tenglamasini ko'rsatadi. Shunday qilib jamg'arma darajasi s ishlab chiqarish qismi hamda investitsiya ulushiga bog'langan.

Bugungi kunda Solou modeli har ikki masalani joriy etadi, ishlab chiqarish funksiyasi va iste'mol funksiyasi istalgan vaqtda iqtisodiyotni tasvirlab beradi. Istalgan kapital k uchun $y = f(k)$ ko'rsatkichi qancha miqdorda iqtisodiyotda ishlab chiqarish hajmini va tejash darajasi s ko'rsatkichini jamg'arma va investitsiya o'rtasidagi taqsimlashni belgilaydi.

Barqaror holat va kapitalni o'sishi. Har qanday vaqtda kapital iqtisodiyotning ishlab chiqarishini asosiy omilidir, lekin kapital vaqt davomida o'zgarishi mumkin va bu sabablar iqtisodiy o'sishda o'zgarishlar bo'lishiga olib kelishi mumkin. Xususan kapital ikki ishchi kuchiga ta'sir etadi. Yangi zavod va uskunalar investitsiya hisoblanib kapital hajmini oshishiga sabab bo'ladi. Kapitalni ishdan chiqishi kapital hajmini pasayishiga sabab bo'ladi. Keling bu kuchlarni muhokama qilaylik.

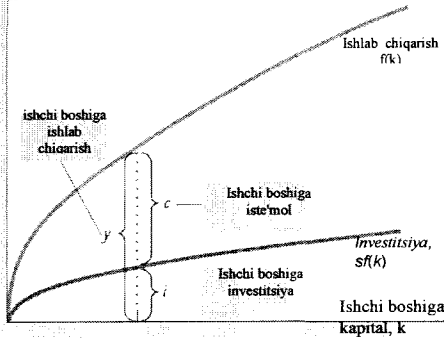
Ko'rib turganimizdek, bir ishchiga to'g'ri keladigan investitsiya darajasi i tenglamasi. Mahsulot ishlab chiqarish funksiyasi uchun o'rnini bosuvchi bir ishchiga kapitalning funksiyasi sifatida bir ishchiga to'g'ri keladigan investitsiya bilan ifodalashimiz mumkin.

$$I = sf(k).$$

Bu tenglamada yangi kapitalni jamg'arish kapital hajmi k ga bog'liq bo'ladi. Bu ko'rsatkich ishlab chiqarish funksiyasi $f(k)$ tomonidan ishlab chiqarish miqdorini k ning istalgan qiymatini anglatadi hamda saqlash darajasi s o'rtasidagi ishlab chiqarish va jamg'armani anglatadi.

Rasmi 2

Ishchi boshiga ishlab chiqarish, y



Ishlab chiqarish, iste'mol va Investitsiya Tejash darajasi s iste'mol va investitsiya o'rtasida ishlab chiqarishni ajratishni belgilaydi. Kapitalning istalgan darajasi k uchun ishlab chiqarish $f(k)$, investitsiya $sf(k)$, va iste'mol $f(k) - sf(k)$ bo'ladi.

Model amortizatsiya uchun javobgarlik har bir yil uchun ma'lum bir ulushni tashkil etadi. Bu yerda d yunon harfi delta amortizatsiya nisbati deb ataladi. Misol uchun agar kapital o'rtacha 25 foizni tashkil etsa, yillar davomida amortizatsiya darajasi yiliga 4 foizni tashkil etadi ($d=0.04$). Kapitalning miqdori o'shanda yillga dk bo'ladi. 28.2-rasmda amortizatsiya miqdori qay tarzda kapitalga bog'liqligini ko'ramiz.

Asosiy kapitalga investitsiyalar ta'siri va qadsizlanganini tenglamasi:

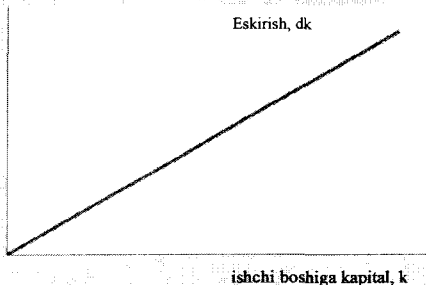
$$\Delta k = i - \delta k,$$

Δk asosiy kapitalni o'zgarishi keyingi bir yil va undan keyingi yil o'rtasidagi farq. Chunki investitsiya i tenglamasi $sf(k)$ ni biz quyidagicha yozishimiz mumkin:

$$\Delta k = sf(k) - \delta k.$$

28.3-rasmda kapitalning ixtiyoriy darajasi k uchun investitsiya va amortizatsiya shartlari grafigi berilgan. Asosiy kapital turi investitsiya va ishlab chiqarish hajmining summasidir. Biroq yuqori kapital uchun eskirish summasi ham yuqori bo'ladi.

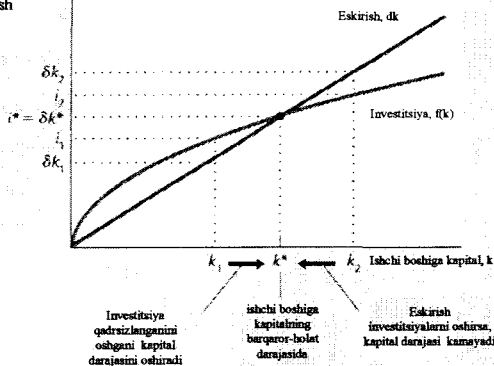
ishchi boshiga eskirish, δk



Eskirish har yili kapital aksiyalari doimiy ulushi d ni iste'moldan chiqishidir. Shuning uchun eskirish kapital darajasiga proporsionaldir.

28.4-rasmda bitta kapital k^* , investitsiya summasining tenglamasi eskirish summasiga teng bo'ladi. Agar iqtisodiyotda asosiy kapital darajasi investitsiya va eskirish kuchlarini o'zgartira olmaysa, balansda qoladi. Bunda $\Delta k = 0$, shuning uchun kapital k va ishlab chiqarish hajmi $f(k)$ barqaror bo'ladi (kamayish o'rniga o'sadi). Biz shuning uchun k^* kapitalning barqaror holati deb ataymiz.

investitsiya va eskirish



Barqaror holat har ikkala sababda muhim ahamiyatga egadir. Biz faqat bu yerda iqtisodiyotni barqaror holatda qolishini ko'rdik. Bir xil darajada iqtisodiyotda barqaror holat davom etmaydi.

28.4-rasmda k_1 ga o'xshash kapital darajasini barqaror holatiga qaraganda iqtisodiyotni davom etishi kamroq bo'ladi deb faraz qilamiz. Bu holda investitsiya darajasining eskirish miqdori ortadi. Vaqt o'tishi bilan kapital ko'tariladi va kuchayish davom etadi. Barqaror holat k^* ishlab chiqarish hajmi $f(x)$ ga yaqinlashadi.

Bundan tashqari kapitalning darajasi barqaror holatga qaraganda iqtisodiyotda ko'proq davom etadi deb faraz qilamiz. Eskirishga qaraganda investitsiya ozroq bo'ladi, kapital qayta tiklanishiga qaraganda tezroq almashadi. Asosiy kapitalni tushishi yana barqaror holatga yaqinlashadi. Barqaror asosiy kapitalga erishilganda investitsiya va eskirishga teng. Hech qanday bosim asosiy kapitalni tushurib yoki ko'tara olmaydi.

Shunday qilib, R.Solou modeli iqtisodiy o'sishning 3 manbai-investitsiyalar, ishchi kuchi soni va texnik taraqqiyot o'rtasidagi o'zaro aloqadorlikni yoritish imkonini beradi. Davlat iqtisodiy o'sishga jamg'arma me'yori va texnik taraqqiyotni jadallashtirish orqali ta'sir ko'rsatishi mumkin.

28.6. Iqtisodiy o'sishning J.Mid va A. Lyuis modellari.

J.Midning iqtisodiy o'sish modeli ham neoklassik asoslarga ega. U iqtisodiy o'sishni chekli unumdorlik qonuni qo'llaniladigan marjinalistik yondashuvlar bilan tushuntiradi. O'z konsepsiyasini J. Mid "Iqtisodiy o'sishning neoklassik nazariyasi" (1961 y.) kitobida bayon etdi. Kobb-Duglas funksiyasining zamonaviylashtirilgan variantidan foydalanib, J Mid barqaror dinamik muvozanat imkoniyati tenglamasini keltirib chiqardi:

$$U = \alpha k + \beta L + r$$

bu yerda Y-milliy daromadning o'rtacha yillik o'sish sur'ati:

k- kapitalning o'rtacha yillik o'sish sur'ati;

L- mehnatning o'rtacha yillik o'sish sur'ati;

α - milliy daromadda kapitalning ulushi;

β - milliy daromadda mehnatning ulushi;

r- texnik taraqqiyot sur'ati.

Tenglama, milliy daromadning o'sish sur'ati milliy daromadda ega bo'lgan ulushi bo'yicha mehnat va kapital o'sish sur'atlarining yig'indisiga texnik taraqqiyot sur'ati qo'shilishidan paydo bo'lgan miqdorga teng bo'lishini ko'rsatadi. Mehnat va texnik taraqqiyot o'sish sur'atlarini doimiy deb taxmin qilib J. Mid quyidagi xulosaga keldi: iqtisodiy o'sishning barqaror sur'ati kapital o'sishning barqaror sur'atlari va uning milliy daromad o'sish sur'atlari bilan tengligi sharoitida erishiladi. Agar kapitalning o'sish sur'atlari milliy daromadning o'sish sur'atlaridan oshsa, unda bu jang'arish sur'atlarining o'z-o'zidan pasayishiga olib keladi.

Bunday bog'liqlik J.Midning jang'arishning milliy daromaddagi ulushi doimiy deb shart kiritganligining natijasidir. Shu sababli kapital jang'arishning (investitsiyalarning) yuqoriroq sur'atlarini moliyalashtirish uchun zarur bo'lgan jang'armalarning qo'shimcha o'sishi birinchisidan orqada qoladi va unga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Agar kapitalning o'sish sur'ati milliy daromadning o'sish sur'atidan orqada qolsa teskari holat ro'y beradi.

Mehnat unumdorligi o'sish sur'atlarining dinamik muvozanatga ta'sirini ko'rib chiqib J. Mid agar ular kapital jang'arish sur'atidan oshsa unda chekli mehnat unumdorligining pasayishi natijasida mehnatning kapital bilan almashtirilishi hosil bo'ladi degan xulosaga keldi. Ishlab chiqarish jarayonida ularning yangi nisbati esa mehnatning

ham, kapitalning ham to'liq bandligini ta'minlaydi. Shu bilan birga J. Mid real holatda mehnatning va kapital jamg'arilishining o'sish sur'atlari o'rtasida muvofiqlikka amal qilish zarurligiga e'tibor qaratgan. Aks holda, agar mehnatning o'sishi shunga muvofiq kapital oshishi bilan birga bormasa ishlab chiqarishning o'sishi ro'y bermaydi, chunki ishchi kuchining o'sishi ortiqcha bo'lib ishsizlik vujudga keladi. Agar kapital mehnat unumdorligini o'sish sur'atlaridan tezroq o'ssa, unda ortiqcha ishlab chiqarish quvvatlari hosil bo'ladi. Biroq bu holda ham dinamik muvozanatga erishish usullari mavjud. J. Mid bozorlarning neoklassik nazariyasiga asoslanib ularni ko'rsatadi.

Bunda, mehnat bozorida ishsizlikning vujudga kelishi raqobatni kuchaytiradi, bu esa o'z navbatida ish haqi stavkalarining pasayishiga va kapitalning foydaliligining o'sishiga olib keladi. Natijada jamg'arish sur'atlari oshadi va ishchi kuchining o'sish sur'atlari bilan tenglashadi. J. Mid modelida davlat pul-kredit siyosatidan foydalangan holda faqatgina bilvosita barqarorlashtiruvchi rolini bajarishi kerak. Faqat shugina daromadlar va jamg'armalarni qayta taqsimlashning, resurslarning zarur bandligi va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlaydigan, samarali mexanizmni yaratish imkonimi beradi.

A. Lyuis o'z modelida ishchi kuchi zaxirasi (rezerv)ni iqtisodiy o'sishning asosi sifatida ko'rib chiqadi. Shuning uchun uning fikricha, bu model "aholi zichligi yuqori, kapital taqchil, tabiiy resurslar esa cheklangan" davlatlar uchun qo'l keladi. Bunday mamlakatlarga A. Lyuis Hindiston, Pokiston, Misr va boshqalarni kiritadi.

A. Lyuis o'z konsepsiyasida erkin bozor g'oyasiga asoslanganligi tufayli, tahlil markaziga tadbirkor shaxsini qo'yadi. U bozorda mavjud ishlab chiqarish omillaridan, ya'ni mehnat, yer va kapitaldan foydalanish xususida qarorlar qabul qiladi, Model iqtisodiyotning ikki sektori: agrar va sanoat sektorlarini hisobga olgan holda quriladi. Agrar sektorda

mehnat resurslarining taklifi cheklanmagan, mehnat unumdorligi juda past, chekli mahsulot esa nolga teng deb taxmin qilinadi. Bu esa qishloq xo‘jaligidan ishchi kuchining “olinishi” ishlab chiqarish qisqarishiga olib kelmasligini anglatadi. Qishloq xo‘jaligida ishchilarning ish haqi yashash minimumi darajasida bo‘lgani sababli, bu ishchi kuchidan sanoatda foydalanish hech qanday muammo tug‘dirmaydi. Bu sektordagi mehnat unumdorligi agrar sektordagidan ancha yuqori.

Shunday qilib, A. Lyuis modelining vazifasi mehnat resurslarining bir qismini qishloq xo‘jaligidan sanoatga qayta taqsimlash va bu bilan iqtisodiy o‘shish sur‘atining tezlanishiga erishish hisoblanadi. Bu jarayonda asosiy mexanizm bo‘lib tarmoqlararo bozor hizmat qiladi.

Sanoat ishlab chiqarish masshtablarini kengaytirib, o‘z ishchilarining daromadlari o‘shishini ta‘minlaydi, bu esa ichki talabni oshishiga ko‘maklashadi. Bunda tadbirkorlar o‘shib borayotgan daromadlarni ishlab chiqarishni kengaytirishga yo‘naltiradilar. Bu daromadlar keyinchalik iqtisodiy o‘shishga dinamik ta‘sir ko‘rsatadi.

Iqtisodiy o‘shishning o‘zini A. Lyuis ikki turga ajratadi: sanoatda uning manbai bo‘lib qo‘shimcha ishchi kuchidan foydalanish hisoblanadi (ekstensiv tur), qishloq xo‘jaligida esa – chekli mehnat unumdorligining oshishi (intensiv tur). Iqtisodiy o‘shishning bu ikki turi investitsiyalashning ikki turli xil funksiyalariga muvofiq keladi. Sanoatda gap asosan kapitalni kengaytirish ustida boradi. Shuning uchun investitsiyalarning berilgan funksiyasi yakuniy sanoat mahsulotiga talabga bog‘liq bo‘ladi. Uning o‘shishi daromadlar oshishi va investitsiyalar kengayishini rag‘batlantiradi. Qishloq xo‘jaligida, aksincha, investitsiyalar daromadlarning qisqarishiga bog‘liq holda kengayadi: ish haqiga xarajatlarning ko‘payishi fermerlarni qo‘l mehnatini mashina mehnati bilan almashtirishga majbur qiladi.

O'z modelini rivojlanayotgan mamlakatlar uchun ishlab chiqib A. Lyuis uni industrial bosqichni o'tgan g'arbiy mamlakatlar uchun to'g'ri kelmaydi, deb hisoblagan. Boshqa muailflar esa, aksincha, uni rivojlangan iqtisodiyot sharoitlari uchun maqbul deb hisoblashadi. Sh. Kindlberger o'z tahlilida ko'rsatganidek iqtisodiy o'sishning mehnat va kapital bilan bog'liqligining eng yaxshi namunasi bo'lib GFR, Italiya, Shveysariya, va Niderlandiya hisoblanadi. Buyuk Britaniya, Belgiya, Shvetsiya, Norvegiya va Daniya kabi mamlakatlar ham A. Lyuis modelini teskari bog'liqlikda bo'lsada, tasdiqlashdi: bu mamlakatlarda iqtisodiy o'sishning past sur'atlari mehnat resurslari va ishlab chiqarish quvvatlaridan cheklangan holda foydalanish bilan bog'liq edi. Yana bir guruhni sezilarli ishchi kuchi ortiqchaligini boshidan kechirgan mamlakatlar tashkil etadi (Ispaniya, Portugaliya, Gretsiya, Yugoslaviya, Turkiya). Ularning iqtisodiy o'sishi ham Sh. Kindlberger fikricha A. Lyuis modeliga to'g'ri keladi. Bu mamlakatlar nafaqat o'z sanoatini balki boshqa Yevropa davlatlari sanoatini ham ishchi kuchi bilan ta'minlar edi va butun qit'a uchun o'ziga xos mehnat zaxirasi fondi vazifasini bajargan edi.

Nazorat savollari:

1. Iqtisodiy o'sish nima?
2. Makroiqtisodiy barqarorlikning asosiy belgilari nimalardan iborat?
3. Ekstensiv va intensiv iqtisodiy o'sishning farqlari nimada, sof intensiv o'sishga erishish mumkinmi?
4. Domar modelida investitsiyalar tahlili Keyns tahliliga nisbatan qanday farq qiladi?

5. Domar modelining asosiy o'zgaruvchilariga tavsif bering va uning mohiyatini tushuntiring?

6. Iqtisodiy o'sishning Xarrod modeli Domar modelidan qaysi jihatlariga ko'ra farq qiladi?

7. Domar modelida iqtisodiy o'sish shartlari qanday izohlangan?

8. Iqtisodiy o'sishning dastlabki neoklassik modellari qachon yuzaga kelgan?

9. Iqtisodiy o'sishning Solou modeli?

10. Kapitalning jamg'arilishi deganda nimani tushunasiz?

11. Qanday qilib jamg'armalar iqtisodiyotning o'sish natijalariga olib keladi?

XXIX BOB. XALQARO SAVDO NAZARIYASI

29.1. Xalqaro savdoning zaruriyati, rivojlanish bosqichlari va asosiy ko‘rinishlari

Jahon xo‘jaligi rivojlanishining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri - bu xalqaro iqtisodiy munosabatlarning intensiv rivojlanib borishi hisoblanadi. Bu mamlakatlar, mamlakatlar guruhi, alohida firma va korxonalar o‘rtasida savdo-iqtisodiy aloqalarning kengayishi tobora chuqurlashuvi bilan izohlanadi. Ushbu holatni xalqaro mehnat taqsimotining chuqurlashuvi, xo‘jalik hayotining globallashuvi, milliy iqtisodiyot ochiqligining kuchayishi, mamlakatlarning iqtisodiy integratsiyalashuvi va hududiy xalqaro iqtisodiy aloqalar strategiyasining chuqurlashib borayotganligida ko‘rish mumkin.

Hozirgi zamon iqtisodiyotining ochiqlik darajasi ya‘ni mamlakatlarning ixtisoslashuvi va ular o‘rtasida kooperatsiya chuqurlashib bormoqda. Mamlakatlar o‘z iqtisodiyotini rivojlantirish, iqtisodiy muammolarni hal qilish borasida tadbirlar ishlab chiqish va ularni amalga oshirishda bu holatlarni e‘tiborga olishi shart.

Jahon savdosi tashqi iqtisodiy aloqalarning asosiy shaklidir. Uning kengayishi va chuqurlashuvi natijasida kapitalni chetga chiqarish imkoniyatlari yuzaga keldi va unga bog‘liq ravishda xalqaro moliya-valyuta, kredit munosabatlari rivojlandi.

Tashqi savdoning vujudga kelishi ikki muhim obyektiv sabab bilan izohlanadi.

Birinchidan, bu tabiiy va xomashyo resurslarining mamlakatlar o‘rtasida notekis taqsimlanganligi. Eng katta hududga ega bo‘lgan yoki rivojlangan davlatlar ham barcha resurslar bilan o‘zini to‘liq ta‘minlay olmaydi. Ular o‘zlarida ortiqcha bo‘lgan resurslarni eksport qilishga va mamlakatda taqchil bo‘lgan resurslarni import qilishga majburlar.

Xalqaro savdo rivojlanishining zarurligini belgilovchi ikkinchi muhim sabab shundaki, hamma mamlakatlar ham barcha turdagi

mahsulotni bir xil samaradorlik bilan ishlab chiqara olmaydi. Ya'ni bir tovar Yaponiyada arzon ishlab chiqarilsa, ikkinchi tovar O'zbekistonda arzon ishlab chiqarilishi mumkin. Shu sababli resurslardan samarali foydalanish maqsadida mamlakatlar ixtisoslashadilar va o'zaro savdosotiqni yo'lga qo'yadilar. Bu ikki obyektiv sabab har qanday milliy iqtisodiyotning takror ishlab chiqarishi jarayonida xalqaro savdoning ahamiyatini aniqlaydi.

Xalqaro savdo o'zining rivojlanish bosqichlariga ega bo'lib, har bir bosqich o'z tarixiy xususiyatlari bilan ajralib turadi:

– tashqi savdo aloqalarining lokal darajada shakllanish bosqichi – (VI–XIII asrlar) O'rta yer dengizidan Sharqqa tomon xalqaro savdo yo'llarining vujudga kelishi;

– tashqi savdo aloqalarining mintaqaviy darajada shakllanish bosqichi – (XII–XV asrlar) tashqi savdo aloqalarining O'rta yer, Boltiq va Shimoliy dengizlarida konsentratsiyalashuvi;

– tashqi savdo aloqalari globallashuvining boshlanish bosqichi – (XV–XVII asrlar) Buyuk geografiya kashfiyotlari tufayli xalqaro savdo yo'llarining Atlantika, Hind va Timch okeanlariga ko'chishi;

– tashqi savdo aloqalarining intensivlashuv bosqichi – (XVIII–XIX asrlar) sanoat to'ntarishi, G'arbiy Yevropa va AQSh iqtisodiyotining industirlashtirish jarayoni bilan bog'liq;

– tashqi savdo aloqalarining militarizatsiyalashuv bosqichi – (XIX oxiri – XX asr boshi) Birinchi va Ikkinchi jahon urushlari bilan bog'liq;

– integratsion bloklar va birlashmalarning tashqi savdo munosabatlariga faol ta'sir etish bosqichi – (XX asrning o'rtasi va ikkinchi qismi);

– tashqi savdo aloqalari globallashuv jarayonlarining zamonaviy bosqichining shakllanishi va jahon bozorining vujudga kelishi.

Xalqaro savdoning zamonaviy xususiyatlari quyidagilar hisoblanadi:

– ilm-fan va texnika taraqqiyoti ta'sirida mahsulot hamda hizmatlar savdosi hajmining keskin ortishi;

– xalqaro savdo rivojlanayotgan mamlakatlar salmog'ining qisqarishi;

– ilm-fan va texnika taraqqiyoti ta'sirida jahon eksportining tovar tarkibidagi ilm-fan sig'imkorligi yuqori bo'lgan mahsulot va xizmatlar ulushining ortishi;

– tashqi savdo aylanmasining jon boshiga baholangan qiymatining notekis taqsimlanishi;

– yangi tarmoq va ishlab chiqarishning vujudga kelishi;

– qator mamlakatlarning ayrim mahsulotlar importiga bog'liqligining ortishi;

– tashqi bozorda ortiqcha mahsulotni sotish kabi sodda shaklining turli mamlakat korxonalarida o'rtasidagi hamkorlik aloqalari asosida avvaldan kelishilgan holda mahsulotni yetkazib berish shakliga o'tilishi.

Tashqi savdo xalqaro ayirboshlashning an'anaviy shakli sifatida quyidagi ko'rinishlarni o'z ichiga oladi:

- mahsulotlarni ayirboshlash: yoqilg'i, xomashyo mahsulotlari, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, sanoat mahsulotlari;
- xizmatlarni ayirboshlash: muhandislik-maslahat xizmatlari;
- transport xizmatlari, sayyohlik va boshqa xizmatlar. Hozirgi vaqtda xizmatlarning jahon eksportidagi hissasi 30 foizdan oshib ketdi;
- yangi ilmiy-texnik ma'lumotlarni ayirboshlash: litsenziyalar va «nou-xou»lar. Ular hissasi xalqaro savdo aylanmasining 10 foiziga yaqini to'g'ri keladi.

Xalqaro savdo mahsulotlari, xizmatlar va fan-texnika ma'lumotlarini ayirboshlashning barcha ko'rinishlari tashqi savdo operatsiyalari yordamida amalga oshiriladi. Ular o'z navbatida eksport, import, reeksport va reimport operatsiyalariga bo'linadi.

Eksport operatsiyasi mahsulotlarni chet mamlakatlarga chiqarish.

Import operatsiyasi mahsulotni xorijiy sherikdan sotib olish va uni mamlakatga olib kelish.

Reeksport operatsiyasi avval import qilingan va qayta ishlov

berilmagan mahsulotni chet elga olib chiqib sotish.

Reimport operatsiyasi

avval eksport qilingan va u yerda qayta ishlov berilmagan mahsulotni chet elda sotib olish va mamlakatga olib kelish.

29.2. Merkantilizm

Xalqaro savdoga oid nazariyalar o'z tarixiga ega. Bu boradagi ilk iqtisodiy ta'limot XVII asrdayoq yaratilgan. O'rta asrlarda ro'y bergan Yevropadagi ulkan o'zgarishlar, jumladan, yangi qit'alarning kashf etilishi, mustamlakalardagi oltin va boshqa boyliklarni egallab olishga intilish o'z-o'zini ta'minlashni targ'ib etuvchi feodalizm nazariyasi doirasidan chiqib ketgan yangi xo'jalik tizimi doirasida tovarlar rolini va davlatlarning xalqaro savdoga bo'lgan talabini asoslab bera oladigan yangi iqtisodiy nazariyaga bo'lgan ehtiyojni yuzaga keltirdi. Shunday nazariyalardan biri merkantilizm ta'limotidir. Merkantilizm maktabi XVI–XVII asrlarda faoliyat ko'rsatgan. Uning eng yirik vakillari ingliz iqtisodchilari Tomas Man (1571–1641) va Uilyam Staffordlar (1554–1612) hisoblanishadi.

Merkantilistlar o'z nazariyalarida faqat cheklangan miqdordagi boylikka ega bo'lgan statik qarashlarni qo'llab-quvvatlaganlar. Shu sababdan biron-bir mamlakat boyligining ko'payishi faqatgina boshqa mamlakatning qashshoqlashishi evaziga amalga oshishi mumkin. Demak, boylikning ko'payishi qayta taqsimot evaziga amalga oshar ekan, har bir mamlakat mustahkam iqtisodiyotga va boshqa davlatlar ustidan hukmronlikni ta'minlab bera oladigan armiya, harbiy va savdo flotidan iborat kuchli davlat qurilmasiga ega bo'lishi zarur deb hisoblashgan.

Merkantilistlar iqtisodiyotni ishlab chiqarish, qishloq xo'jaligi va harbiy koloniyalar sektoriga bo'lishgan. Savdogarlar iqtisodiyotning

muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishida eng muhim guruh, deb hisoblangan, mehnat esa ishlab chiqarishning asosiy omili sifatida baholangan. Mamlakatning boyligi uning ixtiyorida bo'lgan oltin va kumush bilan belgilanligi sababli tashqi savdo maktabi mamlakat milliy iqtisodiyotini mustahkamlashi uchun quyidagilarga amal qilish lozim, deb hisoblashgan:

- tashqi savdoda musbat saldoni ta'minlash – eksportning importdan katta bo'lishi mamlakatning oltin zaxirasini boshqa mamlakatlarning oltin manbalari hisobiga o'sishiga ohb keladi. Bu, o'z navbatida, ichki xarajatlar, ishlab chiqarish va bandlikning oshishiga olib keladi;

- eksportni oshirish va importni kamaytirishga qaratilgan tashqi savdo siyosatini yurtlash – tariflar, kvotalar va boshqa dastaklar yordamida savdo balansining musbat savdo saldosi ta'minlash;

- xomashyoning olib chiqilishini qattiq cheklash yoki taqiqlash va mamlakatda mavjud bo'lmagan xomashyo importidan boj undirmaslik, chunki hunday chora-tadbirlar mamlakat oltin zaxirasining ko'payishi va tayyor mahsulotlarni past narxlar bo'yicha eksport qilish imkonini yaratadi;

- mustamlakalarning metropoliyadan boshqa davlatlar bilan har qanday savdo aloqalarini taqiqlash va mustamlakalarni xomashyo ta'minotchisiga aylantirish.

Merkantilistlar g'oyasiga binoan iqtisodiy tizimda to'liq bandlikka erishib bo'lmaydi. Shu sababli xorijdan keladigan qo'shimcha oltin qo'shimcha ish joylarning yaratilishiga, ishsizlik darajasining pasayishi va ishlab chiqarish imkoniyatlarining kengayishiga olib keladi.

Merkantilistlar xalqaro savdo nazariyasi rivojlanishiga jiddiy ulush qo'shdilar. Ular xalqaro savdoning mamlakat iqtisodiy o'sishi uchun ahamiyatini birinchi bo'lib chuqur tahlil qildilar va uning rivojlanishining muhim modellaridan birini ishlab chiqdilar. Ular

birinchi bo‘lib zamonaviy iqtisodiyotda to‘lov balansi, deb ataladigan tushunchani ta’rifladilar.

Merkantilistlar g‘oyasining asosiy kamchiligi – bu ularni bir mamlakat boyishi boshqa mamlakatlarning qashshoqlashishi hisobiga amalga oshadi deb hisoblashganidir. Bunday g‘oyaga amal qilish jahon iqtisodiyotida iqtisodiy disproporsiyalarga va iqtisodiy vaziyatning keskinlashuviga olib keldi. Metropoliyalarning mustamlakalar hisobidan boyishi ularda haddan ziyod oltin massasining to‘planishiga va shu orqali giper inflyatsiyaga olib keldi.

Merkantilistlarning g‘oyalari xalqaro iqtisodiyotdagi keyingi maktablari g‘oyalari ilmiy yo‘nalish berdi. Merkantilistlar g‘oyalari 1,5 asr mobaynida keng qo‘llanilgan. Buning natijasida XVIII asrda xalqaro savdo aloqalarda keskinliklar kuzatilgan.

29.3. A.Smitning mutlaq ustunlik nazariyasi

Merkantilistlarni tanqid qilgan asosiy iqtisodchilardan biri Adam Smitdir (1723–1790). A.Smit mamlakatning boyligi u ega bo‘lgan oltin miqdoriga emas, balki uning ishlab chiqarish imkoniyatlariga bog‘liqligini ko‘rsatib berdi. Shuning uchun har qanday davlatning asosiy vazifasi mamlakat ega bo‘lgan oltin miqdorini oshirish emas, balki xalqaro mehnat taqsimotida o‘ziga xos munosib o‘rin egallashdan iboratdir. Shuningdek, A.Smit g‘oyalari binoan ishlab chiqarish imkoniyatlaridan samarali foydalanish uchun davlatning iqtisodiyotga aralashuvini cheklash kerak. Ushbu siyosat «Lessa fer»¹² nomini oldi.

A. Smit qarashlariga muvofiq;

- davlat tashqi savdoga aralashishi kerak emas va mamlakat erkin savdo rejimiga rioya qilishi lozim;

¹² Лэсса фэр – французча «laissez-faire», яъни давлатнинг иқтисодийётига аралашмаслик ва ракобат эркинлиги сиёсати.

- mamlakatlar ishlab chiqarishda afzallikka ega bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishlari kerak va bu tovarlarni boshqa mamlakatlar afzallikka ega bo'lgan tovarlar bilan ayirboshlashi kerak;

- tashqi savdo milliy bozorlarni boshqa mamlakatlar hisobiga kengaytirish orqali mehnat unumdorligining o'sishini ta'minlaydi;

- eksport mamlakat iqtisodiyoti uchun ijobiy omil hisoblanadi, chunki u ichki bozorda sotilmagan ortiqcha mahsulotlarni xorijga sotish imkomini beradi;

- eksport subsidiyalari ichki soliqlar hisobidan moliyalashtiriladi va ichki narxlarning oshishiga olib keladi. Shuning uchun ularni bekor qilishi kerak.

Shu vaqtga qadar yuzaga kelgan barcha xalqaro savdo nazariyalari xalqaro savdoni erkinlashtirish barcha mamlakatlar uchun foyda keltiradi degan fikrni ilgari suradi. Erkin tashqi savdoning zarurligi va foydaliligi to'g'risida dastlabki nazariyalardan biri A.Smitning mutlaq ustunlik nazariyasidir. Bu nazariyaga ko'ra har bir mamlakat undagi mavjud sharoitlar va resurslar o'ziga xosligiga tayangan holda ma'lum bir tovarni eng kam xarajatlar hisobiga (yoki vaqt birligida bu tovarni eng ko'p) ishlab chiqarish imkoniyatiga ega. Shunday ekan mamlakat mutlaq ustunlikka ega bo'lgan tovar ishlab chiqarishga ixtisoslashadi va ushbu tovarning o'z iste'molidan ortiqcha qismini sotadi hamda boshqa tovarlarni sotib oladi. Chunki bu tovarlar ularni ishlab chiqarishda mutlaq ustunlikka ega bo'lgan davlatlarda ancha arzon ishlab chiqarilgan bo'ladi. Natijada har ikki davlat ham kam resurs sarflab ko'proq mahsulotga ega bo'ladi.

Masalan, O'zbekiston asosan paxta mahsulotlarini yetishtirishga ixtisoslashganligi uchun boshqa mahsulotlarga nisbatan ko'proq shunga e'tiborni qaratish lozim. Chunki, O'zbekiston qishloq xo'jaligi, ob-havosi va qolaversa, butun respublika sharoiti paxta yetishtirishga

moslashgan va unga kam miqdorda mehnat va moliyaviy resurslarni sarf qilib, yuqori hosil olish texnologiyasiga ega. Shuningdek, boshqa mamlakatlar ham o'zi ixtisoslashgan sohaga ko'proq e'tiborni qaratishiga dunyo bo'yicha ko'proq mahsulot ishlab chiqariladi va xalqaro savdoda ham katta muvaffaqiyatlarga erishish mumkin. Demak, shu yo'l bilan dunyo aholisining talablarini maksimum qondirish imkoniyatiga erishiladi.

Ammo qaysidir mamlakat hech qaysi mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha dunyoda mutlaq ustunlikka ega bo'lmasligi mumkin. Bu esa shu mamlakat hamma tovarlarni chetdan keltiradimi - degan savolni tug'diradi. Agar shunday bo'lsa importni bu mamlakat qaysi mablag'lar hisobiga moliyalashtiradi. Bu savolga javob berish borasida mutlaq ustunlik nazariyasi boshi berk ko'chaga kirib qoladi.

29.4.Rikardoning nisbiy ustunlik nazariyasi

D. Rikardo A. Smitning "Mutlaq ustunlik" nazariyasini yanada mulohaza qilish natijasida ushbu nazariya umumiy qoidaning bir qismi ekanligini isbotlab berdi. D. Rikardo "Siyosiy iqtisodning boshlanishi va soliqlar" nomli asarida klassik nazariyani boshi berk ko'chadan olib chiqadi. Uning fikricha, mamlakatlar ishlab chiqarish samaradorligini ta'minlashda yoki ko'proq ustunlikka ega bo'lgan yoxud kamroq zaiflikka ega bo'lgan mahsulot ishlab chiqarish va sotishga ixtisoslashsalar maqsadga muvofiq bo'ladi. Bunday vaziyatlarda ikki mamlakat o'rtasidagi savdo ko'proq imkoniyatlar olib keladi. Har bir mamlakat o'zi ixtisoslashgan mahsulotlarni ishlab chiqaradi va shu orqali yutuqlarga erishadi. Uning mulohazalari "Nisbiy ustunlik nazariyasi"da o'z yechimiga ega bo'ldi.

Masalan, Portugaliyada ishlab chiqarilgan movut va Angliyada ishlab chiqarilgan vino individual xarajatlarga ega bo'lsin. Shuni

hisobga olgan holda D. Rikardoning “Nisbiy ustunlik” nazariyasini qo‘llaymiz:

29.1-jadval

Mahsulot ishlab chiqarish uchun zarur bo‘lgan mehnat sarfi.

	Movut (bir dona)	Vino (barrel)
Portugaliya	90	80
Angliya	100	120

Yuqoridagi misoldan ko‘rinib turibdiki Portugaliya barcha turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarishda mutlaq ustunlikka ega. Ya’ni bir dona movut ishlab chiqarish uchun 90 mehnat birligi, bir barrel vino ishlab chiqarish uchun esa 80 mehnat birligini sarflaydi. Ammo, D. Rikardo Portugaliyada movut ishlab chiqarishga nisbatan vino ishlab chiqarish savdosini yo‘lga qo‘yish ko‘proq foyda olib kelishini ta’kidlaydi. Chunki, bir dona movutga nisbatan bir barrel vino ishlab chiqarish arzonga tushmoqda. Bunda nisbiy ustunlikdagi farq har bir millat uchun xalqaro savdoda yutuqqa olib keladi. Ya’ni, Portugaliya bir barrel vinoni (80 birlikda) 120 birlikda Angliyaga sotsa va o‘z navbatida, Angliyadan (100 birlikda) ushbu birlikda 1,2 dona movut sotib olish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

O‘zida ishlab chiqarilgan mahsulotga solishtirganimizda esa **8/9** donaga ega bo‘lar edi. Boshqacha aytganimizda, Portugaliyaning vino ishlab chiqarish va movutni sotib olish evaziga oladigan foydasi quyidagicha bo‘ladi:

$$120 / 100 - 8 / 9 = 1,2 - 0,8 = 0,31 \text{ dona movut.}$$

Angliya esa movut ishlab chiqarishda kamroq zaiflikka ega. Ya’ni movut ishlab chiqarishga qilinadigan mehnat sarflari o‘rtasidagi farq vino ishlab chiqarishdagiga nisbatan kamroq. Demak movut ishlab chiqarishga ixtisoslashish hisobiga xalqaro savdodan Angliya ham

yutadi. Ya'ni, movut ishlab chiqarib, uni Portugaliyaga sotish hisobiga 11/8 barrel vino (o'zidagiga nisbatan 5/6 barrel) sotib olishi mumkin. Ushbu vaziyatda Angliyaning yutug'i:

$$9/8 - 5/6 = 7/24 = 0,29 \text{ barrel vino.}$$

Bu misolda Portugaliya uchun har bir barrel vinoga 9/8 dona movut sotib olgandagina xalqaro savdo foydali hisoblansa, Angliya uchun esa har bir barrel vinoga 5/6 dona movut almashganda savdo foydali hisoblanadi.

Shunday qilib, erkin savdo xalqaro ixtisoslashuvni rag'batlantirib, quyidagi imkoniyatlarni yaratadi: har bir mamlakat biror turdagi mahsulot ishlab chiqarishga ixtisoslashguncha o'tgan davriga nisbatan kamroq moddiy va mehnat xarajatlari sarflaydigan bo'ladi. Ammo, bu borada barcha nazariyalar ham savdoda mamlakatlarning pul birliklari ishtorokida amalga oshishi hisobga olinmagan. Chunki, mamlakatlar o'zaro hisob-kitoblarni amalga oshirish uchun valyutalarini almashtirishadi. D. Rikardo ushbu vaziyatni ham tushuntirib bera olgan. U izohlaganidek yuqorida keltirilgan imkoniyat valyutalarni almashtirish sharoitida ham saqlanib qoladi. Bu vaziyatda eksport-import to'lovlari o'zaro balansga ega emas. Bunday vaziyat valyuta kurslaridagi o'zgarishlar hisobiga yoki biron-bir mamlakatdagi barcha baholarni o'zgartirish hisobiga bartaraf etiladi. Yuqoridagi misol mavhum xususiyatga ega. U aniq vaziyatlarga asoslanishi uchun:

- ✦ mehnat savdo qilayotgan mamlakatlar o'rtasida emas, balki mamlakat ichida harakatchan bo'lishini;
- ✦ transport, bo'xona xarajatlari, savdo ustamalari va boshqa cheklashlar hisobga olinmasligini;
- ✦ mahsulotlarning yangi namunalarni ishlab chiqarishda yangi texnika va texnologiyalarni qo'llash hamda ularni ko'p miqdorda

seriyali ishlab chiqarishda xarajatlardagi o'zgarishlar e'tiborga olinmasligini ta'minlash imkoniyatlari yaratilishi lozim.

Angliya va Portugaliya misolida keltirilgan vaziyatlarda xalqaro savdo narxlarining keng amal qilayotgan shaklini qo'llash mumkin. Chunonchi, bir barrel Portugaliya vinosini Angliyada tannarxidan kam narxda (80) va sotib olingan bahodan (120) yuqori narxda sotmaslik kerak. Shuningdek, angliyaliklar movutidan Portugaliyada (90 dan 100 gacha) shunday tartibda sotilishi kerak.

Mahsulotlar bahosi o'rtasidagi o'zaro nisbat aniqlab olingandan keyin "savdo sharoiti" (terms of trade) tushunchasi savdo sharoitini aniqlab olish uchun esa "savdo sharoiti indeks" tushunchasi kiritilgan. Bu indeks quyidagi formula orqali aniqlangan:

$$\text{Savdo sharoiti indeksi} = \frac{\text{Eksport narxlar indeksi}}{\text{Import narxlar indeksi}} \cdot 100 = \frac{E_i}{I_i} \cdot 100$$

Indeksning o'sishi (masalan, 100 dan 105 gacha) savdo sharoitlarining yaxshilanayotganligini ko'rsatadi. Ya'ni, ushbu miqdordagi importga hisob-kitob qilish uchun undan kam miqdorda eksport talab etiladi.

Amaliyotda savdo sharoiti, birinchidan, tovarlar bahosi o'zgarishi hisobiga, unga bo'lgan talabning oshishi yoki kamayishiga bog'liq. Ayrim mahsulot ishlab chiqaruvchilar (masalan, neft va neft mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar) narxlarda bo'layotgan o'zgarishlarga qaramay, katta yutuqlarga erishadilar.

Ikkinchidan, savdo sharoiti ishlab chiqaruvchilar yoki yetkazib beruvchilarning bozorga moslashishiga (egiluvchanligiga) bog'liq bo'ladi.

Uchinchidan, savdo sharoiti ishlab chiqarish sharoitlari yoki mahsulotlar iste'molidagi o'zgarishlarga qarab o'zgaradi.

Savdo sharoiti indeksi mamlakatning xalqaro savdodagi holati to'g'risida ma'lumotlar bersada, ko'pgina kamchiliklardan xoli emas. Ularning eng asosiylaridan biri mamlakatda umumiy sharoitni yaxshillasada, sotilgan mahsulotlar miqdorini hisobga olmaydi. Boshqacha aytganda, savdo sharoiti yaxshilanishi eksport hajmi qisqarishi va import hajmi oshishiga olib keladi. Bu esa to'lov balansini yomonlashtiradi.

A. Smit va D. Rikardo nazariyasida ishlab chiqarishga ta'sir qilladigan eng asosiy omil mehnat hisoblangan. Mahsulotlar narxi esa ishlab chiqarish xarajatlariga bog'liq.

Keyingi tadqiqotlar ishlab chiqarishda asosiy omillar sifatida yer, kapital kabi omillardan foyda olish imkoniyatini hisobga olgan. Agarda, mehnatning bozor bahosi ish haqi sifatida gavalansa, kapitalning bahosi foiz stavkalari ko'rinishida, yerning bahosi renta miqdorida aniqlangan.

Nazorat savollari:

1. Xalqaro savdoni rivojlantirishning obyektiv sabablari nimalardan iborat?
2. Xalqaro savdoni rivojlantirishning subyektiv sabablari nimalardan iborat?
3. Xalqaro savdoning shakllari.
4. Xalqaro savdo hajmini belgilovchi omillarni tushuntirib bering.
5. A. Smitning "Mutlaq ustunlik" nazariyasi kamchiligi nimada ko'rinadi?
6. "Nisbiy ustunlik" nazariyasining mohiyatini tushuntirib bering.
7. Savdo sharoitlari tushunchasini izohlab bering. Savdo sharoitining yaxshilanishi qanday oqibatlarga olib keladi?
8. Xekshyer-Olinning neoklassik konsepsiyasini izohlab bering.
9. "Leontev taajubi" nima sababli yuzaga keldi va qanday yechim topdi?
10. Xalqaro savdoning zamonaviy xususiyatlari.

XXX BOB. TASHQI SAVDO SIYOSATI

30.1. Tashqi savdo siyosatining mohiyati va vositalari

Har bir mamlakat makroiqtisodiy siyosatini yuritishda tashqi savdo siyosati ham muhim o‘rin egallaydi.

Tashqi savdo siyosati – mamlakatning boshqa mamlakatlar bilan olib boradigan savdo munosabatlarini muvofiqlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuasi bo‘lib, milliy iqtisodiyot ehtiyojlari uchun zarur bo‘lgan mahsulotlarni oqilona import siyosati hisobiga to‘ldirish hamda milliy iqtisodiyotda ortiqcha bo‘lgan mahsulotlarni eksport qilish hisobiga mamlakatning jahon bozoridagi o‘rnini mustahkamlash vazifasini hal etadi.

Ushbu siyosatni yuritish orqali tashqi savdo hajmlari soliqlar, subsidiyalar, import yoki eksportni to‘g‘ridan-to‘g‘ri cheklashlar kabi vositalar yordamida tartibga solinadi. Tartibga solish vositalari bevosita va bilvosita xarakterga ega bo‘lishi mumkin. Tashqi savdo siyosati eksport va import hajmi hamda tarkibiga ta‘sir ko‘rsatish orqali makroiqtisodiy barqarorlikni ta‘minlash, iqtisodiy o‘sishga erishish, to‘lov balansini yaxshilash hamda valyuta kursini tartibga solish maqsadlarini ko‘zda tutadi.

Mamlakatlar erkin yoki cheklovchi (proteksionistik) tashqi savdo siyosatini olib borishi mumkin. Ko‘pgina mutaxassis-iqtisodchilar mamlakat iqtisodiyoti va aholisi turmush darajasini yaxshilash uchun erkin savdo siyosatini qo‘llash iqtisodiy resurslardan samaraliroq foydalanish imkonini beradi deb hisoblaydilar. Biroq erkin savdo jahon iqtisodiyoti nuqtayi nazaridan foydali bo‘lishi mumkin bo‘lsada, ammo alohida olingan mamlakat iqtisodiyoti manfaati nuqtayi nazaridan erkin savdo hamma vaqt ham foydali bo‘lavermaydi.

Tashqi savdoni cheklash bilan bog‘liq bolgan proteksionistik siyosat borasida olib boriladigan har qanday chora-tadbirlar qisqa muddatli samara beradi. Uzoq muddatli davrda esa, faqatgina erkin savdo siyosati iqtisodiy resurslarni samarali joylashtirish imkonini byeradi.

Tashqi savdo siyosati chora-tadbirlarining ayrimlari davlat g'aznasini to'ldirishga yo'naltirilgan bo'lsa, ba'zilar import va eksportni cheklashga, yoki ularni rag'batlantirishga yo'naltirilgan. Amaliyotda tashqi savdoni tartibga solishning tarif va notarif usullaridan foydalaniladi.

Tarif usullariga import va eksport bojlarini joriy qilish kirs, notarif usullariga eksportyorlar va ishlab chiqaruvchilarga subsidiyalar berish, kvotalash, litsenziyalash kabilar kiradi.

Bojxona bojlari import va eksport bojlariga ajratiladi.

Import bojlari davlat g'aznasini to'ldirish maqsadida va ichki bozorlarga tushadigan chet el mahsulotlari oqimini tartibga solish uchun belgilanadi. Import bojlari eng kam va eng ko'p miqdordagi import bojlariga bo'linadi. Eng kam miqdordagi import bojlari qulay savdo sharoitlarni yaratib berishni ko'zda tutuvchi savdo shartnomalari va bitimlari bo'lgan mamlakatlar mahsulotlariga nisbatan o'rnatiladi. Eng ko'p miqdordagi import bojlari esa qulay savdo sharoitlarni yaratib berish bo'yicha shartnoma va bitimlar tuzilmagan mamlakatlar mahsulotlariga nisbatan o'rnatiladi.

Eksport bojlari mamlakat ichida talab ko'p bo'lgan mahsulotlar taqchilligining oldini olish maqsadida belgilanadi.

Litsenziyalash tashqi iqtisodiy operatsiyalarni amalga oshirishga davlat tashkilotlaridan ruxsat olishning ma'lum tartibi hisoblanadi va bunday ruxsat berish huquqini qaysi davlat tashkilotlariga berish amalga oshiriladigan operatsiyalarning mamlakat iqtisodiyoti uchun ahamiyatiga bog'liqdir.

Kvotalash mahsulotlar, xizmatlar bo'yicha ma'lum davrga eksport va importga miqdoriy yoki qiymat chegaralarini belgilashdir.

Mamlakatlar milliy iqtisodiyotda yuzaga kelgan vaziyatni inobatga olgan holda tashqi savdoni tartibga solishda ustun ravishda yoki tarif

vositalaridan, yoki notarif vositalaridan, yoki ham tarif, ham notarif vositalarini muvofiqlashtirgan holda qo‘llaydi.

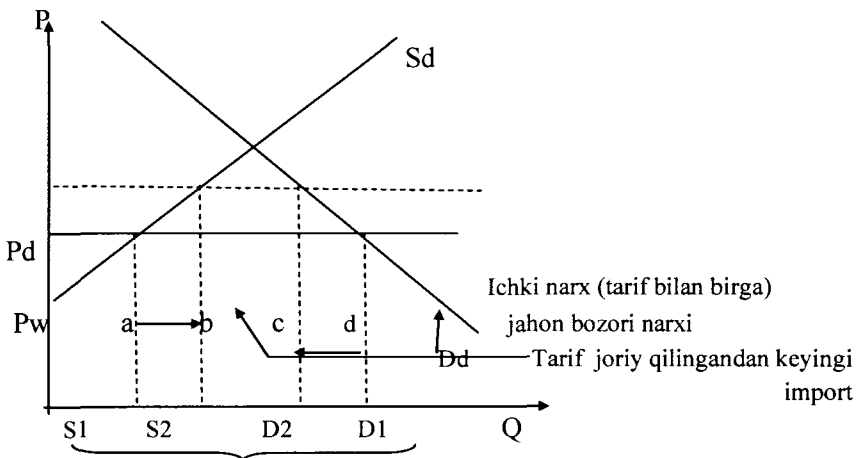
Xalqaro savdoni tartibga solishda eng ko‘p qo‘llaniladigan usul bo‘lib tarif, ya‘ni importga solinadigan bojxona boji hisoblanadi.

Importga tariflarning maxsus va boshqa turlari o‘zaro farqlanadi. Maxsus bojlar import qilinayotgan tovarlar birligiga nisbatan o‘rnatiladi. Masalan, 1 barel neftga nisbatan 2 yevro.

Bojlar import qilinayotgan tovar qiymatiga nisbatan ma‘lum foiz tariqasida belgilanadi. Masalan avtomobil xarid narxining 40%i.

Har ikkala turdagi import tariflarning oqibatlari deyarli bir xil bo‘lib, buni biz quyidagi grafik vositasida ko‘rib chiqamiz.

Import qilinadigan tovarning ichki bahosi =
 Jahon bozoridagi bahosi +(Jahon bozoridagi bahosi x Tarif stavkasi).



Tariflar joriy qilingunga qadar bo‘lgan import
 30.1- rasm. **Import tariflari kiritilishi natijalari**

Aytaylik, import tariflari joriy qilingunga qadar ichki ishlab chiqarish hajmi S1, ichki talab hajmi esa D1 teng bo‘lgan. Talab va

taklif o'rtasidagi farq (D1-S1) import hisobiga qoplangan. Mamlakat iqtisodiyoti yopiq bo'lganida baholar darajasi Re ga teng, talab va taklif muvozanati esa E nuqtada o'rnatilgan bo'lar edi. Mamlakat iqtisodiyoti ochiq bo'lgani va importga cheklovlar yo'qligi tufayli milliy bozordagi narxlar jahon hozori narxlari R_w bilan bir xil. Importga tarif joriy qilinishi natijasida ichki baholar R_w dan R_d ga qadar ko'tariladi. Natijada:

Oqibatda iste'molchilar ma'lum bir yo'qotishlarga duch keladilar. Bu yo'qotishlar grafikda a, b, c, d sohalar bilan ko'rsatilgan.

Baholarning ko'tarilishi ilgari raqobatbardosh bo'lmagan ayrim ichki ishlab chiqaruvchilar uchun ham foyda ko'rib ishlashga imkon beradi. Umuman shu sohada band milliy ishlab chiqaruvchilar ishlab chiqarish hajmini S_1 dan S_2 ga qadar oshiradi va S_2-S_1 hajmdagi mahsulot P_d bahoda sotiladi. Shu hajmdagi mahsulotni iste'molchilar oshirilgan narxda sotib oladilar va a sohaga teng yo'qotishga duch keladilar. Ammo, bu yo'qotish ichki ishlab chiqaruvchilarning o'sgan foydasiga aylanadi.

Baholarning o'sishi oqibatida iste'molchilar ko'rilayotgan tovar iste'moli hajmini D_1 dan D_2 qadar qisqartiradi. Bu yo'qotish grafikda d soha bilan ko'rsatiladi va u hech kimning foydasi bilan qoplanmaydi.

$S_2 - D_2$ oraliq tarif joriy qilingandan so'nggi import hajmi bo'lib, shu hajmda tovarni iste'molchilar ilgarigidan yuqori bahoda sotib oladilar. Buning natijasida ular turmush darajasidagi yo'qotish ro'y beradi. Bu yo'qotish grafikda s soha bilan belgilangan bo'lib, u davlat byudjetiga borib tushadi. Ya'ni, bu sohadagi iste'molchilarning yo'qotishi davlatning foyda ko'rishi bilan qoplanadi.

Tarif kiritilishi oqibatida iste'molchilar talabi arzon import tovaridan qimmat ichki tovarga yo'naltiriladi. Iste'molchilarning o'sgan to'lovlari yuqori chegaraviy xarajatga ega, raqobatbardosh bo'lmagan samarasiz ichki ishlab chiqarishni kengayishiga olib keladi. Iste'molchilarning bu yo'qotish b sohasi bilan belgilangan bo'lib

tarifning “ishlab chiqarish samarasi” deyiladi va hech kimning foydasi bilan qoplanmaydi.

Iste'molchilarning yo'qotishlari	Ishlab chiqaruvchilar foydasi	Davlat daromadi	Jamiyatning sof yo'qotishi
$a + b + c + d$ --	a	-- s	= b + a

Demak, iste'molchilarning **a** sohadagi yo'qotishlari ishlab chiqaruvchilar foydasining o'sishi hisobiga qoplanadi. Ayni damda iste'molchilar shu tarmoq korxonalari aksiyadorlari bo'lishsa, ular yo'qotishlarining bir qismi o'sgan dividendlar sifatida qaytadi.

«s» sohada davlat olgan daromadini transfert to'lovlarini oshirish, soliqlarni pasaytirish, byudjet tashkilotlarida ishlovchilar ish haqini oshirishi ko'rinishida iste'molchilarga qaytarishi mumkin.

Ammo «b» Q «d» sohalarda jamiyat sof yo'qotishga duch keladi. Valyuta kursi o'zgarishi bu yo'qotishlarni bir oz qoplashi mumkin. Masalan, 20% li tarif kiritilishi natijasida milliy valyuta 4% ga qimmatlashsa import qilinayotgan tovarlarning milliy valyutada ifodalangan ichki bahosi 20 % ga emas, 16 % ga oshadi. Bu esa tarif kiritilishi oqibatida jamiyatning sof yo'qotish «b» va «d» sohalarning 80 foizini ($(16 / 20) \times 100$ q 80) tashkil etishini anglatadi.

Umuman olganda tariflarni kiritilishiga nisbatan bir-biriga zid fikrlar mavjud bo'lib, bu tadbir mamlakat iqtisodiyoti holati, xususiyati va qo'yilgan maqsadlar bilan asoslanadi.

Milliy iqtisodiyotning tiklanishi sharoitida ko'pgina davlatlar o'z ishlab chiqaruvchilarini chet el raqobatidan himoya qilish maqsadida proteksionizm siyosatini qo'llaydilar. Aks holda, mahalliy korxonalar “sinishi” jamiyatda ishsizlik xavfini tug'diradi.

**Bojxona tariflarini kiritishni yoqlovchi mutaxassislar fikriga ko'ra
import tariflari:**

- mamlakat mudofaa sanoatini himoya qilish imkonini beradi;
- mamlakatda bandlilik darajasi o'sishini ta'mimlaydi va yalpi talabni rag'batlantiradi, importning nisbatan cheklanishi natijasida sof eksport o'sadi va joriy operatsiyalar bo'yicha to'lov balansi holati yaxshilanadi;
- milliy iqtisodiyotdagi yangi tarmoqlarni himoya qilish uchun zarur;
- davlat byudjeti daromadlarini to'ldirish manbai bo'lib hizmat qiladi;
- milliy ishlab chiqaruvchilarni demping ko'rinishidagi chet el raqobatidan himoya qiladi;
- iqtisodiyot tuzilishini qayta qurishni boshqarish vositasi hisoblanadi va ular yordamida mamlakat iqtisodiyotidagi ilg'or siljishlar rag'batlantiriladi va h.k.

Mamlakatlarda ta'rif mexanizmi orqali tashqi savdo siyosatini yuritish, birinchi navbatda ushbu mamlakatning asosiy tarmoqlari va yangi ishlab chiqarish sohalarining himoyalanganligiga ta'sir qiladi. O'zbekistonda avtomobilsozlik yangi va istiqbolli soha (tarmoq) hisoblanadi va tabiiyki, tarifli himoyaga muhtoj. Tarmoqni tarifli himoyalanişining haqiqiy darajasini quyidagi misolda ko'rib chiqamiz. Masalan, O'zbekistonda yangi mashinalar uchun import boji 40 foizni tashkil qilsin. Ushbu mashinani ishlab chiqarish uchun zarur bo'ladigan ehtiyot qismlar asosan chetdan keltirilsin va unga import boji 25 foiz miqdorida o'rnatilsin. Bir dona mashinaning narxi 10000 AQSh dollariga teng bo'lsa, ya'ni bitta avtomobil uchun zarur bo'lgan ehtiyot qismlarining narxi 7000 dollar, qo'shilgan qiymat esa 3000 dollarni tashkil etsin.

Avtomobil importiga 40 foiz tarif belgilanganligi uchun har bir avtomobil narxi 4000 dollarga o'sib, tarif bilan birga 14000 dollarni tashkil etadi. Ehtiyot qismlar importiga 25 foizli tarif kiritilishi ularga qilinadigan xarajatlarni 1750 dollarga oshirib 8750 dollarga yetkazadi. Oqibatda mahsulot birligiga ehtiyot qismlar xarajati 1750 dollarga oshdi. Qo'shilgan qiymat esa 2250 dollarga ($4000-1750 = 2250$) o'sdi. Shunday qilib, tarif kiritilgandan so'ng mahsulot birligiga to'g'ri keladigan qo'shilgan qiymat 5250 dollarni ($3000 + 2250 = 5250$) tashkil etdi.

Endi esa soha (tarmoq)ning samarali himoyasi formulasidan foydalanamiz.

$$\text{Yer} = (\text{YA} - \text{VA}) / \text{YA}.$$

Bu yerda: Yer - sohaning tarif bilan haqiqiy himoyalanganlik darajasi;

YA - bojxona tarifi kiritilgandan keyingi qo'shilgan qiymat;

VA - bojxona tarifi kiritilishidan oldingi qo'shilgan qiymat.

$$\text{YER} = ((3000 + 2250) - 3000) / 3000 = 2250 / 3000 = 0,75 \text{ yoki } 75\%.$$

Bu shuni bildiradiki, tayyor avtomobillarga 40% tarif va ehtiyot qismlarga 25% tarifni joriy qilib, davlat milliy avtomobilsozlikni haqiqatda 75% tarifli himoyalanganligini ta'minlaydi.

Proteksianizm siyosatning muhim tamoyili ham shundaki, davlat tayyor mahsulotlarga bojni ko'tarish va yarim tayyor mahsulotlarga esa uning miqdorini pasaytirish orqali tarmoqning haqiqiy himoyalanganligini yanada oshiradi.

Agar mamlakatlar bojxona ittifoqiga birlashsalar, unda bojxona tarifi, barcha ishtirokchi mamlakatlar uchun ularning savdo munosabatlarida yagona bo'lib qoladi. Bojxona tariflari miqdori alohida mamlakatlar iqtisodiyotida va jahon xo'jaligida yuz berayotgan jarayonlar ta'sirida yuzaga keladi. Jahonda importga bojxona bojlarining

pasayish tendensiyasi kuzatilmoqda va u ikki tomonlama hamda ko'p tomonlama muzokaralar asosida mamlakatlar tomonidan rag'batlantiriladi va nazorat qilinadi.

Bojxona bojlarini joriy qilishni qo'llovchi fikrlarga aksincha bo'lgan mulohazalar ham mavjud. Chunki sanab o'tilgan natijalarga boshqa usullar bilan kamroq yo'qotishlar hisobiga ham erishsa bo'ladi degan fikrlar ham qaysidir darajada asoslidir.

Birinchidan, import tariflari iste'molchilar turmush darajasining pasayishiga olib keladi.

Ikkinchidan, import tariflari kiritilishi oqibatida ular vositasida himoya qilinayotgan tarmoqlarda resurslar samarasiz sarflanadi.

Uchinchidan, tariflarni kiritish va ular stavkasini belgilash masalasida mamlakat imkoniyatlari xalqaro bitimlar bilan cheklangan.

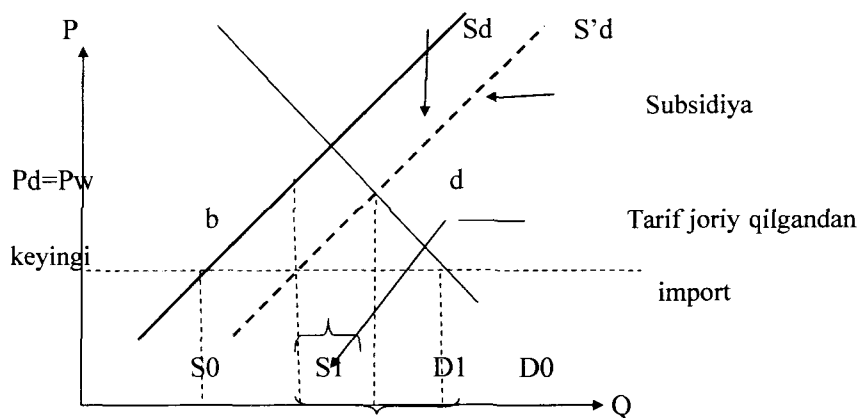
30.2. Ishlab chiqaruvchilarga subsidiyalar va importni kvotalar orqali tartibga solish

Miliy ishlab chiqaruvchilarni xorijiy firmalar raqobatidan himoya qilishning muqobil usuli ularga bevosita subsidiya berish hisoblanadi.

Ishlab chiqarish subsidiyasining tariflardan afzalligi shundan iboratki, u bir tomondan, milliy ishlab chiqarishni S0 dan S1 gacha o'sishini ta'minlasa (30.2-rasm), ikkinchi tomondan, iste'molning mutlaq kamayishiga olib kelmaydi. Chunki, ichki narxlar jahon narxlaridan qimmatlashmaydi.

Subsiya sharoitida ishlab chiqaruvchilar uchun ichki narxlar darajasi P_d , jahon narxlari P_w darajasiga teng. Shuning uchun, haqiqiy iste'mol hajmi D_0 ga teng. Tarif kiritilgan sharoitda esa u D_1 gacha kamaygan bo'lar edi. Mamlakat farovonligidagi mutlaq yo'qotish esa «b» sohasidangima iborat bo'ladi. Ayni paytda ishlab chiqarishga berilgan bevosita subsidiyalar ishlab chiqarish xarajatlarining samarali

taqsimlanishini kafolatlamaydi, chunki aynan qaysi tarmoqni xalqaro raqobatdan himoya qilishni bilish qiyin bo'лади. Subsidyalarni joriy qilgandan so'ng ularni bekor qilish qiyin bo'лади, raqobat muhiti yo'qoladi hamda bu xarajatlarni moliyalashtirish muammosi kuchayib boraveradi. Shuning uchun iqtisodiyotni tartibga solish, bandlik darajasini oshirish va yalpi talabni qondirish maqsadida fiskal va pul-kredit siyosatlari qo'llaniladi. Ushbu siyosatlarni qo'llashdan asosiy maqsad mamlakat ishlab chiqarishini xalqaro raqobatdan himoya qilish, ishsizlik darajasini eng past holatga keltirish va xalq farovonligini oshirishdan iborat.



Subsidia joriy qilgandan keyingi import

30.2-rasm. **Ishlab chiqaruvchilarga subsidia berilishining iqtisodiy oqibatlari**

Jahon amaliyotida tashqi iqtisodiy faoliyatni tartibga solishning bilvosita usullariga qaraganda bevosita usullaridan kengroq foydalaniladi. Bevosita usullar mazmuniga ko'ra, iqtisodiy, ma'muriy, me'yoriy - huquqiy ko'rinishga ega bo'lishi mumkin.

Litsenziyalash va kvotalash iqtisodiy xarakterdagi bevosita usullar ichida keng tarqalgani hisoblanadi.

Litsenziyalash – bu, tashqi iqtisodiy operatsiyalarni amalga oshirishga davlat tashkilotlaridan ruxsat olishning ma’lum tartibidir. Tashqi iqtisodiy operatsiyalarga mahsulotlar, ishchi va hizmatchilar eksporti hamda moliya operatsiyalarini o’tkazish, xorijga ishchi kuchini ishga joylashtirish va boshqalar kiradi. O‘zbekistonda litsenziyalar faqat davlat ro‘yxatida qayd etilgan tashqi iqtisodiy faoliyat qatnashchilariga beriladi. Ularni boshqa yuridik shaxslarga berish taqiqlangan.

Mahsulotlar eksporti va importini litsenziyalash davlatga ular oqimini qattiq tartibga solish, ba’zi hollarda ularni vaqtincha chegaralash va shu asosda tashqi iqtisodiy taqchillik o‘shishining to‘xtash hamda savdo balansining tenglashtirish imkonini beradi.

Umuman, import mahsulotlarga beriladigan litsenziyalar quyidagi usullar yordamida joylashtiriladi.
1. Ochiq auksion – davlat litsenziyalarni yuqori baholarni taklif qilgan ishlab chiqaruvchilarga berishi
2. Afzal ko‘rish tizimi – davlat birinchi navbatda litsenziyalarni ishlab chiqarish hajmi jihatdan yirik bo‘lgan firma va kompaniyalarga hech qanday shart va talablarsiz beradi
3. Xarajat usuli – davlat litsenziyalarni yirik ishlab chiqarish quvvatlariga va resurslarga ega bo‘lgan firma va kompaniyalarga beradi

Mahsulotlar, shuningdek, ishchi va hizmatchilar eksporti va importiga litsenziyalar berish huquqiga O‘zbekiston Respublikasining quyidagi boshqaruv tashkilotlari ega: Vazirlar Mahkamasi, Moliya, Adliya, Ichki ishlar, Sog‘liqni saqlash, Xalq ta’limi vazirliklari, shuningdek, Markaziy bank.

Moliya operatsiyalarini o‘tkazishga litsenziyalar asosan Respublika Moliya vazirligi va Markaziy bank tomonidan o‘z va xorijiy banklarga, moliya muassasalariga beriladi. Ular moliya-kredit muassasalariga mamlakat ichida va uning tashqarisida chet el valyutasi bilan

operatsiyalarni amalga oshirish, xorijiy moliya-kredit muassasalariga esa ichki bozorda yuridik va jismoniy shaxslarga hizmat ko'rsatish huquqini beradi.

Litsenziyalash bilan bir qatorda jahon amaliyotida mahsulotlarni, shuningdek, ishchi kuchi eksport va importini chegaralash maqsadida kvotalash keng qo'llaniladi.

Bu usulning mohiyati shundan iboratki, unda vakolatli davlat yoki xalqaro tashkilot alohida mahsulotlar, hizmatlar, mamlakatlar va mamlakatlar guruhi bo'yicha ma'lum davrga eksport va importga miqdoriy yoki qiymat chegaralarini belgilaydi. Davlat tomonidan tartibga solish tadbiri sifatida kvotalash to'lov balanslarini ichki bozorda talab va taklifni balanslashtirish uchun muzokaralarda o'zaro kelishuvga erishish uchun qo'llaniladi. O'zbekistonda kvotalash xalq iste'moli mollarini va strategik xomashyoning muhim turlarini olib chiqishni chegaralash usuli sifatida qo'llanilmoqda.

Kvotalash faqat mahsulot oqimlarinigina emas, balki ishchi kuchi oqimlarini tartibga solishda ham qo'llaniladi. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlar ichki mehnat bozorini himoyalash maqsadida xorijdan ishchi kuchi importiga kvotalar o'rnatadi.

Hozirgi vaqtda kvotalash bojlarga nisbatan ko'proq qo'llanilishiga ikkita sabab bor:

1. Tarif stavkalari xalqaro savdo kelishuvlariga asosan belgilanadi. Ayrim hollardan tashqari vaziyatlarda, mamlakatlar tarif stavkasini oshira olmaydilar va shuning uchun iqtisodiyotni raqobatdan himoya qilish maqsadida kvotalarga e'tiborni qaratishga majbur bo'ladi.

2. Himoyaga muhtoj tarmoqlar ham importga kvotalar joriy qilishni qo'llaydi. Chunki, tarifni joriy qilishga nisbatan imtiyozli litsenziyalar olish osonroqdir.

Import kvotalari erkin raqobat sharoitiga ko'proq mos keladi. Tariflarga nisbatan kvotalarni joriy qilishdan ko'riladigan farovonlikdagi yo'qotishlar ikki holatda katta bo'ladi. Birinchidan, kvotalar mahsulotlar import qilayotgan milliy ishlab chiqaruvchilar yoki xorijiy firmalar monopol hukmronligi darajasini oshiradi. Ikkinchidan, importga litsenziyalar samarasiz joylashtiriladi.

30.3. Eksport subsidiyalari. Eksport bojlari va eksportni ixtiyoriy cheklash

Ko'pchilik hollarda eksportni davlat tomonidan rag'batlantirish tadbiri sifatida ko'pgina mamlakatlarda eksport subsidiyalari qo'llaniladi. Bunda tajriba - konstruktorlik ishlari va eksportga mo'ljallangan ishlab chiqarishni bevosita moliyalashtirish yoki bu maqsadlarga davlat byudjetidan imtiyozli kreditlar berish ko'zda tutiladi.

Eksport subsidiyalari turli shakllarda qo'llaniladi. Bularga:

- eksportyor firmalarga yoki xorijiy sheriklarga past foizli kreditlar berish;

- reklama xarajatlarini davlat hisobidan qoplash, bozor konyunkturasi haqida tekin axborot yetkazib berish;

- firmalarga ishlab chiqarish hajmidagi eksport ulushiga muvofiq soliq imtiyozlarini berish;

- bevosita subsidiyalash kiradi.

Eksport subsidiyalarining berilishi milliy ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozorda raqobatbardoshligini oshiradi. Ammo importyor davlatlar tomonidan kiritiladigan kompensatsion import bojlari bu yutuqni yo'qqa chiqarishi mumkin. Oqibatda eksportyor davlat byudjeti yo'qotishga uchraydi, importyor davlat byudjeti esa qo'shimcha daromad ko'radi. Bu tadbir dempingga qarshi kurash ko'rinishlaridan biridir.

Dempingga qarshi qaratilgan bojlar jahon amaliyotida keng qo'llanilib, o'zida qo'shimcha import bojlarini aks ettiradi. Ular odatda, jahon narxlaridan yoki import qilayotgan mamlakat ichki narxlaridan past narxlar bo'yicha, eksport qilinayotgan mahsulotlarga o'rnatiladi. Bu bojlarni belgilash haqidagi qarorni xalqaro sud mahalliy ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar murojaatidan so'ng chiqaradi hamda uning miqdorini va to'lash tartibini belgilaydi. Masalan, dempingga qarshi bojlar o'z valyuta resurslarini to'ldirish maqsadida jahon bozoriga xomashyo resurslarini eksport qilishni ko'paytirgan sobiq ittifoqdosh respublikalarga nisbatan faol qo'llanilmoqda.

Eksportga tariflar yoki eksport bojlari kiritilishining oqibati import bojlari kiritilishi oqibatining aynan aksidir. Eksport bojlari kiritilishi

sharoitida mahsulotlar ichki bahosi ularning tashqi bahosidan pasayadi. Bunday vaziyatlarda ichki iste'mol o'sadi, ishlab chiqarish va eksport kamayadi. Eksportga bojlarni joriy qilish natijasida milliy ishlab chiqaruvchilar yo'qotishga duch keladilar. Tashqi bozordagi baholarga nisbatan ichki bahoning kamayishidan iste'molchilar yutuqqa erishsa, davlat esa daromadga ega bo'ladi.

Ixtiyoriy ravishda eksportni cheklash eksport kvotalarining bir turi bo'lib, xorij mamlakatlarining ayrim mamlakatlarga "ixtiyoriy" eksport miqdorlarini cheklashdan iborat.

Bu yerda "ixtiyoriy so'zi" shartli xarakterga ega. Chunki, eksport qilayotgan mamlakat savdo siyosatida o'z hamkorlari tomonidan birorta noxushlikka duch kelmasligi uchun eksport miqdorini cheklaydi.

Ixtiyoriy ravishda eksportni cheklash ikki xil xususiyatga ega:

1. Ixtiyoriy ravishda eksportni cheklash milliy iste'molchilar uchun tarif va kvotalarni belgilashga nisbatan ancha sezilarsiz. Shuning uchun iste'molchilar ularni e'tiborsiz qabul qiladilar va hukumatga norozilik bildirmaydilar.

2. Ixtiyoriy ravishda eksportni cheklash sharoitida xorij iste'molchilari ular sotib olayotgan eksport mahsulotiga yuqoriroq narx belgilashlari mumkin.

Shunday qilib, xorijliklar ixtiyoriy ravishda eksportni cheklash sharoitida eksportyor ko'rgan yo'qotishlarni narxlarni oshirish hisobiga qoplashadi.

Savdo siyosatini amalga oshirishning ko'rib o'tilgan usullarining har biri ijobiy jihatlari bilan birga salbiy oqibatlariga ham ega. Mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligi darajasi kuchayib borgan sari tashqi savdo liberallashtirib boriladi. Mamlakatning xalqaro savdo tashkilotlariga a'zo bo'lishi bu jarayonning qonuniy natijalaridan biridir. Tashqi savdoni erkinlashtirilishi iqtisodiyotda bozor munosabatlarini yanada rivojlantirishga olib keladi.

Mamlakat makroiqtisodiy siyosatini yuritishda mamlakatning boshqa mamlakatlar bilan olib boradigan savdo munosabatlarini muvofiqlashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuasi hisoblangan tashqi savdo siyosati muhim o'rin egallaydi.

Tashqi savdo siyosati milliy iqtisodiyot ehtiyojlari uchun zarur bo'lgan mahsulotlarni oqilona import siyosati hisobiga to'ldirishi hamda milliy iqtisodiyotda ortiqcha bo'lgan mahsulotlarni eksport qilish hisobiga mamlakatning jahon bozoridagi o'rini mustahkamlash vazifasini hal etadi.

Mamlakatlar tashqi savdoni tartibga solishda ustun ravishda savdoni erkinlashtirishga imkon beruvchi iqtisodiy vositalardan biri hisoblangan importga solinadigan bojxona bojini qo'llaydilar va bojxona bojlari davlat g'aznasini to'ldirishga imkon beruvchi fiskal funksiyani, milliy ishlab chiqaruvchilarni xorijiy raqobatdan himoyalash funksiyasini bajaradi.

Milliy ishlab chiqaruvchilarni xorijiy firmalar raqobatidan himoya qilishning muqobil vositasi ularga bevosita subsidiya berish hisoblanadi va subsidiyaning tariflardan afzalligi milliy ishlab chiqarishni o'sishini ta'minlaydi, iste'molning mutloq kamayishiga olib kelmaydi.

Mahsulotlar eksporti va importini litsenziyalash hamda kvotalash davlatga ular oqimini qattiq tartibga solish, ba'zi hollarda ularni vaqtincha chegaralash asosida tashqi iqtisodiy taqchillik o'sishining to'xtatish orqali savdo balansining tenglashtirish imkonini beradi.

Savdo siyosatini amalga oshirishning ko'rib o'tilgan usullarining har biri ijobiy jihatlari bilan birga salbiy oqibatlarga ham ega. Mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligi darajasi kuchayib borgani sari tashqi savdo erkinlashib boradi.

30.5. O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA TASHQI SAVDO STATISTIKASI

Respublikaning tashqi savdo aylanmasi 2016-yil yakuni bo'yicha 24309,4 mln AQSh dollarini yoki o'tgan yilning shu davriga nisbatan 97,5 foizni, shu jumladan MDH mamlakatlari bo'yicha 8461,5 mln AQSh doilarini (88,6 foiz), boshqa xorijiy mamlakatlar bo'yicha 15847,9 mln AQSh dollarini (103,1 foiz) tashkil qildi. Eksport hajmi 12178,7 mln AQSh dollarini, import esa 12130,7 mln AQSh dollarini tashkil qildi.

2016-yilda tashqi savdo aylanmasi 2000-yilga nisbatan 3,9 martaga o'sdi. Tashqi savdo aylanmasida MDH davlatlarining ulushi 34,8 foizni, boshqa xorijiy davlatlarning ulushi 65,2 foizni tashkil etdi.

Eksport hajmi 2000-yilda 3264,7 mln AQSh dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2016-yil yakuni bo'yicha bu ko'rsatkich 12178,7 mln AQSh dollariga teng va o'sish sur'ati 3,7 barobarga o'sdi. 2016-yilda eksport hajmida MDH davlatlarining ulushi 36,3 foizni, boshqa xorijiy davlatlarning ulushi esa 63,7 foizni tashkil etdi.

30.1-jadval

O'zbekiston Respublikasining 2000-2016-yillardagi tashqi savdo aylanmasi

mln.AQSh.dollari

	2000 y.	2016 y.	2016-yil 2000-yilga nisbatan, da
Tashqi savdo aylanmasi	6212,1	24309,4	3,9 m.
MDH davlatlari	2297,8	8461,5	3,7 m.
boshqa xorijiy davlatlar	3914,3	15847,9	4,0 m.
Eksport	3264,7	12178,7	3,7 m.
MDH davlatlari	1172,2	4415,3	3,8 m.
boshqa xorijiy davlatlar	2092,5	7763,4	3,7 m.
Import	2947,4	12130,7	4,1 m.
MDH davlatlari	1125,6	4046,2	3,6 m.
boshqa xorijiy davlatlar	1821,8	8084,5	4,4 m.
Saldo	317,3	48,0	x
MDH davlatlari	46,6	369,1	x
boshqa xorijiy davlatlar	270,7	-321,1	x

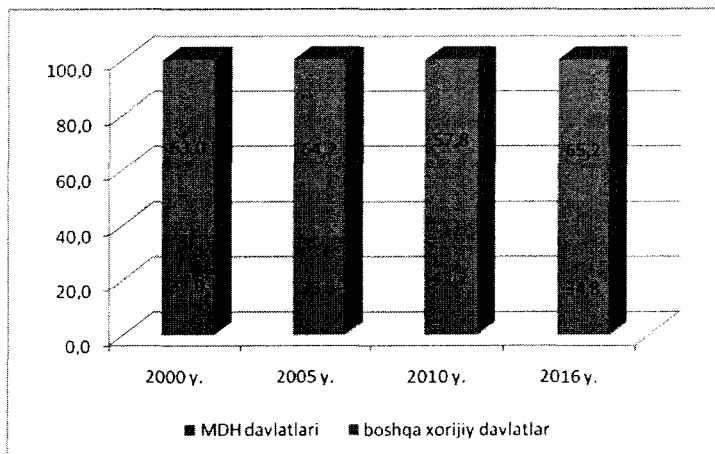
2000-yilda import hajmi 2947,4 mln AQSh dollariga bo'lgan bo'lsa, 2016-yil yakuni bo'yicha bu ko'rsatkich 12130,7 mln AQSh dollarini tashkil qildi va 4,1 barobarga o'sdi. Import hajmida MDH davlatlarining

ulushi 33,4 foizni, boshqa xorijiy davlatlarning ulushi 66,6 foizni tashkil etdi.

Eksport va import o'rtasidagi ijobiy saldo 2000-yilda 317,3 mln AQSh dollari va 2016-yilda esa ushbu ko'rsatkich 48 mln AQSh dollari tashkil etdi (30.1-jadval).

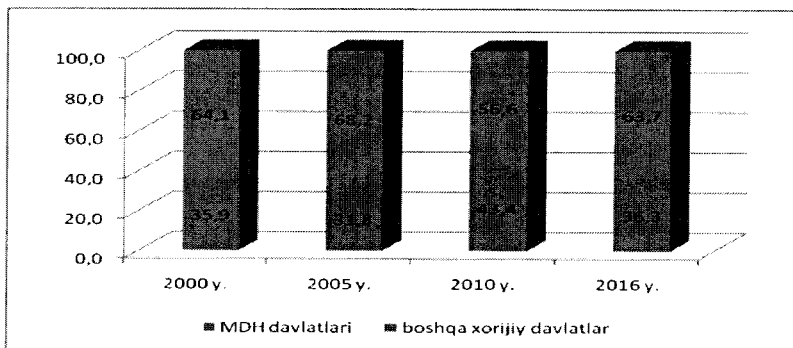
O'zbekiston Respublikasi 2016-yil mobaynida jahonning 175 ta mamlakati bilan tashqi savdo operatsiyalarini amalga oshirdi va 86 ta mamlakat bilan ijobiy saldog'a erishgan.

Shu bilan birga, tashqi savdo aylanmasida MDH davlatlarining ulushi 2000-yilda 37,0 foizni tashkil etgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2016-yilda 34,8 foizga teng bo'ldi, shunga muvofiq boshqa xorijiy davlatlarning ulushi 63,0 foizdan 65,2 foizga oshgan (30.1-rasm).



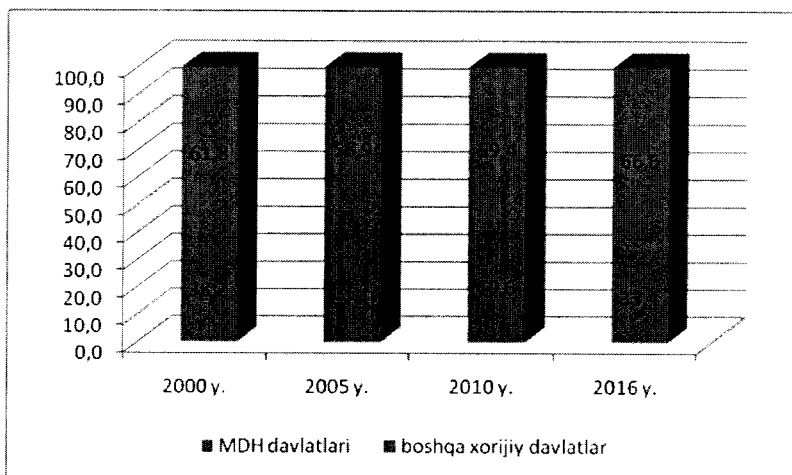
30.3-rasm. MDH va boshqa xorijiy davlatlarning tashqi savdo aylanmasidagi ulushi (foizda)

Eksport hajmida MDH davlatlarining ulushi 2000 yildagi 35,9 foizdan 2016 yilda 36,3 foizgacha o'sdi, shunga muvofiq boshqa xorijiy davlatlarning ulushi 64,1 foizdan 63,7 foizgacha kamaydi (30.4-rasm).



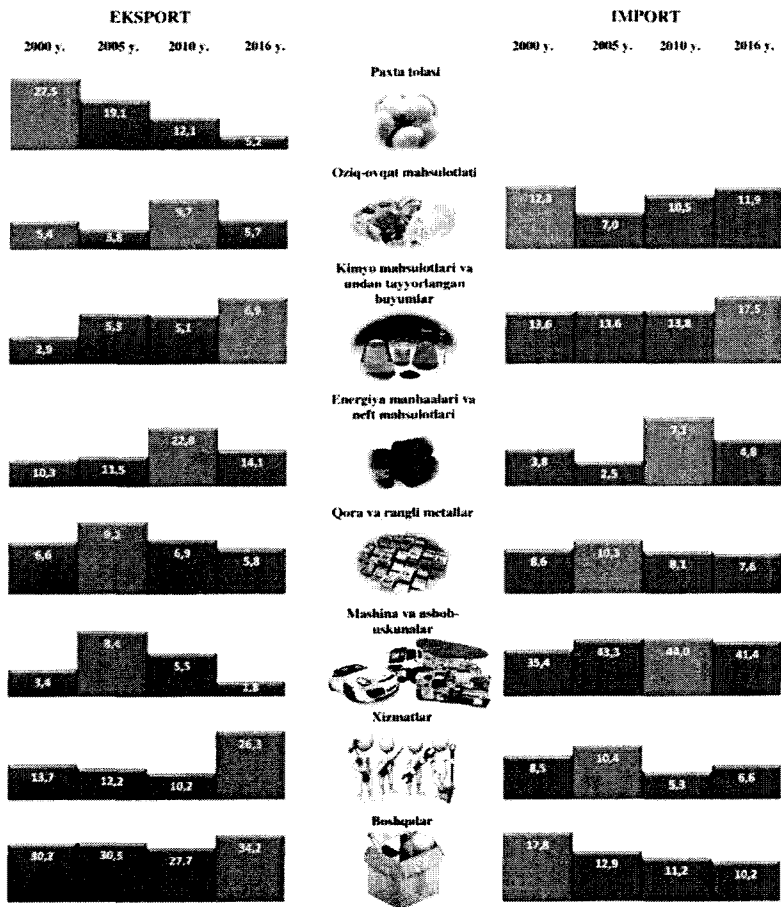
30.4-rasm. MDH va boshqa xorijiy davlatlarning eksportdagi ulushi
(foizda)

2000-yilda import hajmida 38,2 foizni tashkil etgan MDH davlatlarining ulushi, 2016-yilda 33,4 foizgacha kamaydi, boshqa xorijiy davlatlarning ulushi esa 61,8 foizdan 66,6 foizgacha o'sdi (30.5-rasm).



MDH va boshqa xorijiy davlatlarning importdagi ulushi
(foizda)

O'zbekiston Respublikasining eksport va import tarkibi



30.6-rasm. O'zbekiston

Respublikasining eksport va import tarkibi

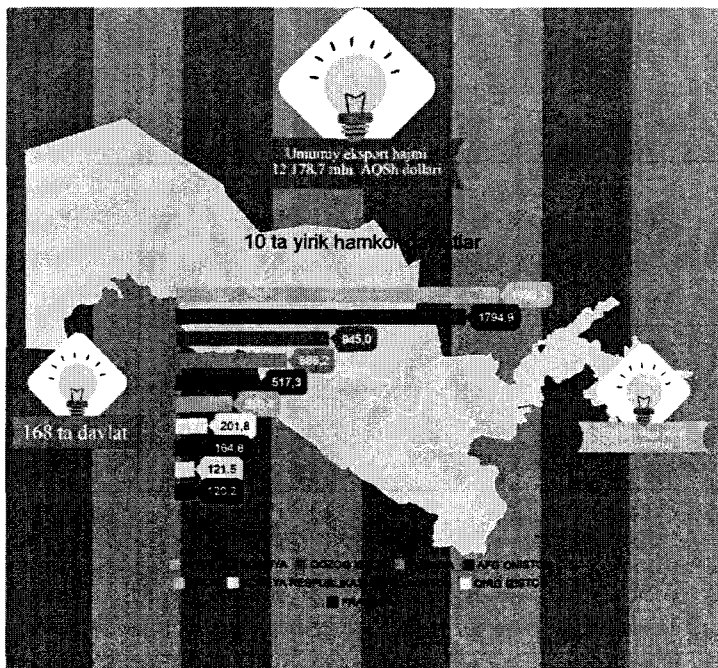
Mamlakatimizda so'nggi yillarda sanoat tuzilmasini diversifikatsiya qilinishi natijasida respublikaning eksport tarkibi sezilarli darajada o'zgarishiga erishildi. Ta'kidlash lozimki, o'tgan davr mobaynida xomashyo eksportidan tayyor mahsulot eksport qilinishiga erishildi. Xususan, 2000-yilda eksport tarkibida paxta tolasining ulushi 27,5 foizni

tashkil etgan bo'lsa, 2016-yil natijalariga ko'ra bu ko'rsatkich 5,2 foizni, qora va rangli metallar 6,6 foiz o'rniga 5,8 foizni tashkil qildi. Oziq-ovqat mahsulotlari esa 5,4 foizdan 5,7 foizga, kimyo mahsulotlari va undan tayyorlangan buyumlar 2,9 foizdan 6,9 foizga, energiya manbaalari va neft mahsulotlari 10,3 foizdan 14,1 foizga, xizmatlar 13,7 foizdan 26,3 foizga va boshqa tovarlar 30,2 foizdan 34,2 foizga o'sishiga erishildi (30.6-rasm).

Tashqi savdo bo'yicha asosiy hamkorlar MDH davlatlar orasida Rossiya va Qozog'iston bo'lsa, boshqa mamlakatlar orasida Xitoy, Turkiya, Afg'oniston, Eron va Koreya Respublikasi hisoblanadi.

5- diagramma

O'zbekiston Respublikasining yirik eksport hamkorlari



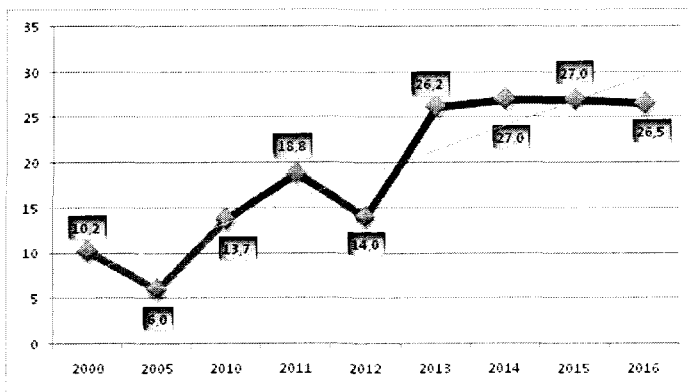
30.7-rasm. O'zbekiston Respublikasining yirik eksport hamkorlari

Hozirgi davrda deyarli 2000 turdagi tovar va xizmatlar dunyoning 168 dan ortiq mamlakatlariga (Yevropa mamlakatlari, MDH, Osiyo, Shimoliy va Janubiy Amerika, Afrika va Avstraliya davlatlarini qoʻshgan holda) yetkazib berilmoqda. 2000-yilga nisbatan eksport boʻyicha hamkor davlatlar soni 31 taga koʻpaygan (30.7-rasm).

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING EKSPORTDAGI OʻRNI

Bozor islohotlarini chuqurlashtirish, ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, raqobatni rivojlantirish va xususiy mulkni himoya qilishga qaratilgan kompleks tizimli chora-tadbirlarni amalga oshirish natijasida soʻnggi yillarda turli sohalarda kichik biznes subyektlari soni koʻpaymoqda. Eksportga yoʻnaltirilgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlanishi ularni eksport hajmini oʻsishiga qoʻshgan hissasini oshishiga yordam berdi.

Eksportda kichik biznesning ulushi



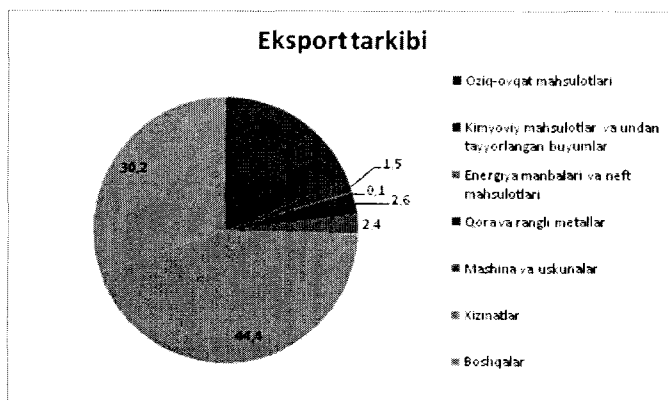
30.8-rasm. Eksportda kichik biznesning ulushi

Statistik koʻrsatkichlarning dinamikasi shuni koʻrsatadiki, mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning roli yildan-yilga ortib bormoqda.

2016-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari tomonidan 3223,2 million AQSh dollari miqdorida tovarlar (ishlar, xizmatlar) eksport qilindi (umumiy eksport hajmining 26,5 foizi), bu 2010-yilga nisbatan 80,8 foizga ko‘p va 2000-yilga qaraganda deyarli 10 baravar ko‘p.

Korxonalarining aksariyat qismi xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashganiga qaramasdan, eksport qilishda kichik biznes qariyb 45 foizni tashkil etsada, ularning faoliyati ko‘plab ishlab chiqarish segmentlarini qamrab oladi.

Asosiy eksport qilinadigan mahsulotlar sirasiga ho‘l va qayta ishlangan meva-sabzavot mahsulotlari, shuningdek, tayyor to‘qimacilik va charm mahsulotlari, zamonaviy qurilish va pardozlash buyumlari, mexanik asboblari, elektrotexnika va maishiy buyumlar kiradi.

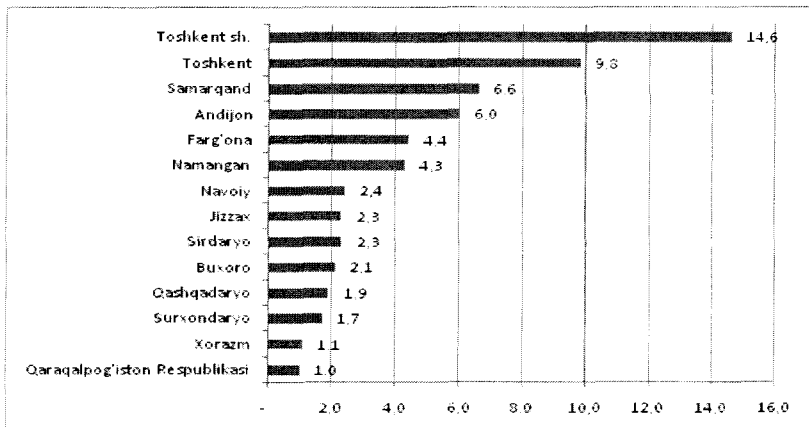


30.9-rasm. Eksport tarkibi

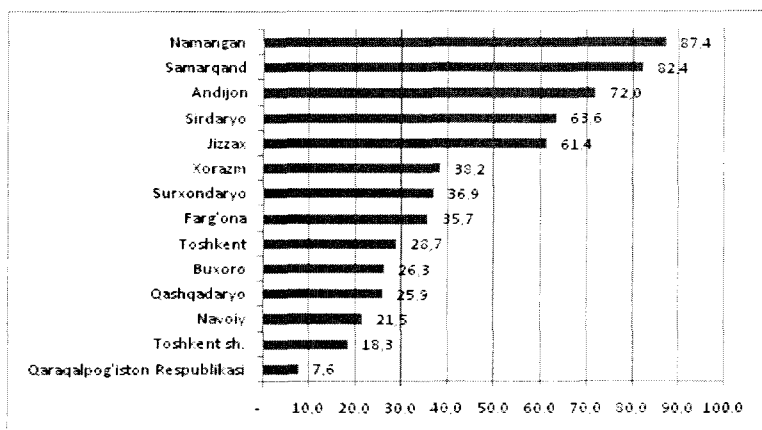
2016-yilda 3000 ortiq kichik biznes subyektlari tomonidan 154 mamlakatga eksport amalga oshirildi.

Toshkent shahri tashqi savdo bilan shug‘ullanuvchi korxonalar soni jihatidan va eksport faoliyatidan olingan tushumlar bo‘yicha peshqadam hisoblanadi. 2016-yilda 1150 dan ziyod tadbirkorlar eksportning 15 foizini ta’minladi, bu shaharning jami eksportining 18,3 foizini tashkil etadi.

Ikkinchi va uchinchi o'rinlarni Toshkent va Samarqand viloyatlari egallaydi. Tashqi bozorlarda faoliyat ko'rsatayotgan kichik korxonalar va mikrofirmalarning soni bo'yicha ular tegishlacha taxminan 10 foiz va 9 foizdan sal ko'proqni tashkil etadi.



30.10-rasm. Eksportda kichik biznesning hududlardagi ulushi¹⁾



30.11-rasm. Eksportda kichik biznesning hududlardagi jami eksportdagi ulushi

¹⁾ Hududlar bo'yicha taqsimlanmagan ma'lumotlarni qo'shmagan holda Andijon, Farg'ona va Namangan viloyatlarining ulushi bir oz kamroq. Shu bilan birga, hududining umumiy eksport hajmida Namangan viloyati kichik tadbirkorligining eksporti hajmi 87,4 foizni, Andijonda - 72,0 foizni tashkil etdi.

Eksportga bo'lgan talabning oshishi mamlakatni rivojlantirish uchun muhim manbadir. Doimiy tashqi iqtisodiy faoliyat olib boradigan tadbirkorlik subyektlari mavjudligiga qaramasdan, korxonalarining eksport imkoniyati to'liq amalga oshirilmayapti. Buning sabablari haqida gapirganda, tashqi bozorlarning imkoniyatlari va talablari bo'yicha ma'lumotlarning yetarli emasligi, chet elda raqobatning yuqoriligi, shuningdek, chet ellik sheriklar bilan muloqotni tashkil etishning murakkabligini aytib o'tish lozim.

Nazorat savollari:

1. Tashqi savdo siyosatining mohiyati nimadan iborat?
2. Tashqi savdoni cheklash usullari qanday?
3. Bojxona bojlari qanday turlarga ajratiladi?
4. Bojxona bojlari undirilishi nuqtayi nazaridan qanday ko'rinishlarda bo'ladi?
5. Hozirgi vaqtda kvotalash bojlarga nisbatan ko'proq qo'llanilishiga sabab nima?
6. Bojxona tariflarini kirtishni yoqlovchi mutaxassislar fikriga ko'ra import tariflari qanday ijobiy oqibatlarga olib keladi?
7. Mahsulotlar eksporti va importini litsenziyalash davlatga qanday imkoniyatlar beradi?
8. Eksport subsidiyalari va kompensatsion import bojlari qanday vaziyatlarda qo'llaniladi?
9. Eksport subsidiyalari qanday shakllarda qo'llaniladi?
10. Ixtiyoriy ravishda eksportni cheklash qanday xususiyatlarga ega?
11. Tashqi savdoni erkinlashtirilishi iqtisodiyotda qanday ahamiyat kasb etadi?

XXXI BOB. OCHIQ IQTISODIYOTDA VALYUTA KURSI SIYOSATI

31.1. Valyuta va jahon valyuta tizimi tushunchasi.

Xalqaro valyuta munosabatlari pulning xalqaro to'lov jarayoniga hizmat qilishi jarayonida vujudga keladi. U tashqi savdo bilan birga paydo bo'ldi va rivojlanishning uzoq yo'lini bosib o'tdi. Tarix davomida jahon puli va xalqaro hisob-kitob shakllari o'zgardi. Bir vaqtda valyuta munosabatlari ahamiyati o'sdi va ularning nisbatan mustaqil darajasi oshdi. Tovarlar, hizmatlar, kapitallar va ishchi kuchi harakati mamlakatdan mamlakatga ko'chadigan pul massasalari oqimi yordamida amalga oshadi. Bu harakatni tartibga solish zarurligi xalqaro valyuta tizimi va jahon valyuta tizimlarining shakllanishiga olib keldi. Valyuta – keng ma'noda mamlakat pul birligi (masalan, so'm, dollar, funt-sterling va hokazo)ni anglatadi. Qisqa ma'noda valyuta atamasi chet davlatlarning pul belgisi ma'nosida qo'llaniladi. Har bir milliy bozor xususiyl milliy valyuta tizimiga ega.

Milliy valyuta tizimi bazasida jahon bozori rivojlanishi natijasida tarkib topadigan va davlatlararo kelishuvlar bilan mustahkamlangan xalqaro valyuta munosabatlarini tashkil qilish shakli bo'lgan jahon valyuta tizimi amal qiladi.

Mamlakatlar o'rtasida tovar va hizmatlar oqimi ko'paygani sari pul vositalarini ayirboshlashi ham tobora oshib boradi, o'zaro hisob-kitoblardagi nomutanosiblik muammolari yuzaga keladi. Bularning barchasi jahon valyuta tizimining barpo etilishiga obyektiv shart-sharoitlar yaratadi. Uning maqsadi – mamlakatlar o'rtasidagi barcha turdagi bitimlarni amalga oshirishni tartibga solishdan va shuningdek, bu ishlarni tezlashtirishdan iborat. Shunday qilib, jahon valyuta tizimi – bu, xalqaro ayirboshlashning barcha shakllariga hizmat qilishga va ularning samarali rivojlanishini ta'minlashga qaratilgan mamlakatlar o'rtasidagi valyuta munosabatlarining yig'indisidir. Xalqaro iqtisodiy

munosabatlarning tarkibiy qismi sifatida u quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

1. Xalqaro bitimlarda foydalaniladigan to‘lov va kredit vositalarini (oltin, eng rivojlangan mamlakatlarning milliy valyutalari, xalqaro pul birliklari);

2. Valyuta kurslarini o‘rnatish va saqlab turish mexanizmini;

3. Valyuta bozorining ishlash tartibini;

4. Xalqaro hisob-kitoblarni amalga oshirish tartib va qoidalarini;

5. Valyuta yordamida tartibga solish va nazorat qilish tizimini;

6. Valyuta munosabatlarini tartibga solib turuvchi va jahon valyuta tizimining barqaror faoliyatini ta‘minlovchi xalqaro tashkilotlar tizimi (Xalqaro valyuta fondi, Umumjahon banki, Yevropa tiklanish va taraqqiyot banki).

Hozirgi zamonda xalqaro hisob-kitoblarda va kreditlashda asosan uch xil ko‘rinishdagi pul vositalari ishlatiladi:

- oltin, hozirda o‘zining asosiy to‘lov va hisob-kitob vositasi xususiyatini yo‘qotgan bo‘lsada, ammo ko‘pchilik valyuta zaxiralarining sezilarli qismini tashkil etadi va muhim tashqi savdo operatsiyalariga xizmat qilish va kreditlashni kafolatlash uchun ishlatiladi;

- jahonda asosiy o‘rin tutuvchi rivojlangan mamlakatlarning milliy valyutalari (AQSh dollari, YEVRO, Ingliz funt-sterlengi, Yaponiya ienasi va boshqalar);

- xalqaro pul birliklari.

Bunday pul birliklariga shu paytgacha qadar foydalanilgan EK Yu, SDR misol bo‘la oladi. Ular barcha mamlakatlar tomonidan tashqi savdo operatsiyalarini amalga oshirishda ishlatiladi. Xorijda kreditlash va investitsiyalashda, chet ellik ishchi kuchi mehnatiga, shuningdek, mamlakat valyuta zaxiralarini yaratishda qo‘llaniladi.

Xalqaro valyuta yoki xalqaro to‘lov-hisob va kreditlash vositalariga javob berishi kerak bo‘lgan talab ularning konvertirlashuvi hisoblanadi. Valyuta konvertirlashuvi deganda uni boshqa xorijiy valyutalarga almashish qobiliyati tushiniladi. Hozirgi paytda ular erkin konvertirlanadigan, qisman konvertirlanadigan va konvertirlanmaydigan valyutalarga ajratiladi.

Erkin konvertirlanadigan valyuta – bu, amaldagi kurs bo‘yicha har qanday boshqa xorijiy valyuta erkin va cheklanmagan miqdorda ayirboshlanadigan valyutadir. Bunga misol qilib AQSh, Yevropa hamjamiyatiga a‘zo mamlakatlar, Yaponiyalar valyutalarini kiritish mumkin.

Qisman konvertirlanadigan valyuta – bu, faqat ba‘zi xorijiy valyutalarga almashtiriladigan va xalqaro to‘lov oborotini qisman qamrab oladigan milliy valyutadir.

Konvertirlanmaydigan valyuta – bu, faqatgina ichki to‘lovlarga xizmat qiladigan va xorijiy valyutaga ayirboshlanmaydigan milliy valyutadir.

Konvertirlashni ichki va tashqi konvertirlashga ham ajratish mumkin. Ichki konvertirlash rezidentlarining mamlakat ichkarisida xorijiy valyutani sotib olishi, uni saqlab turishi va u bilan ayrim operatsiyalarni olib borishi imkoniyatini aks ettiradi. Tashqi konvertirlashda xorijda to‘lovlarni amalga oshirishga va moliyaviy aktivlarni ushiab turishga ruxsat etiladi. Valyutalarni konvertirlash ko‘pgina mamlakatlar olib borayotgan iqtisodiy siyosatlarining muhim maqsadi hisoblanadi.

31.2. Valyuta bozorini davlat tomonidan tartibga solish usullari

Bozordagi talab va taklif ta’siri natijasida vaqti-vaqti bilan valyuta kurslari o‘zgarib turadi. Davlat valyuta kurslarini barqororlashtirish uchun valyuta bozorining amal qilishiga bevosita yoki bilvosita aralashishi zarur. Buning bir qator usullari mavjud:

1. Zaxiralardan foydalanish. Valyuta kursini mustahkamlashning ko‘proq qo‘llaniladigan usuli – rasmiy zaxiralar bilan bozorda manipulyatsiya qilish hisoblanadi. O‘z-o‘zidan aniqki, valyuta zaxiralari alohida mamlakatlar ixtiyoridagi chet mamlakatlar valyutalarining zaxirasidir (Masalan, AQSh dollari, yevro va h.k.).

2. Savdo siyosati. Valyuta bozoriga ta’sir ko‘rsatishning boshqa tadbirlariga savdo va moliyaviy oqimlar ustidan to‘g‘ridan-to‘g‘ri nazorat qilishni kiritish mumkin. Masalan, AQSh dollarining

yetishmasligi sharoitida valyuta kursini tegishli darajada importni cheklash hisobiga ushlab turish mumkin. Xususan import hajmi boj yoki import kvotalarini kiritish bilan qisqarishi mumkin. Boshqa tomondan mamlakat hukumati eksport uchun milliy ishlab chiqaruvchilarga subsidiya berib, shu orqali xorijiy valyuta taklifini ko'paytirishi mumkin. Bu tadbirlardan foydalanishda vujudga keladigan asosiy muammo shundan iboratki, u jahon savdosi hajmini qisqartiradi, uning tarkibini va savdo aloqalarini o'zgartirib yuboradi, iqtisodiy maqsadga muvofiqlikning buzilishiga hissasini qo'shadi. Buning oqibatlarini hisobga olmaslik mumkin emas.

3. Valyuta nazorati. Boshqa muqobil variant valyuta nazorati hisoblanadi. Valyuta nazorati sharoitida hukumat milliy eksportyorlar olgan barcha tegishli chet el valyutalarini davlatga sotish talabi bilan ularning yetishmasligi muammosini hal qilishi mumkin. Keyin, hukumat o'z navbatida chet el valyutasining bu zaxirasini turli milliy importyorlar o'rtasida taqsimlaydi. Shu yo'l bilan hukumat milliy importni, milliy eksport hisobidan olingan chet el valyutasi miqdoriga cheklaydi.

Valyuta nazorati tizimi bir qator kamchiliklarga ega. Birinchidan, savdo cheklashlari (boj, kvota, eksportga subsidiya) kabi valyuta nazorati nisbiy ustunlik tamoyiliga asoslangan xalqaro savdoning tarkib topgan aloqalarini buzadi. Ikkinchidan, yetarli bo'lmagan valyuta resurslari ustidan valyuta nazorati jarayoni, so'zsiz, alohida importyorlarni kamsitilishi bilan bog'liq. Uchinchidan, nazorat tadbirlari iste'molchining tanlash erkinligiga tajovuz qilish hisoblanadi.

4. Ichki makroiqtisodiy tartibga solish. Valyuta kursi barqarorligini ushlab turishning oxirgi vositasi ichki soliq yoki pul siyosatidan shunday foydalanish hisoblanadiki, bunda tegishli chet el valyutasining yetishmasligi bartaraf qilinadi. Masalan, cheklovchi soliq va pul kredit siyosati tadbirlari mamlakat milliy daromadini boshqa bir davlat milliy daromadiga nisbatan pasaytiradi. Chunki, import miqyosi milliy daromad darajasiga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq bo'lib, bu o'sha boshqa davlat buyumlariga va demak, xorijiy valyutaga talabning cheklanishiga olib keladi.

31.3. Valyuta kursi va uni belgilovchi omillar.

Barcha xalqaro bitimlar valyutalarni ayirboshlash orqali olib borilishi tufayli har qanday ayirboshlashda bo'lgani kabi valyuta bahosini yoki valyuta kursini aniqlash zaruriyati paydo bo'ladi. Shunday qilib, valyuta kursi – bu, bir mamlakat pul birligining boshqa mamlakatlar pul birligida ifodalangan bahosidir. Valyuta kursini o'rnatish kotirovkalash deb ataladi. U to'g'ri va teskari kotirovkalashga ajratiladi. Agar xorijiy valyuta birligining bahosi milliy valyutada ko'rsatilsa, bunga to'g'ri kotirovkalash deb ataladi. Masalan, 1 AQSh dollari 975 so'mga, 1 Rossiya rubli 32 so'mga teng va hokazo. Teskari kotirovkalashda milliy valyutaning bir birligiga to'g'ri keladigan xorijiy valyutaning miqdori o'rnatiladi. Masalan, 1 o'zbek so'mi 0,001025 AQSh dollariga to'g'ri keladi. Dunyoning ko'p inamlakatlarida, shu jumladan, O'zbekistonda ham to'g'ri kotirovkalash qabul qilingan. Valyuta bozoridagi talab va taklifni solishtirish natijasida valyutaning bahosi yoki kursi aniqlanadi. O'zbek so'mining kursi O'zbekiston valyuta birjasida o'rnatiladi, uning ishtirokchilari valyuta operatsiyalarini olib borish huquqiga ega bo'lgan banklar hisoblanadi. Shu bilan birga, turli pul birliklari uchun valyuta kurslarini o'rnatish jarayonida bozor kuchlarining ta'sir etish darajasi bir xil emas. Bu ta'sir kuchiga bog'liq holda valyuta kurslarini qabul qilishning bir-biridan farq qiluvchi ikki varianti mavjud.

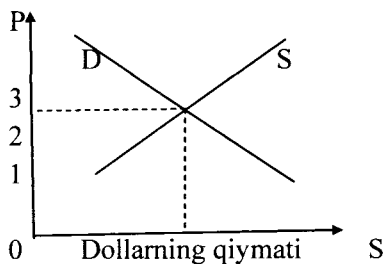
1. Talab va taklifga asosan aniqlanadigan egiluvchan yoki erkin suzib yuruvchi valyuta kursi tizimi.

2. Davlat aralashuvi asosida aniqlanadigan qat'iy belgilangan valyuta kursi tizimi.

Erkin suzib yuruvchi valyuta kurslari talab va taklif asosida aniqlanadi. Masalan, bir o'zbek so'mining AQSh dollariga almashishini qarab chiqamiz. Milliy valyuta kursining pasayishi natijasida dollarga talab kamayadi va taklif esa oshadi (17.1- rasm).

Dollarga bo'lgan talabning kamayishi D to'g'ri chizig'ida berilgan. Bu shuni ko'rsatadiki, agarda dollar o'zbekistonliklar uchun arzon

bo'lsa, amerika tovarlari ham ular uchun arzon bo'ladi va bu, o'z navbatida, ularning amerika tovarlariga bo'lgan talabini oshiradi.



31.1-rasm. Xorijiy valyuta bozori

Dollarning taklifi (S) kamaysa, so'mda belgilangan dollarning qiymati oshadi (ya'ni, dollarda belgilangan so'mning qiymati pasayadi). Bunday vaziyatlarda amerikaliklar ko'proq o'zbek tovarlarini sotib olish imkoniyatiga ega bo'ladi. Chunki, so'mning dollarga nisbatan qiymati pasaysa, u o'z navbatida o'zbek tovarlarining narxi ham pasayganini bildiradi va oqibatda ko'proq o'zbek tovarlarini sotib olish imkoni paydo bo'ladi.

O'zbek tovarlarini sotib olish jarayonida ular AQSh dollarini valyuta bozoriga olib chiqadi, chunki, o'zbek tovarlarini sotib olish uchun dollarni so'mga almashtirishadi. Dollarga bo'lgan talab va taklifning kesishgan nuqtasi dollarning so'mdagi qiymatini bildiradi.

Agarda, dollarning so'mdagi qiymati oshsa, so'm qiymatining pasayganligini yoki qadrsizlanganligini ko'rsatadi. Aksincha, agarda dollarning so'mdagi qiymati pasaysa, so'm qiymatining oshganligini yoki so'mning qimmatlashganligini ko'rsatadi. Bir birlik xorijiy valyutani sotib olish uchun kam miqdorda milliy valyuta sarf qilish milliy valyutaning qimmatlashuvini bildiradi. Agarda, dollarga nisbatan so'm qadrsizlansa, dollar so'mga nisbatan qimmatlashadi.

Qayd etilgan valyuta kursi – bu, xorijiy valyutada ifodalangan, davlat tomonidan rasmiy o'rnatilgan milliy pul birligining bahosi bo'lib, unga valyuta bozorida talab va taklifning o'zgarishi bevosita ta'sir qilmaydi.

Qayd qilingan valyuta kursi tizimi tarafdorlari ta'kidlaydilarki, undan foydalanish xalqaro savdo va moliya bilan bog'liq bo'lgan tahlika va noaniqlikni kamaytiradi. Qayd qilingan valyuta kurslarini qo'llash o'zaro foydali savdo va moliyaviy operatsiyalar hajmini kengaytirishga olib keladi. Ammo, qayd qilingan valyuta kurslari tizimining hayotga layoqatligi o'zaro aloqalar jarayonidagi ikki sharoitga bog'liq:

- zaxiralarning mavjudligi;
- o'z hajmi bo'yicha sezilarsiz kamyoblik yoki to'lov balansi aktivlarining tasodifiy vujudga kelishi. Katta va doimiy kamyobliklar mamlakat zaxiralarini yo'qqa chiqarishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, valyuta kurslarining talab va taklif ta'siri ostida shakllanish darajasi, o'z-o'zicha kurslar o'rtasidagi nisbatlarga ta'sir etuvchi real jarayonlarni aniqlab bera olmaydi. Chet el valyutalariga talab va taklifga, demak, valyuta kurslariga mamlakatdagi ham ichki va ham tashqi iqtisodiy munosabatlar majmui bevosita yoki bilvosita ta'sir ko'rsatadi.

Valyuta kurslarining o'zgarishiga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Ularni qisqacha qarab chiqamiz:

1. Iste'molchilar didining boshqa mamlakat buyumlariga nisbatan o'zgarishi.
2. Turli mamlakatlarda daromadlardagi nisbiy o'zgarishlar.
3. Bahodagi nisbiy o'zgarishlar.
4. Nisbiy real foiz stavkalari. Faraz qilamiz, AQSh inflyatsiyani quvib o'tish maqsadida "qimmat pul" siyosatini amalga oshira boshlaydi. Natijada, real foiz stavkalari (mflyatsiya sur'atmi hisobga olib o'zgartirilgan (korrektirovka qilingan) foiz stavkalari) AQShda boshqa mamlakatlar, masalan, Buyuk Britaniyaga qaraganda ko'tariladi. Britaniyalik jismoniy shaxs va firmalar ishonch hosil qiladiki, AQSh moliyaviy vositalarni qo'yish uchun juda jozibador va qulay joyga aylanadi. Amerika moliyaviy aktivlariga talabning bu ko'payishi Angliya funti taklifining kengayganligi va shu sababli dollar qiymati o'sganligini bildiradi.
5. Spekulyatsiya.

Dollar kursi pasayishi, funt kursi esa, aksincha ko'tarilishi to'g'risidagi prognozlar natijasida dollarni ushlab turuvchilar ularni funtga aylantirishga harakat qiladi va shu bilan funtga bo'lgan talabni oshiradi. Bu almashish, dollar kursining pasayishini va funt kursining oshishini keltirib chiqaradi.

Valyuta almashinuv kursini tartibga solish bu vaziyatdan chiqishning yagona yo'lidir.

Valyuta bozori, depozitlar (qo'yilmalar) va qimmatbaho qog'ozlar bozori bilan bevosita aloqaga ega. Bunda asosan foiz me'yorlari asosiy ahamiyatga ega. Agarda, foiz me'yorlari baholar o'sishini qoplasa, mijozlar esa moliya institutlariga ishonch hosil qilishsa, jamg'arma bozori valyuta bozoriga asosiy raqobatchi bo'lishi mumkin. Ko'pgina mamlakatlarning statistik kuzatishlaridan shu ma'lum bo'lganki, depozitlar va qimmatbaho qog'ozlar bozoridagi operatsiyalar o'sishi bilan, valyuta bozorlariga iste'molchilar tomonidan bo'ladigan ta'sir o'z-o'zidan kamayadi.

Sarmoyachilar qanday qilib bo'lsa ham o'zlarining vaqtincha bo'sh turgan resurslaridan unumli foydalanish va shuningdek, nafaqat o'z resurslaridan, balki xorij aktivlaridan ham foydalanish yo'llarini izlashadi. Chunki, jahon moliya bozorining asosiy qismini kapital aktivlar tashkil etadi.

Agarda, depozit stavkalari oshsa, pul oqimi valyuta kursining oshishiga olib keladi. Xorijiy sarmoyadorlar uchun, ya'ni, ushbu mamlakat depozitiga o'z sarmoyalarini qo'yishni xohlovchilar uchun ularning valyutalari foiz stavkalaridan keladigan foydadan ko'ra qimmatliroq bo'ladi.

31.4. Nominal va real valyuta kurslari

Valyuta kurslari o'zining nominal va real ko'rinishlariga ega bo'ladi. Nominal valyuta kursi bu bir birlik xorijiy valyutani muayyan birlikdagi milliy valyutalarga yoki aksincha bir birlik milliy valyutani muayyan birlikdagi xorijiy valyutaga almashtirish kursidir. Yuqorida keltirilgan kurslar nominal valyuta kursiga misol bo'ladi.

Real valyuta kursi ikki mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarlarning nisbiy narxidir.

Real valyuta kursi bir mamlakat tovarlari boshqa mamlakat tovarlariga almashishi mumkin bo'lgan nisbatni ko'rsatadi, shu tufayli u savdo sharoiti deb ham yuritiladi.

Nominal va real valyuta kurslari o'rtasidagi nisbat quyidagi ko'rinishga ega.

$$E_r = E_n \times R_d / R_t$$

Bu yerda : E_r — real valyuta kursi;

E_n – nominal valyuta kursi ;

R_d – milliy valyutada ko'rsatilgan ichki narxlar darajasi (indeksi);

R_t – xorijiy valyutada ko'rsatilgan chet eldagi narxlar darajasi (indeksi).

Har ikkala mamlakatdagi narxlar darajasi (indeksi) bir xil bazis yilga nisbatan berilgan. Real valyuta kursining ko'tarilishi yoki pasayishi bu mamlakat tovarlari raqobatbardoshligining pasayganligi yoki oshganligini anglatadi. Umuman valyuta kursi tovarlar, hizmatlar, kapital va ishchi kuchlarning mamlakatlararo harakatini o'ziga xos boshqarib turuvchisi hisoblanib, uni o'zgarib turishi mamlakatning tashqi iqtisodiy aloqalariga hamda butun makroiqtisodiy vaziyatga kuchli ta'sir qiladi. Bu ta'sirni shunday vaziyat misolida ko'rib chiqish mumkin. Masalan, o'zbek so'mining kursi 1 AQSh dollariga nisbatan 2000 so'mdan 2200 so'mgacha pasaygan bo'lsin, ya'ni, so'm AQSh dollariga nisbatan arzonlashgan va aksincha, AQSh dollari so'mga nisbatan qimmatlashgan bo'lsin. Bunday holatda mamlakatimizda ishlab chiqarilgan 100000 so'mlik qiymatga ega bo'lgan tovar AQSh bozorida arzonlashib boradi va endi bu tovar 50 dollar (100000/2000x1) emas, balki 45,5 dollar turadi (100000/2200x1). Natijada, tovarning raqobatga chidamliligi orta boradi va unga bo'lgan talab oshadi, eksport rag'batlantiriladi. Biroq milliy valyutani AQShga chiqarish O'zbekiston uchun foydali bo'lmay qoladi. AQShda ishlab chiqarilgan 10 dollarlik mahsulot endi o'zbek so'mi kursining pasayishi va AQSh dollari kursining qimmatlashuvi natijasida o'zbek bozorida

20000 so‘m (10 x 2000/ 1) emas, balki 22000 so‘m (2200x10/1) turadi. Ko‘rinib turibdiki, mahsulot narxi qimmatlashadi va shu sababli uni olib kelish qisqarib boradi va aksincha, o‘zbek so‘mi kursi oshib borishi bilan AQShdan tovar olib kelish va kapitalni chetga chiqarish foydali bo‘ladi.

Xarid qobiliyati pariteti konsepsiyasiga ko‘ra valyuta kursi doimo turli mamlakatlarda narxlar darajasining o‘zgarishi natijasida kelib chiqadigan farqni qoplash uchun zarur bo‘lgan darajada o‘zgaradi. Ya’ni:

$$r = \frac{Pd}{Pt}$$

Bu yerda: r — xorijiy valyutaning milliy valyutadagi narxi;

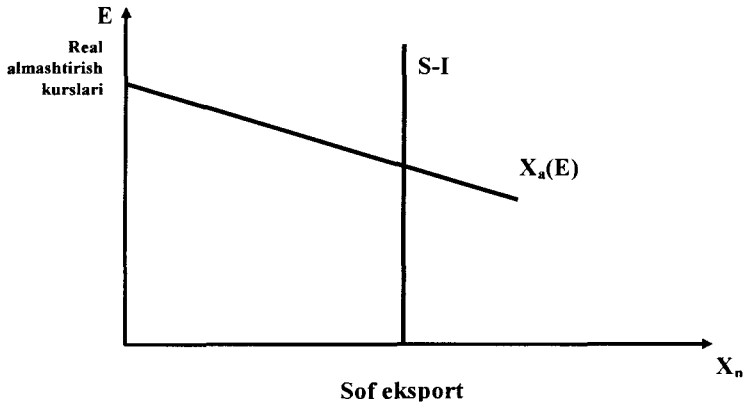
Rd — ichki narxlar darajasi;

Rt — chet eldagi narxlar darajasi.

Biz xarid qobiliyati pariteti konsepsiyasini real almashtirish kursi modelida ifodalashimiz mumkin. Xalqaro olib sotarlarning tez harakatlari shuni ko‘rsatayotgani, sof eksport har qanday o‘zgarishlar natijasida tez o‘zgaradi. Milliy tovarlar narxining chet tovarlarga nisbatan kamayishi yoki boshqacha aytganda real almashtirish kurslarining pasayishi, olib sotarlarni o‘z mamlakatidan tovarlarni sotib olib, chetga sotishga undaydi, yoki, aksincha. Valyuta kurslari milliy iqtisodiyotga, ishlab chiqarish va undagi bandlikka sezilarli ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Milliy valyutalar kursining pasayishi mamlakatlar eksport imkoniyatini oshiradi. Ammo mamlakat eksporti xomashyo tovarlari importiga asoslansa, bunda valyutalar kursining pasayishi eksport qilinadigan tovarlar narxining o‘shishiga olib keladi va bu ularning raqobatga layoqatliligiga ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Valyuta kurslarining oshishi mamlakatlar eksport imkoniyatlarini yomonlashtiradi. Valyuta kurslarining beqarorligi tashqi iqtisodiy aloqalarga salbiy ta’sir ko‘rsatadi. Uning tebranishi xalqaro bitimlarda noaniqlik va tahlika darajasini ko‘paytiradi. Shu sababli valyuta kursi ham mamlakat ichida va xalqaro munosabatlarda tartibga solishning muhim obyekti hisoblanadi.

Shunday qilib, sof eksport egri chizig‘i real almashtirish kursiga nisbatan yanada qiyalashadi. Ya’ni, turli mamlakatlar valyutalarining

xarid qobiliyatini tenglashtiradi, real almashtirish kurslaridagi har qanday o'zgarishlar esa sof eksport miqdorida o'zgarishlarga olib keladi.



31.2- rasm. Xarid qobiliyati pariteti

Valyuta almashuv kursining o'zgarib boruvchi boshqariladigan usulini qo'llash orqali almashuv kursining maqsadli yo'l doirasida bo'lishi ta'minlanadi. Shu sababdan eksportni rag'batlantirish maqsadida so'mning AQSh dollariga nisbatan kursini bosqichma-bosqich pasaytirish chorolari ko'rildi.

Natijada 2018-yil davomida so'mning AQSh dollariga nisbatan ayirboshlash kursi 8200,0 ni tashkil etib, 2017-yilning dekabr holatiga ko'ra, bir AQSh dollari 8010 so'mni tashkil qildi.

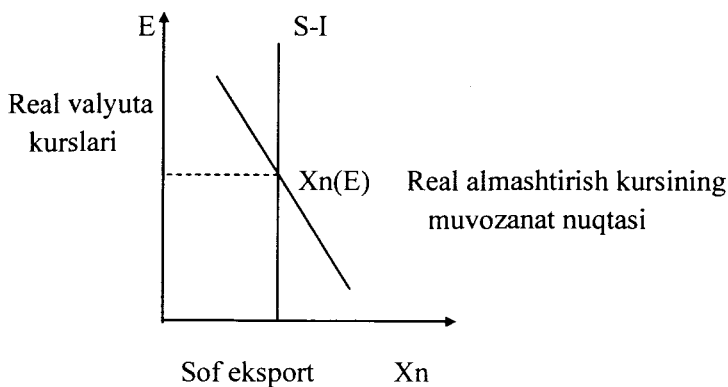
Mamlakatimiz tashqi savdo operatsiyalarining 95 foizga yaqini AQSh dollarida amalga oshirilishini inobatga olib, so'mning boshqa xorijiy valyutalarga nisbatan almashuv kurslarini belgilashda operatsion mo'ljal sifatida so'mning AQSh dollariga nisbatan almashuv kursidan foydalanildi.

Shunga muvofiq, so'mning AQSh dollaridan boshqa xorijiy valyutalarga nisbatan almashuv kurslari ushbu valyutalarning tashqi valyuta bozorlaridagi AQSh dollariga nisbatan kurslari dinamikasi va ichki valyuta bozorida so'mning AQSh dollariga nisbatan almashuv kursi ta'siri ostida shakllandi.

Olib borilgan valyuta siyosati ta'sirida so'mning almashuv kursi yevroga nisbatan 15,7 foizga, Xitoy yuaniga nisbatan 14,2 foizga, funt sterlingga nisbatan 13,1 foizni tashkil etib, eksportni rag'batlantirishga hizmat qildi.

31.5. Makroiqtisodiy siyosatning nominal va real valyuta kurslariga ta'siri

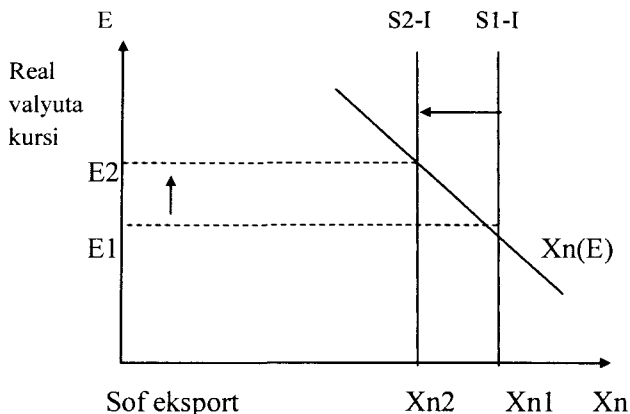
Real valyuta kurslari jamg'arma va sarmoyalar o'rtasidagi farqni ko'rsatuvchi vertikal to'g'ri chiziq va sof eksport miqdorini ko'rsatuvchi, o'ngdan pastga egilgan egri chiziq kesishgan nuqtada tenglikka erishadi (17.3-rasm). Ushbu nuqtada xorijga kredit berish sifatida ko'rsatilgan milliy valyuta taklifi, xorijliklarning ushbu mamlakatdan sof eksportni sotib olishi uchun zarur bo'ladigan milliy valyuta talabi bilan kesishadi. Bu shuni bildiradiki, real valyuta kursi kapital bilan bo'ladigan operatsiyalar bo'yicha milliy valyuta taklifini joriy operatsiyalar uchun unga bo'lgan talabni tenglashtiradi.



31.3- rasm. **Real almashinuv kursidagi muvozanat.**

Davlat xarajatlarining oshishi (yoki soliqlarning kamayishi) milliy jamg'armalarni kamaytiradi va (S-I) egri chiziq chapga suriladi (17.3-rasm). Bu siljishlar xorijiy investitsiyalar uchun milliy valyuta taklifining kamayishini ko'rsatadi.

Valyuta taklifining qisqarishi uning real almashtirish kursini oshiradi. Natijada, milliy mahsulotlar xorijliklarnikiga nisbatan qimmatlashadi. Bu esa, o'z navbatida, eksportning qisqarishiga va importning oshishiga olib keladi. Oqibatda joriy operatsiyalar hisobida taqchillik paydo bo'ladi. Agarda, soliqlarning kamayishi investitsiyalarning oshishiga olib kelsa, milliy jamg'armalar hajmi o'zgarmasa ham (S-I) egri chizig'i yana chapga siljiydi.



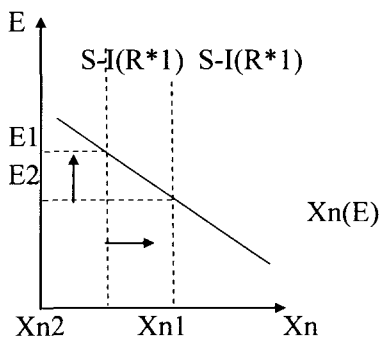
31.4- rasm. Valyuta taklifidagi o'zgarishlarning real almashtirish kursiga ta'siri

Investitsion soliq kreditlari ushbu mamlakatga investitsiyalar kiritishni xorijiy sarmoyadorlar uchun foydali bo'lishiga olib keladi. Bu esa muvozanatli real valyuta kursini oshiradi va to'lov balansida taqchillikni keltirib chiqaradi.

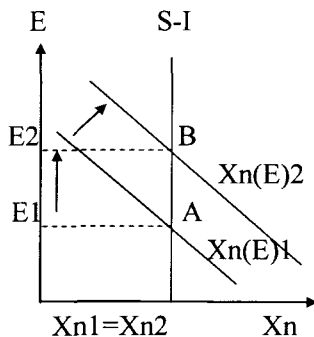
Chet mamlakatlardagi rag'batlantiruvchi byudjet-soliq siyosati bu mamlakatlardagi jamg'armalar darajasini kamayishiga olib keladi. Bu esa xalqaro foiz stavkasini oshiradi va kichik ochiq iqtisodiyotdagi investitsiyalar darajasini kamaytiradi.

Bunday vaziyatlarda xorijga sarmoya qo'yish uchun taklif qilinayotgan milliy valyuta ko'payadi va (S-I) egri chizig'i o'ngga suriladi (31.5-rasm). Natijada muvozanatli real almashtirish kursi pasayadi, milliy mahsulotlar arzonlashadi va sof eksport ko'payadi.

Importga tarif yoki kvotalar joriy qilish siyosati sof eksportning oshishiga olib keladi va bu hol grafikda $X_n(E)1$ egri chizig'ini $X_n(E)2$ holatiga siljishi sifatida namoyon bo'ladi (30.6-rasm).



31.5-rasm. Byudjet-soliq siyosatining real almashtirish kurslariga ta'siri



31.6-rasm. Importdagi o'zgarishlarning eksportga ta'siri

Natijada muvozanatli real valyuta kursi oshadi, milliy mahsulotlar qimmatlashadi va sof eksport kamayadi.

Shunday qilib, mamlakat ichki bozorini chet el raqobatchilaridan himoya qilish maqsadida olib boriladigan proteksionistik savdo siyosati joriy operatsiyalar hisobi va kapital harakati hisobiga ta'sir qilmaydi. Ammo, u muvozanatli real valyuta kursini oshiradi va tashqi savdo miqdorini kamaytiradi. Sof eksport o'zgarmagan bo'lsa ham B nuqtadagi eksport va import hajmi A nuqtadagi eksport va import hajmidan kam bo'ladi. Importga cheklashlarni joriy qilish ichki narxlar darajasi oshishiga olib keladi.

Shuning uchun ham uzoq davrda nominal valyuta kursi (E_n) narxlar oshishiga teng tarzda kamayadi. Natijada, o'sgan muvozanatli real valyuta kursi E_2 nuqtada barqarorlashadi, ya'ni sof eksport kamayishi ortidan E_1 nuqtaga qadar pasaymaydi. Baholar darajasining ko'tarilishiga javoban nominal valyuta kursining pasayishi sotib olishi qobiliyati paritetini tiklaydi.

Nazorat savollari:

1. Valyuta tizimining mohiyatini va uning tarkibiy qismlarini aytib bering
2. Valyuta bozori davlat tomonidan qaysi usullar bilan tartibga solib turiladi?
3. Ichki va tashqi konvertirlash tushunchalariga izoh bering.
4. Valyuta kursi nima va uni qanday omillar belgilaydi?
5. Foiz stavkasi va valyuta kursi o'rtasida qanday bog'liqlik bor?
6. Nominal va real valyuta kurslariga izoh bering.
7. Xarid qobiliyati pariteti atamasining mohiyati nimadan iborat?
8. Real valyuta kursi makroiqtisodiy siyosat ta'sirida qay tarzda o'zgartiriladi va uning milliy iqtisodiyotga ta'siri qanday?
9. Proteksionizm siyosatining valyuta kursiga ta'sirini qanday babolaysiz?
10. Valyuta kursi o'zgarishining yalpi talab va yalpi taklif hajmiga ta'siri mexanizmini tushuntirib bering.

XXXII BOB. OCHIQ IQTISODIYOTDA MENDELL-FLEMING MODELI

32.1.Ochiq iqtisodiyot tushunchasi va uning ko‘rinishlari.

Bundan oldingi mavzularda ko‘rdikki, dunyoning hech bir mamlakati tashqi iqtisodiy aloqalar va munosabatlardan uzilgan holatda emas. Shu sababli to‘liq makroiqtisodiy model o‘zida ham ichki, ham tashqi bozorlarda amalga oshirilayotgan operatsiyalarni mujassam etishi lozim.

To‘liq makroiqtisodiy model-ochiq iqtisodiyot modelidir.

Ochiq iqtisodiyot- shunday iqtisodiyotki, u:

a) mamlakat ishlab chiqarayotgan tovarlari va xizmatlarining ma’lum bir qismini eksport va import qilishini;

b) mamlakat jahon moliya bozorlarida kredit olishi va kredit berishini anglatadi.

Agar yopiq iqtisodiyot sharoitida barcha ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlar ushbu mamlakat ichkarisida sotilsa va barcha xarajatlar uch qismga: iste’mol, investitsiya va davlat xarajatlariga bo‘linsa, ochiq iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan mahsulotning sezilarli qismi chet elga eksport qilinadi. Bunda ishlab chiqarilgan mahsulotlarga xarajatlarga to‘rtinchi unsur sifatida mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlarning eksporti (chet elliklarning mamlakatimizda ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlarni sotib olishga qilgan xarajatlari) ham kiritiladi.

Kichik ochiq iqtisodiyot va katta ochiq iqtisodiyot o‘zaro farqlanadi.

Kichik ochiq iqtisodiyot – katta bo‘lmagan mamlakat iqtisodiyotidir. Kichik ochiq iqtisodiyot modeli kapital harakati schyoti va joriy operatsiyalar schyotini o‘z ichiga oladi. Bunday iqtisodiyot jahon bozorida katta ulushga ega emas va jahon foiz stavkasiga amalda ta’sir ko‘rsata olmaydi. Kichik ochiq iqtisodiyot jamg‘armalari va

investitsiyalari-jahon jamg'armalari va investitsiyalarining juda kichik miqdorini tashkil etganligi sababli jahon moliyaviy bozorlaridagi shart-sharoitlarga ko'ra belgilangan jahon foiz stavkasi bu iqtisodiyotda belgilab berilgan (ekzogen) ko'rsatkich sifatida qabul qilinadi.

Katta ochiq iqtisodiyot – ko'lami yirikligi sababli foiz stavkasi mamlakatning ichida ro'y berayotgan jarayonlarning jiddiy ta'sirida shakllanadigan iqtisodiyotdir.

Katta ochiq iqtisodiyot - jahon jamg'armalari va investitsiyalarining katta qismiga egalik qilayotgan yirik mamlakat (AQSh, XXR, Germaniya, Yaponiya, Rossiya va boshq.) iqtisodiyotidir. Bunday mamlakatlar jahon moliya stavkasiga ta'sir ko'rsata oladi.

Ochiq iqtisodiyotning asosiy ko'rsatkichlari quyidagilardir:

- a) YalMdagi tashqi savdo kvotasi;
- b) ishlab chiqarish hajmidagi eksport ulushi;
- g) iste'mol tarkibidagi importning ulushi;
- d) investitsiyalar hajmidan xorijiy investitsiyalarning ulushi.

Iqtisodiyotning ochiqligi darajasi odatda mamlakatning tashqi savdosi hajmiga yoki hukumatning siyosiy liniyasiga bog'liq bo'ladi. Masalan, Buyuk Britaniya iqtisodiyoti nisbatan ochiq hisoblanadi, chunki u tashqi savdoga juda bog'langan. AQSh iqtisodiyoti esa nisbatan yopiqdir, chunki tashqi savdo uning rivojlanishi uchun hal etuvchi rol o'ynamaydi.

Ochiq iqtisodiyot xalqaro hisob-kitoblarda xorijiy valyutadan foydalanishni ko'zda tutadi. U to'lov balansida, xususan joriy operatsiyalar balansi va kapital harakati balansida o'z aksini topadi.

32.2. Mandell Flemingning ochiq iqtisodiyot modeli

Ichki muvozanat – inflyatsiya jarayonlari mavjud bo'lmagan (yoki uning barqaror past darajasidagi) to'liq bandlik sharoitida talab va taklifning balanslashganligidir.

Qisqa muddatli davrda ichki muvozanat muammosi, birinchi navbatda, byudjet-soliq va pul-kredit siyosati vositasida yalpi talabni tartibga solish orqali ta'minlanadi.

Tashqi muvozanat qayd qilingan, yoki suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida to'lov balansining nolga teng qoldig'ini ta'minlab turilishni anglatadi. Alohida holatlarda bu muammo ikki o'zaro mustaqil qismga bo'linadi:

a) joriy operatsiyalar balansining belgilangan holatini ta'minlab turish;

b) valyuta zaxiralarining aniq belgilangan miqdorini saqlab turish.

Tashqi va ichki muvozanatni ta'minlab turish usullari bir xil: byudjet-soliq va pul-kredit siyosati. Ayrim hollarda mustaqil usul sifatida almashinuv kursi siyosati ham ajratib ko'rsatiladi.

Tashqi muvozanatni ta'minlash kapital harakatining mobiligi (mamlakatlararo kapital quyilishi jarayonining ichki foiz stavkasining jahon foiz stavkasiga nisbatan o'zgarishiga javoban keskinlashuvi) sababli murakkablashadi.

Ichki va tashqi muvozanatni ta'minlash muammosi tovar, pul va valyuta bozorlarining amal qilishiga taalluqlidir.

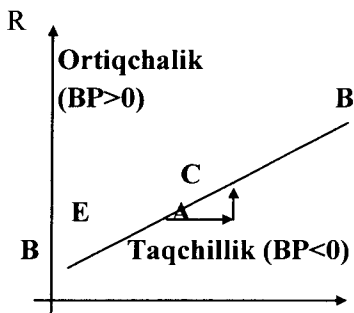
Ichki va tashqi muvozanatni ta'minlash makroiqtisodiy tartibga solishning muhim muammosi sifatida yuzaga chiqadi, chunki u ichki va tashqi o'zgaruvchilarning bir-biriga o'zaro ta'sirini va qayta ta'sirini ko'zda tutishni talab etadi.

Ochiq iqtisodiyotda iqtisodiy siyosat tahlili Mandell-Fleming modeliga asoslangan holda amalga oshiriladi. Bu model qisqa muddatda iqtisodiyotni muvozanatlashtirishni ifodalaydi va kichik ochiq iqtisodiyot uchun IS-LM modelining modifikatsiya qilingan shakli hisoblanadi. Ikkala model ham baholarning o'zgarishini nazarda tutadi va yalpi talab hajmining o'zgarishi sabablarini tushuntiradi. Ular o'rtasidagi asosiy farq shundaki, IS-LM modeli-yopiq iqtisodiyot modeli, Mandell-Fleming modeli esa ochiq iqtisodiyot modeli ekanligidadir.

Ichki va tashqi muvozanat muammosi, ko'pincha, IS-LM modelining modifikatsiya qilingan shakli vositasida, unga uchinchi- VV egri chizig'i qo'shilib tahlil qilinadi. VV egri chizig'i to'lov balansining muvozanatli darajasini tasvirlaydi. Model ham qayd qilingan, ham erkin

suzib yuruvchi valyuta kursi rejimlari uchun va kapital mobilligining turli darajalariga moslab tuziladi.

Bir vaqtning o'zida ichki va tashqi muvozanatga erishish muammosini quyidagi yondashuv asosida ko'rib chiqamiz (20.1. rasm).



32.1-rasm. Tashqi muvozanatga erishish mexanizmi

32.1-rasmda koordinata o'qlarida ichki va tashqi muvozanatga erishishni ta'minlashni ko'zda tutuvchi siyosatning ikki instrumenti-davlat xarajatlari darajasi (G) va foiz stavkasi (R) berilgan.

VV egri chizig'i davlat xarajatlari (G) va foiz stavkasi (R)ning tashqi balans ($BP=0$)ni ta'minlovchi turli kombinatsiyalarini aks ettiradi.

VV egri chizig'i ijobiy egilishga ega bo'lib, bu quyidagilar bilan izohlanadi:

Aytaylik, E nuqtasida ichki va tashqi muvozanat ta'minlangan bo'lsin. Davlat xarajatlari E nuqtadan S nuqtaga qadar o'sishi daromadlar va importning oshirishini keltirib chiqaradi. Natijada savdo balansi taqqchilligi ($BP < 0$) ro'y beradi.

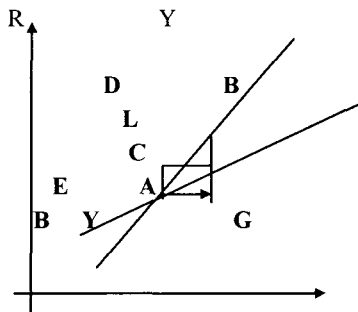
To'lov balansining taqqchilligini bartaraf etish uchun davlat cheklovchi pul-kredit siyosati vositasida kapital harakati balansining ijobiy qoldig'ini ta'minlash choralarini ko'radi. Masalan, foiz stavkasining oshirilishi mamlakatga kapital harakati balansining (joriy operatsiyalar balansining manfiy qoldig'ini qoplaydigan hajmdagi) ijobiy qoldig'ini ta'minlashga yetarli hajmda xorijiy kapitalning oqib

kelishini rag'batlantiradi. Natijada to'lov balansi qoldig'i (VV egri chizig'ining S nuqtasida) Oga tenglashadi.

Aynan tashqi balansga erishish maqsadida G va R o'zgarishlarining ana shunday kombinatsiyasi mavjudligi VV egri chizig'ining ijobiy egilishini aks ettiradi.

VV egri chizig'idan pastda va o'ngda joylashgan nuqtalar to'lov balansi taqchilligini aks ettiradi. VV egri chizig'idan yuqorida va chapda joylashgan har qanday nuqta to'lov balansining, qat'iy byudjet-soliq va pul-kredit siyosati bilan ta'minlanadigan ijobiy (musbat) qoldig'ini aks ettiradi.

To'liq bandlilik, potensial ishlab chiqarish hajmi va inflyatsiya jarayonlarining mavjud emasligi bilan xarakterlanadigan ichki muvozanatni 32.2-rasm ko'rinishida tasvirlash mumkin.



32.2-rasm. Ichki muvozanatga erishish mexanizmi.

Aytaylik E nuqtada ham ichki, ham tashqi muvozanat ta'minlansin. Agar davlat xarajatlari G o'ssa, daromad multiplikativ samara bilan E dan A ga qadar ko'payadi. Daromad muvozanat (E) nuqtasidan ortiqcha talab holatiga (A) o'sishi natijasida ortiqcha daromad inflyatsion bosimni yuzaga keltiradi. Ichki muvozanatni tiklash uchun talabni kamaytirish maqsadida foiz stavkasi R ni ko'tarish orqali pul massasini kamaytirish talab etiladi. 32.2-rasmda bu holat A nuqtadan D nuqtaga qadar siljishi ko'rinishida aks etadi. Bu nuqtada daromad resurslarning to'liq bandliligiga mos keladi, ichki muvozanat esa tiklanadi. O'z navbatida, G va R ning ichki muvozanatni ta'minlovchi

kombinatsiyalari ijobiy egilishga ega YY egri chizig'ini yuzaga keltiradi.

YY egri chizig'idan o'ngda va quyida joylashgan nuqtalar ortiqcha talabni aks ettiradi. YY egri chiziqdan chapda va yuqorida joylashgan nuqtalar ortiqcha taklifni aks ettiradi. Bu nuqtalarda talab kamayadi va foiz stavkasi o'sadi.

32.2-rasmdan ko'rinib turibdiki, VV egri chizig'i YY egri chizig'iga nisbatan yotiqroq. VV egri chizig'ining tikligi kapital mobilligi bilan belgilanadi. Kapital qanchalik harakatchan bo'lsa joriy operatsiyalar schyotning taqchilligini moliyalashtirish uchun zarur bo'lgan kapitalning oqib kelishini rag'batlantiruvchi foiz stavkasi R shunchalik kam miqdorga o'sadi. Bunda VV egri chizig'i yotiqroq bo'ladi.

Kapital kamroq harakatchanligi sharoitida VV egri chizig'i tikroq ko'rinishni oladi. Ammo kapitalning nisbatan kamroq mobilligi sharoitida ham VV egri chizig'i YY egri chizig'idan ko'ra tikroq bo'lmaydi. VV egri chizig'ining tikligi kapitalning mobilligi 0 ga teng bo'lgan sharoitda YY egri chizig'i tikligiga tenglashadi. Boshqa barcha holatlarda YY egri chizig'i VV egri chizig'iga nisbatan tik bo'ladi.

Shunday qilib fiskal va monetar siyosatni qo'shib olib borish ichki va tashqi muvozanatni ta'minlash imkonini beradi. Navbatdagi muammo – fiskal va monetar siyosatning ichki va tashqi muvozanatga ta'siri darajasini aniqlashdir. Bu nazariy masalani yechishga Robert Mandell va Markus Fleming urinib ko'rishgan.

Mandell-Fleming modeli kichik ochiq iqtisodiyot modeli bo'lib qayd qilingan va suzib yuruvchi valyuta kurslari sharoitida iqtisodiy siyosatning turli ko'rinishlarini amalga oshirish natijalarini baholash maqsadida qo'llaniladi.

Mandell-Fleming modeli milliy iqtisodiyotning jahon bozoridagi hissasi kichik va shu sababli uni rivojlantirishning asosiy parametrlari jahon bozori tomonidan, ya'ni tashqaridan belgilab beriladi degan shartga asoslanadi.

Bu model XX asrning 60-yillarida ishlab chiqilgan bo'lib baholarning barqarorligimi ko'zda tutadi va yalpi daromadning tebranishlari sabablarini tushuntirib beradi.

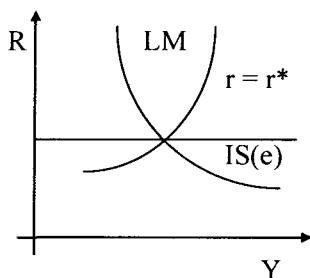
Bu modelga ko'ra iqtisodiyotning amal qilishi valyutalarning almashinuv kursi tizimiga bog'liq.

Mandell-Fleming modeli uchta tenglamani o'z ichiga oladi:

- 1) $Y+C(Y-T)+I(r)+G+X_n(e)$, IS;
- 2) $M/P=L(r,Y)$, LM;
- 3) $r = r^*$.

Birinchi tenglama – tovar bozorini, ikkinchi tenglama – pul bozorini, uchinchi tenglama esa ichki foiz stavkasi (r) jahon foiz stavkasi (r^*) darajasi bilan belgilanishini anglatadi.

Modelda uchta endogen o'zgaruvchilar: Y , r va e mavjud.



32.3-rasm. Mandell-Flemingning Y - r modeli

Modelni tasvirlash uchun ikkita grafik tuzish taklif etiladi. Har bir grafikda o'zgaruvchi miqdorlardan bittasi konstanta deb olinadi va tahlil ikki o'zgaruvchining aloqadorligi bo'yicha o'tkaziladi. Mandell-Flemingning Y - r modeli 32.3-rasmida tasvirlangan. Rasmdan ko'rinib turibdiki IS egri chizig'i quyiga, LM egri chizig'i esa yuqoriga yo'nalgan. Gorizontal liniya jahon foiz stavkasini ifodalaydi.

Grafik ikki xususiyatga ega.

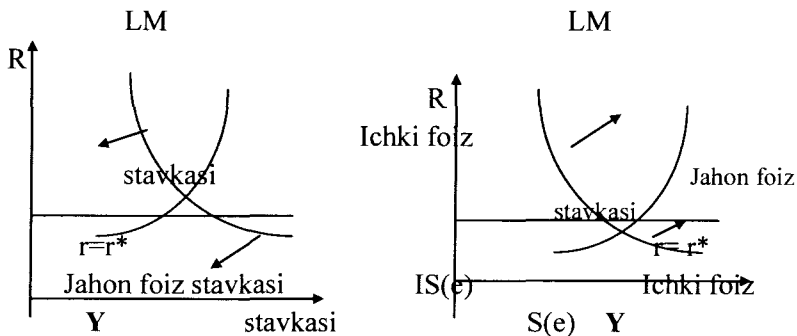
1. IS egri chizig'ining holati almashinuv kursining darajasiga bog'liq. Almashinuv kursining ko'tarilishi egri chiziqni chapga siljitadi.

2. Barcha uch egri chiziq bir nuqtada kesishadi.

Lekin bu uch egri chiziq bir nuqtada kesishmaydi deb tasavvur qilish mumkin(32.4-rasm).

a)

b)



Daromad, ishlab chiqarish

Daromad, ishlab chiqarish

32.4- rasm. Mandell-Flemingning $Y-r$ modelida muvozanatga erishish mexanizmi

Bunday vaziyatda ikki variant yuzaga keladi:

1. Almashinuv kursi juda past bo'lganligi sababli IS va LM egri chiziq-lari jahon foiz stavkasidan yuqorida kesishadi (32.4a-rasm). Bunday vaziyat chet ellik investorlarni mazkur mamlakat iqtisodiyotiga kapital kiritishga rag'batlantiradi. Natijada mamlakatning valyutasi kursi ko'tariladi va IS egri chizig'i pastga siljiydi.

2. IS va LM egri chiziq-lari ichki foiz stavkasi jahon foiz stavkasidan past bo'lgan nuqtada kesishadi (32.4b-rasm). Bunday vaziyatda mazkur mamlakat investorlari kapitallarini xorijga olib chiqib ketishdan manfaatdor bo'lishadi. Natijada milliy valyutaning almashinuv kursi pasayadi va IS egri chizig'i yuqoriga siljiydi.

Shunday qilib muvozanat LM egri chizig'ining gorizontal liniya bilan kesishish nuqtasida jahon foiz stavkasi darajasida o'rnatiladi.

Mandell-Flemingning $Y-e$ modeli 32.5. va 32.6-rasmlarda tasvirlangan.

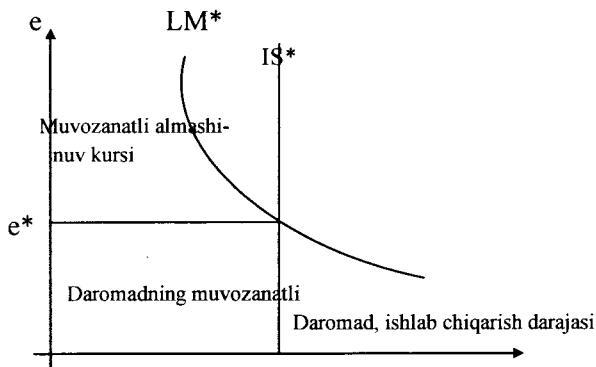
32.5-rasmda vertikal o'qda almashinuv kursining turli darajalari, gorizontal o'qda esa daromadning miqdorlari tasvirlangan. Foiz stavkasi o'zgar-mas va jahon foiz stavkasiga teng deb tasavvur qilinadi. Bunday vaziyatda grafikda ikki tenglama tasvirlanadi:

$$1) Y=C(Y-T)+I(r^*)+G+X_n(e), IS;$$

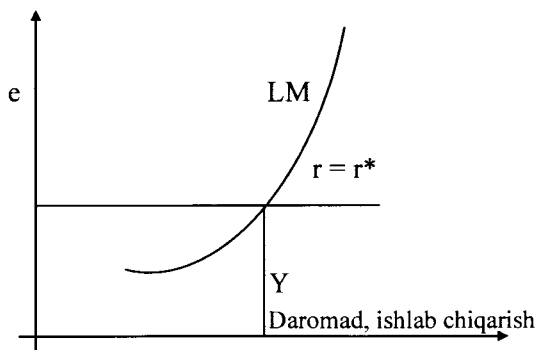
$$2) M/P=L(r^*, Y), LM^*.$$

Iqtisodiyotda muvozanat IS va LM egri chiziqlarining kesishish nuqtasida ta'minlanadi. Bu kesishish nuqtasi almashinuv kursi va daromadning darajalarini aks ettiradi.

Grafikda tovar bozoridagi (IS^*) va pul bozoridagi (LM^*) muvozanat tasvirlangan. Jahon foiz stavkasi belgilab berilgan sharoitda LM^* tenglamasi yalpi daromadni almashinuv kursiga bog'liq bo'lmagan holda qayd etadi.



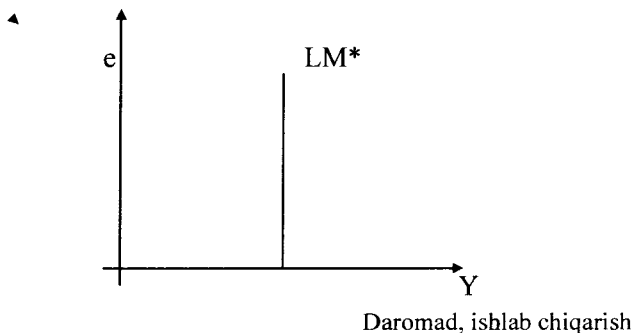
32.5-rasm. Mandell-Flemingning Y-e modeli



32.6-rasm. Mandell-Flemingning Y-e modeli

32.6-rasmida LM egri chizig'i gorizontal liniya bilan belgilangan jahon foiz stavkasi r^* ga teng bo'lgan holatda aks ettirilgan. Bu egri chiziqlar birgalikda almashinuv kursiga bog'liq bo'lmagan daromad darajasini aniqlab beradi.

32.7-rasmda LM^* egri chizig'i qanday qilib vertikal liniya ko'rinishini olishi aks ettirilgan.



32.7-rasm. LM^* egri chizig'ining vertikal liniya ko'rinishi.

Y-e modeli almashinuv kursi darajasi iqtisodiy siyosatga qanday ta'sir etishini ko'rsatadi.

Mandell-Fleming modelini tahlil qilish kichik ochiq iqtisodiyotda davlatning har qanday iqtisodiy siyosati natijasi qayd qilingan va suzib yuruvchi valyuta kursiga bog'liq degan xulosaga olib keladi. Masalan, suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida daromadga faqat pul-kredit siyosati ta'sir ko'rsatadi. Ayni paytda rag'batlantiruvchi byudjet-soliq siyosatining ta'siri, valyuta kursining ko'tarilishi sababli, nolga teng bo'ladi.

Qayd qilingan valyuta kursi sharoitida daromadga faqat byudjet-soliq siyosati ta'sir ko'rsatadi. Bunday sharoitda pul-kredit siyosati daromadlarga deyarli ta'sir ko'rsatmaydi, chunki Markaziy Bankning pul taklifini o'zgartirishdan maqsadi almashinuv kursini belgilangan darajada saqlab turishdan iborat bo'ladi.

Bu o'zgartirish ichki iqtisodiy siyosat maqsadlariga to'g'ri kelish-kelmasligi e'tiborga olinmaydi.

32.3. Qayd etilgan valyuta kursi sharoitida pul-kredit va fiskal siyosat

Oldingi savolda ta'kidlaganimizdek qayd qilingan valyuta kursi sharoitida monetar siyosat ko'proq ichki balans muammosi bilan aloqador bo'ladi. Keltirilgan fikrlarni izohlab berish uchun quyidagi gepotetik misolni ko'rib chiqamiz.

Mamlakatning barcha tijorat banklari va Markaziy bankni barcha xorijiy aktivlar va passivlar to'plangan yagona bank deb tasavvur qilamiz. Pul taklifi esa naqd pul va depozitlardan iborat deb qaraymiz. Bunday gepotetik bankning passivida pul taklifining barcha komponentlari (odatda M_2 agregati), aktivida esa bank tizimining sof xorijiy aktivlari (aktivlar-passivlar, ya'ni xorijliklarning ularga bo'lgan barcha talablari so'ndirilgandan so'ng mamlakat ega bo'ladigan aktivlar) va sof ichki aktivlar (yoki hukumatga, firmalarga va uy xo'jaliklariga sof ichki kreditlar) jamlangan bo'ladi.

Sof xorijiy aktivlar mamlakatning valyuta zaxiralari mos keladi. Bunday holatda aktivlar va passivlarning tengligi shartini $M=R_{es} + DS$ ko'rinishida yozishimiz mumkin. Bu tenglik pul taklifi (bank tizimining majburiyati) valyuta rezervlari (sof xorijiy aktivlar) va bank tizimining ichki kreditlari yig'indisiga tengligini anglatadi. Demak, pul taklifi ham ichki, ham tashqi omillarga bog'liq .

Pul taklifining o'zgarishini $\Delta M = \Delta R_{es} + \Delta DS$ ko'rinishida tasvirlash mumkin. Bu yerda ΔR_{es} to'lov balansining taqchilligi yoki ortiqchaligiga mos keladi. Tashqi balansni tiklash, o'z navbatida valyuta kursini saqlab turish zaruriyati xorijiy aktivlarni sotish va sotib olishni talab qiladi. Bu esa valyuta rezervlarining ko'payishi yoki kamayishini keltirib chiqaradi. Lekin, rezervlarni sotish barobarida Markaziy Bank muomaladagi pulning bir qismini chiqarib oladi. Rezervlarni sotib olish bilan esa pul taklifi hajmini ko'paytiradi. Shunday qilib, qayd qilingan valyuta kursi sharoitida M endogen o'zgaruvchi bo'lib, to'lov balansining yuzaga keladigan taqchilligi yoki ortiqchaligiga (ya'ni almashinuv resursini pasaytirish yoki ko'tarish borasidagi harakatlarga) bog'liq bo'ladi. Bunday sharoitda iqtisodiyotni rivojlantirish prognozlarini tuzilayotganda pulga talab iqtisodiy o'sish va inflyatsiyaning maqsadli (rejadagi) ko'rsatkichlaridan kelib chiqib aniqlanadi. Pul taklifi esa sof xorijiy aktivlar va ichki kreditlar hajmiga

bog'langan holda aniqlanadi. Sof xorijiy aktivlar to'lov balansini tuzish prognozlaridan kelib chiqib aniqlanadi. Ichki kreditlar hajmi esa qoldiq prinsipida aniqlanadi hamda hukumat va xususiy sektor o'rtasida taqsimlanadi. Xususiy sektorga ichki kreditlar miqdorini o'zgartirish uchun pul-kredit siyosatining uchala usuli ham qo'llaniladi.

Markaziy Bank to'lov balansining iqtisodiyotdagi pul taklifiga ta'sirini valyuta rezervlari o'zgarishini sterillash orqali neytrallashtirishi mumkin. Masalan, (to'lov balansi taqchilligini yoki almashinuv kursi pasayishini bartaraf qilish maqsadlarida foydalanilishi natijasida) rezervlar qisqarganida Markaziy Bank ichki aktivlarni pul taklifi hajmi o'zgarishini ta'minlaydigan darajada ko'paytirishi mumkin.

$$\text{Ya'ni: } M = \downarrow R_{es} + \uparrow DS$$

Bunda u ochiq bozordagi operatsiyalar yoki pul-kredit siyosatining boshqa vositalaridan foydalanadi.

Ammo sterillash imkoniyatlari cheklangan. Agar to'lov balansining taqchilligi uzoq vaqt saqlanib qolsa, uni bartaraf qilishga intilish valyuta rezervlarini tugab qolishiga olib kelishi mumkin. Bunday holatda, mamlakat, almashinuv kursining pasayish tendensiyasini bartaraf qilish hamda pulning xorijga oqib ketishini tugatish uchun yoki qayd etilgan kursdan voz kechishi, yoki pul massasining qisqarishiga yo'l qo'yib berishga majbur bo'ladi. To'lov balansining barqaror ijobiy qoldig'i sharoitida rezervlar hajmi shunchalik ko'p bo'lishi mumkinki, ichki kredit nolga teng bo'lib qoladi. Bu esa amalda mumkin bo'lmagan holatdir (banklar ichki kreditlarni kamaytirmasligi, balki nobank sektoridan pul qarz olishi zarur bo'ladi).

Demak, hattoki sterillash ham pul massasini to'lov balansi ta'siridan himoya qila olmaydi. Bu esa pul-kredit siyosatining ichki balansga ta'sirini keskin cheklab qo'yadi.

Qayd qilingan valyuta kursi sharoitida byudjet-soliq siyosatining samaradorligi kapitalning mobilligiga to'g'ridan-to'g'ri bog'liq. Davlat xarajatlarining ko'payishi foiz stavkasining o'sishini keltirib chiqaradi (fond bozorida qarzga mablag' olib, davlat xususiy sektor foydalanadigan pul massasini kamaytiradi). Bu esa o'z navbatida xorijdan kapital oqib kelishini rag'batlantiradi. Kapitalning yuqori

mobilligi sharoitida davlat xarajatlarining ko'payishi bilan bog'liq savdo balansi taqchilligi kapital harakati schyotining musbat (ijobiy) qoldig'i bilan amalda qoplanadi. Markaziy Bank esa yuzaga kelgan almashinuv kursining o'sish tendensiyasini bartaraf qilish uchun xorijiy valyutani sotib olish va muomalaga milliy valyutani ko'p miqdorda chiqarishga, bu bilan esa pul taklifini oshirishga majbur bo'ladi. Bu tadbir (davlat xarajatlarining o'sishi bilan birgalikda) daromadlarning kengayishi uchun qo'shimcha rag'bat yaratadi.

Shunday qilib, qayd qilingan valyuta kursi sharoitida byudjet-soliq siyosati pul-kredit siyosatidan farqli ravishda daromad darajasiga, o'z navbatida ichki muvozanatga muvaffaqiyatli ta'sir ko'rsata oladi. Ta'sir darajasi kapitalning mobilligi o'sishi bilan ortib boradi.

32.4. Erkin suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida makroiqtisodiy siyosat

Suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitidagi byudjet-soliq va pul-kredit siyosati qayd qilingan valyuta kursi sharoitidagiga nisbatan mutlaqo boshqacha natijalar beradi. Endi rollarni taqsimlash muammosini to'g'ri hal qilish teskari ko'rinish oladi. Byudjet-soliq siyosati savdo, demak, to'lov balansi uchun pul-kredit siyosatiga nisbatan katta ahamiyat kasb etadi. Aynan byudjet-soliq siyosatidan tashqi balansga erish uchun foydalanish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Ichki balansni ta'minlashda esa pul-kredit siyosatidan foydalanish birinchi planga chiqadi.

Agar qayd qilingan valyuta kursi sharoitida ichki pul siyosati almashinuv kursini quvvatlab turishni ham ko'zda tutgan bo'lsa, suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida u bunday vazifadan ozod qilinadi va ichki muammolarni hal qilish uchun samaraliroq ishlatilishi mumkin.

Pul taklifini kengaytirish foiz stavkalarini pasaytiradi va xarajatlarning oshishiga olib keladi. Ma'lumki xarajatlarning ortishi importning o'sishini rag'batlantiradi va savdo balansini yomonlashtiradi. To'lov balansining taqchilligi yuzaga kelishiga foiz stavkasining pasayishi sababli kapitalning mamlakatdan chiqib ketishi

ham ta'sir ko'rsatadi. Lekin egiluvchan valyuta kursi sharoitida taqchillik saqlanib qolmaydi. Importning o'sishi va kapitalning oqib ketishi xorijiy valyutaga talab oshishiga olib keladi va milliy valyuta qadrsizlanadi. Bu qadrsizlanish mamlakat eksportchilarining raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Oqibatda savdo balansi yaxshilanadi. Eksportning ortishi mamlakatimiz mahsulotiga bo'lgan talabning o'sishini anglatadi va pul massasining dastlabki o'sishi natijasida yuzaga kelgan iqtisodiy yuksalishni yanada kuchaytiradi.

Demak, pul siyosati ichki daromadlarga bevosita (pul taklifining o'sishi orqali) va bilvosita (almashinuv kursining pasayishi hamda eksportning o'sishi orqali) ta'sir ko'rsatadi.

Kapitalning oqib ketishiga va o'z navbatida milliy valyutaning qadrsizlanishi darajasiga ta'sir ko'rsatgani uchun ham kapitalning mobilligi muhim ahamiyatga egadir.

Ammo, pul-kredit siyosati murakkab yetkazib berish mexanizmiga egaligi sababli uning ishlab chiqarish hajmiga ijobiy ta'siri ishlab chiqarishni kengaytirishning ichki rag'batlari (foiz stavkasining pasayishi) orqali emas, balki ko'proq tashqi dunyo orqali ro'y beradi deb tasavvur qilish mumkin. Boshqacha aytganda, kapitalning chiqib ketishi va valyutaning qadrsizlanishi sharoitida mamlakat mahsulotlariga talabning o'sishi uning eksportiga talabning oshishi hisobiga ro'y beradi. Shu sababli pul siyosatining ichki balansga ijobiy ta'siri o'ziga xos xususiyatga ega. Suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida byudjet-soliq siyosatining samaradorligini baholash yanada murakkabroqdir. Ma'lumki, davlat xarajatlarining ortishi ichki va tashqi muvozanatga ikki yo'nalishda: daromad orqali va foiz stavkasi orqali ta'sir ko'rsatadi. Daromadlarning ortishi (multiplikator samarasi orqali) importni ko'paytiradi, savdo balansini yomonlashtiradi va milliy valyutaning kursini pasaytiradi. Davlat xarajatlarining ortishi, shuningdek, hukumat olayotgan qarzlarini ko'paytirayotganligini anglatadi, bu esa foiz stavkalarining ortishiga olib keladi. Yuqoriroq foiz stavkalari esa xorijdan kapital oqib kelishini rag'batlantiradi. Bu esa milliy valyuta kursini oshiradi va kapital harakati schyotini yaxshilaydi. Yakuniy natija esa kapitalning mobilligi darajasiga bog'liq bo'ladi.

Kapitalning past mobilligi sharoitida byudjet ekspansiyasi daromad orqali ko'proq ta'sir ko'rsatadi. Kapitalning uncha ko'p bo'lmagan miqdorda oqib kelishi savdo balansining taqchilligini qoplay olmaydi va oqibatda valyuta kursi pasayadi.

Milliy valyutaning arzonlashishi eksportning o'sishi uchun qulay sharoit yaratadi va to'lov balansining taqchilligini bartaraf qilish imkonini beradi. Eksportning ortishi, shuningdek, byudjet ekspansiyasining ichki ishlab chiqarishga ijobiy ta'sirini to'ldiradi.

Shu bilan birga kapitalning mobilligi ortib borishi bilan kapital schyotining to'lov balansi va valyuta kursiga ta'siri kuchaya boradi. Kapitalning yuqori mobilligi sharoitida uning oqib kelishi sababli ro'y bergan valyuta kursining ko'tarilishi tendensiyasi ustunlik qiladi. Bu eksportning qisqarishiga va savdo balansi taqchilligining ortishiga olib keladi. Kapitalning katta miqdorda oqib kelishi bu taqchillikni qoplash va to'lov balansini muvozanatlashtirish imkonini beradi. Ammo byudjet ekspansiyasining ishlab chiqarish hajmiga yakuniy ta'siri deyarli nolga teng bo'ladi. Bunga kuchli siqib chiqarish samarasi mavjudligi, ya'ni xususiy investitsiyalarni foiz stavkasining oshishi orqali va eksportni almashimuv kursining oshishi orqali siqib chiqarilishi sabab bo'ladi.

Shunday qilib, pul siyosatining ichki daromadga aniq ijobiy ta'siridan farqli ravishda byudjet-soliq siyosati kapitalning past mobilligi sharoitidagina samarali bo'ladi.

Xulosa yasab, pul va byudjet-soliq siyosatining, tashqi balansni saqlab turgan holda ishlab chiqarish hajmiga ta'sir ko'rsatishi nuqtayi nazaridan, nisbiy samaradorligini baholashimiz mumkin.

Ma'lumki, qayd qilingan valyuta kursi sharoitida ichki monetar siyosat amalda "falajlangan" bo'ladi va faqat byudjet-soliq siyosatigina samara beradi va bu samara kapitalning mobilligi ortishi bilan ko'payib boradi.

Suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida ichki ishlab chiqarish hajmiga, shubhasiz, kapitalning mobilligi qanday bo'lishidan qat'iy nazar pul-kredit siyosati ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Nazarot savollar

1. Ochiq iqtisodiyot deganda nimani tushunasiz?
2. Kichik va katta ochiq iqtisodiyotning mohiyati va farqlarini tushuntirib bering.
3. Tashqi muvozanat atamasini izohlab bering.
4. Mandell-Flemingning ochiq iqtisodiyot modelini tavsiflab bering.
5. Yalpi daromad, almashinuv kursi va joriy operatsiyalar balansi saloqlar oshganda qanday o'zgarishini Mandell-Flemingning ochiq iqtisodiyot modelidan foydalangan holda tushuntirib bering.
6. Nima sababdan qayd qilingan valyuta kursi sharoitida pul-kredit siyosati ichki balansni ta'minlashda samara bermaydi?
7. Qayd qilingan valyuta kursi sharoitida byudjet-soliq siyosatining ichki muvozanatni ta'minlashdagi samaradorligini izohlab bering.
8. Suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida pul-kredit siyosati qanday maqsadlar uchun qo'llanilganda yuqori samara beradi va nima sababdan?
9. Suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida byudjet-soliq siyosatining tashqi muvozanatni ta'minlashga ta'siri mexanizmini tushuntirib bering.
10. Kapital mobilligining qayd qilingan valyuta kursi sharoitida iqtisodiy siyosat samaradorligiga ta'sirini izohlab bering.

XXXIII BOB. DAVLATNING BARQARORLASHTIRISH SIYOSATI

33.1. Barqarorlashtirish siyosati tushunchasi va xususiyatlari

Barqarorlashtirish siyosati tushunchasi va xususiyatlari haqida ba'zi iqtisodchilar, William McChesney Martin kabi, nobarqarorlikni iqtisodiyotga xos bo'lgan xususiyat deb hisoblaydilar. Ular iqtisodiyot doimo yalpi talab va yalpi taklif sohasida to'satdan shoklarga duch keladi deb ta'kidlaydilar. Iqtisodiyotni barqarorlashtirishga yo'naltirilgan pul va byudjet-soliq siyosati o'tkazilmasa, bu shoklar ishlab chiqarish hajmlarida istalmagan va samarasiz tebranishlarga olib kelishi, ishsizlik va inflyatsiya muammolarini kuchaytirishi mumkin. Hammaga tanishi bo'lgan fikrga ko'ra, makroiqtisodiy siyosat "shamolga qarshi yurishi", ya'ni turg'unlik sharoitida iqtisodiyotni rag'batlantirib va "qizib ketganda" uning o'sishini sekinlashtirishi lozim.

Hukumat siyosatchilari biznes sikliga qanday munosabatda bo'lishlari lozim?

Milton Fridmanga o'xshagan boshqa iqtisodchilar iqtisodiyot tabiatan barqaror deb hisoblashadi. Vaqti-vaqti bilan unda yuzaga keladigan kuchli va xatarli tebranishlar uchun javobgarlikni ular noto'g'ri iqtisodiy siyosat zimmasiga yuklaydilar. Ular iqtisodiyotni maqsadga yo'naltirilgan tadbirlar yordamida "nozik sozlash"ni ta'minlashga harakat qilish kerakmasligini isbotlaydilar. Aksincha, iqtisodiy siyosatchilar imkoniyatlari cheklanganligini hisobga olib, zarar yetkazishmaganidan xursand bo'lish kerakligini uqtiradilar.

O'n yillar mobaynida bu masala bo'yicha munozaralarga o'z nuqtayi nazarlarini asoslash uchun turli dalillarni ilgari surgan ko'plab qatnashchilar jalb etildilar. Iqtisodiy siyosatni ishlab chiqishda iqtisodning tebranishlar nazariyasini qo'llash haqidagi masala bu munozaralar diqqat markazida bo'ldi.

Ushbu bobda ikkita munozarali masalani muhokama qilamiz. Birinchisi: iqtisodiyotni barqarorlashtirishda monetar va fiskal siyosat faol rol o'ynashi kerakmi yoki ularning roli joriy davrdagi iqtisodiy tebranishlarga moslashishdan iborat bo'lishi lozimmi? Ikkinchisi: iqtisodiy siyosat muayyan yo'ldan chiqmaslikka harakat qilishi lozimmi yoki siyosat namoyandalari o'zlarining shaxsiy qarashlariga ko'ra iqtisodiy sharoitlar o'zgarishini tezlik bilan inobatga olishlari lozimmi?

Federal hukumatning siyosatchilari iqtisodni barqarorlashtirishni o'zlarining asosiy majburiyatlaridan biri deb hisoblashadi. Makroiqtisodiy siyosatni tahlil qilish iqtisodiy maslahat kengashi, Kongress byudjet idorasi, Federal zaxira tizimi va boshqa davlat tashkilotlarining har kunlik majburiyatlariga kiradi. Oldingi boblarda ko'rganimizdek, monetar va fiskal siyosat jami talabga, va shu asnoda, inflyatsiya va ishsizlikka kuchli ta'sir qilishi mumkin. Qachonki Kengash yoki prezident fiskal siyosatda yoki Federal zaxira tizimi monetar siyosatda katta o'zgarishlar amalga oshirishmoqchi bo'lsa, avvalambor, o'zgarishlarni muhokama qilishda ko'zda tutilayotgan chora-tadbirlar inflyatsiya va ishsizlikka qanday ta'sir ko'rsatishi hamda yalpi talabni oshirish yoki qisqartirish zarurligi haqidagi masala diqqat markazida bo'ladi. Pul-kredit va byudjet-soliq siyosatlarini ishlab chiqish va o'tkazish hukumatning an'anaviy vazifalari bo'lishiga qaramay, uni barqarorlashtirish chora-tadbirlarini amalga oshirishga majburligi haqidagi fikrni yuzaga kelganligiga unchalik ko'p bo'lmadi. Hukumat makroiqtisodiy vaziyat uchun mas'uliyatni o'z zimmasiga olganligimning birinchi dalili 1946-yilda qabul qilingan bandlik to'g'risidagi qonun bo'ldi. Unda "Federal hukumat to'liq bandlik va ishlab chiqarishni qo'llab-quvvatlashni ta'mimlashga yo'naltirilgan siyosatni doimo o'tkazishga majbur"ligi haqida gapirilgan. Bu qonun qabul qilingan vaqtda Buyuk depressiya haqidagi o'y-hayollar hali yangi edi.

Masalani aktiv davlat siyosati foydasiga hal etish ko'plab iqtisodchilarga oddiy va tushunarli bo'lib ko'rinadi. Pasayish davrlari uchun ishsizlikning yuqori darajasi, daromadlar va aholi farovonligining past darajasiga xosdir. Yalpi talab va yalpi taklif modeli qanday qilib

to'satdan bo'ladigan shoklar iqtisodiy pasayishlarni yuzaga keltirishini ko'rsatadi. U shuningdek, qanday qilib monetar va fiskal siyosat bunday shoklarga tezda ta'sir etib iqtisodiy pasayishlarni oldini olishi mumkinligini ko'rsatadi.

Boshqa iqtisodchilar hukumatni iqtisodiyotni barqarorlashtirishga intilishlariga tanqidiy yondashadilar. Bu tanqidchilar davlat makroiqtisodiy siyosatdan chetda turishi lozim deb hisoblaydilar. Birinchi qarashda bunday nuqtayi nazar g'alati tuyulishi mumkin.

33.2. Siyosatni amalga oshirish va uning oqibatlarida vaqt oraliqlari

Agar siyosatning ta'sirlari natijasi kutishga majbur qilmasa, iqtisodiyotni barqarorlashtirish oson bo'lardi. Siyosatni barpo qilish mashina haydash kabi bo'ladi: iqtisodiyotni kerakli yo'lda saqlab qolish uni asboblardan orqali rostlash demakdir. Iqtisodiy siyosatni yuritish katta kemada yo'l ko'rsatishga qaraganda ko'proq mashina boshqarishga o'xshaydi. Mashina yo'nalishini o'zgartirishda rul burilgandan keyin deyarli zudlik bilan yo'nalish o'zgaradi. Aksincha, kemani yo'nalishini o'zgartirish uchun kapitan rulini rostlaydi, keyin yelkanni tiklab o'zgartiradi va uzoq vaqt davomida aylantirishni davom ettiradi. Agar kema haydovchisi endi ish o'rgangan bo'lsa, aylantirish davomida qarama-qarshi tomonga kema yo'nalishini o'zgartirguncha katta-kichik xatolarga yo'l qo'yiladi.

Kema boshqaruvchisiga o'xshab iqtisodiy siyosatni amalga oshiruvchilar uzoq kechikishlar natijasida muammolarga duch keladi.

Albatta siyosatchilar uchun muammolar qiyinroq kechadi. Chunki uzoq va o'zgaruvchan muddatli davrda monetar va fiskal siyosat yuritishni bashorat qilish oson ish emas.

Iqtisodchilar iqtisodiy siyosatga olib boruvchi ikki muhim vaqt oralig'ini ajratadilar: ichki va tashqi. Ichki oraliq – bu iqtisodiy larza yuzaga kelgan vaqt bilan bunga javoban iqtisodiy siyosat chora-tadbirlarini qabul qilish vaqti o'rtasidagi vaqt oralig'i bo'lib, inqiroz yuz berganligini va unga muvofiq chora-tadbirlarni hayotga tatbiq etishni his qilish uchun qandaydir vaqt zarur bo'lganligi uchun ham yuzaga keladi.

Tashqi oraliq – bu iqtisodiy siyosatning u yoki bu chora-tadbirlari qabul qilingan vaqt bilan bu chora-tadbirlar o‘z natijalarini bera boshlagan vaqt o‘rtasidagi oraliq‘idir. U bu chora-tadbirlar xarajatlar, daromadlar va bandlik darajalarini birdaniga o‘zgarishga olib kelmasligi sababli yuzaga keladi. Iqtisodiyotni barqarorlashtirishda fiskal siyosatni amalga oshirish uzoq davom etadigan ichki oraliqlarning markaziy muammosidir. Ayniqsa bu holat AQSh uchun haqiqat, chunki byudjet xarajatlari yoki soliqlarni qayta ko‘rib chiqish uchun odatda prezident va Kongressning ikkala palatasi roziligiga erishish zarur. Qonunni qabul qilish jarayoni sekin va murakkab bo‘lib, ko‘pincha kechikishlarga olib keladi, bu esa iqtisodiyotni barqarorlashtirish uchun fiskal siyosatning mujmal vositasi hisoblanadi. Bu ichki oraliqlar, Buyuk Britaniya kabi parlament tizimidagi mamlakatlarda kechikishlar qisqaroq bo‘ladi, chunki ko‘pincha siyosatni muntazam o‘zgartirishda hokimiyat tepasidagi partiya amalga oshirishi mumkin.

Barqarorlashtirish siyosatining “avtomatik stabilizatorlar” deb ataluvchi ba‘zi chora-tadbirlari shu oraliqlarni qisqartirish uchun maxsus o‘ylab topilgan. Ular siyosiy yo‘nalishni maxsus o‘zgartirishlarsiz iqtisodiy o‘sishni to‘xtatish yoki rag‘batlantirishga imkon beradi. Bunday stabilizatorlarning daromad soliqlari tizimi misol hisoblanadi ya‘ni: iqtisodiy pasayish davrida fuqarolar va korporatsiyalar daromadlarining qisqarishiga qarab soliq qonunchiligiga qandaydir maxsus o‘zgartirishlarsiz soliqlar avtomatik ravishda kamayadi. Xuddi shunday tarzda ishsizlik bo‘yicha ijtimoiy tolovlar tizimida ham iqtisodiy pasayish oqibatida ishsizlikni o‘sishi to‘lovlarni avtomatik ko‘payishiga olib keladi, chunki ko‘proq odamlar nafaqa olish uchun arizalar bilan murojaat qilishadi. Bu avtomatik stabilizatorlar ichki oraliqlarga bog‘liq bo‘lmagan fiskal siyosatning turini o‘zida aks ettiradi.

Bashoratlashdagi xatolar, “Ozroq yog‘ingarchilik, o‘zgaruvchan bulutlilik va o‘rtacha shamollar”. Bu ob-havo bashorati 1987-yil 14-oktyabrda Britaniyaning mashhur ob-havo hizmati tomonidan taqdim qilingan. Ertasi kuni Britaniyada oxirgi ikki asrdagi eng kuchli bo‘ron bo‘lgan.

Ob-havo ma'lumotlarini bashoratlash kabi iqtisodiy bashoratlar ham xususiy va ommaviy qaror qabul qilishning muhim asosidir. Biznes rahbarlari bashoratlarga tayanib, qancha ishlab chiqarish kerak, zavodga va uskunalariga qancha investitsiya tikish kerakligi bo'yicha qaror qabul qiladi. Hukumat siyosatchilari iqtisodiy siyosatni bashoratlarga asoslanib ishlab chiqadilar. Afsuski, ob-havo bashoratlariga o'xshab, iqtisodiy bashoratlar ham kamdan-kam to'g'ri chiqadi.

AQSh iqtisodiyotining tarixida eng og'ir pasayish 1930-yillardagi Buyuk Depressiya bo'lib, iqtisodiy bashoratchilar uchun butunlay kutilmagan hodisa bo'ldi. 1929-yildagi fond bozorining qulashidan keyin ham, ular iqtisodiyot qiyinchiliklarsiz o'zini o'nglay oladi deb ishonitirishgan edi. 1931-yilning oxirida iqtisodiyot o'zining eng past nuqtasiga yetganida, taniqli iqtisodchi Irving Fisher, iqtisodiyot tez qayta iziga tushadi deb bashorat qilgan. Keyingi voqealar ko'rsatishicha bu bashoratlar juda ham optimistik bo'lgan: ishsizlik darajasi 1933-yilga qadar o'sishni davom etdi va u o'n yillikni oxirigacha ham yuqori sur'atlarda saqlanib qoldi¹³.

Ikkinchi mavzu iqtisodchilar o'rtasida muhokama qilinganda iqtisodiy siyosat qonun-qoida tomonidan yoki mulohazakorlik bilan boshqarilishi lozim. Siyosat qonun qoida tomonidan boshqarilsa siyosatchilar oldindan qay darajada siyosatni turli vaziyatlarga javob berishini va o'zlarini o'sha mulohaza orqali borishini ta'kidlaydi. Siyosat mulohazakorlik bilan olib borilsa siyosatchilar voqealarni hajmi ular zarur deb hisoblangan siyosatni tanlash imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Qoidalarga va mulohazalarga bog'liq bahslar faol siyosatning passiv nisbatlari ustidan munozara qiladi. Siyosat qonun-qoida bilan boshqarilganda aktiv yoki passiv misol uchun passiv siyosat qonun qoidasida barqaror o'sishni yiliga 3 foiz pul talabini ajratish orqali ko'rishimiz mumkin. Foal siyosat qoidasi bo'lishi uchun

¹³ Kathryn M. Dominguez, Ray C. Fair, va Matthew D. Shapiro, "Depressiyani prognoz qilish: Harvard Yalega qarshi", Amerika iqtisodiy tahriri 78 (1988 sentabr): 595-612. Bu maqola shuni ko'rsatadiki, buyuk depressiya davrida iqtisodiy bashoratlash qanday yomon amalga oshirilganini korishimiz mumkin va bu ular hozirgiday bashoratlarni amalga oshira olishmaganini bildiradi.

$Pulning\ o'sishi = 3\% + (ishsizlik\ darajasi - 6\%)$

Bu qoidaga ko'ra pul massasi 3% ga o'sadi, ishsizlik darajasi 6% bo'ladi, ammo har bir foiz ishsizlik darajasi bilan pul bazasi o'sishi 6% ko'proqdir. Bu qoida iqtisodiyotda pul massasini o'sishini kuchaytirish orqali, qachonki iqtisodiyotda turg'unlik bo'lganda barqaror holatga erishtirishga harakat qiladi.

Monetar siyosat sababli agar Federal zaxira nol foiz inflyatsiya siyosatini sodir etsa, katta ishsizlik darajasisiz kamroq inflyatsiya vujudga keladi, ya'ni:

- investitsiyani kuchaytirish hukumat kapitaldan daromad solig'i bo'lmaganligini e'lon qiladi. Ammo fabrikalar qurilgandan keyin hukumat o'zining soliq daromadlarini kuchaytirishni va'da berganligiga ishonitiradi;

- qayta o'rganib chiqishni kuchaytirishda hukumat muntazam kompaniyalarga yangi dori-darmon ishlab chiqarish uchun monopoliya berganligini e'lon qiladi, ammo bitta dori yaratilgandan keyin hukumat patentni bekor qilishga yoki dorini narxini pasaytirishga ko'ndiradi;

- yaxshi xatti-harakatni rag'batlantirishda ota-ona farzandi qonun qoidani buzganda uni jazolash kerakligini e'lon qiladi, bola tartib-qoidani buzmaganda esa ota-ona uni kechirishligini aytadi, chunki o'zini bolasini jazolash ota-ona uchun og'ir hisoblanadi.

33.3. Mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo'nalishlari

Makroiqtisodiy barqarorlikni yanada mustahkamlash va yuqori iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolish:

- makroiqtisodiy mutanosiblikni saqlash, qabul qilingan o'rta muddatli dasturlar asosida tarkibiy va institutsional o'zgarishlarni chuqurlashtirish hisobiga yalpi ichki mahsulotning barqaror yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash;

- xarajatlarning ijtimoiy yo'naltirilganini saqlab qolgan holda Davlat byudjetining barcha darajalarida mutanosiblikni ta'minlash, mahalliy byudjetlarning daromad qismini mustahkamlashga qaratilgan byudjetlararo munosabatlarni takomillashtirish;

- soliq yukini kamaytirish va soliqqa tortish tizimini soddalashtirish siyosatini davom ettirish, soliq ma'muriyatchiligini takomillashtirish va tegishli rag'batlantiruvchi choralarni kengaytirish;

- ilg'or xalqaro tajribada qo'llaniladigan instrumentlardan foydalangan holda pul-kredit siyosatini yanada takomillashtirish, shuningdek, valyutani tartibga solishda zamonaviy bozor mexanizmlarini bosqichma-bosqich joriy etish, milliy valyutaning barqarorligini ta'minlash;

- bank tizimini isloh qilishni chuqurlashtirish va barqarorligini ta'minlash, banklarning kapitallashuv darajasi va depozit bazasini oshirish, ularning moliyaviy barqarorligi va ishonchligini mustahkamlash, istiqbolli investitsiya loyihalari hamda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini kreditlashni yanada kengaytirish;

- sug'urta, lizing va boshqa moliyaviy xizmatlarning hajmini ularning yangi turlarini joriy qilish va sifatini oshirish hisobiga kengaytirish, shuningdek, kapitalni jalb qilish hamda korxonalar, moliyaviy institutlar va aholining erkin resurslarini joylashtirishdagi muqobil manba sifatida fond bozorini rivojlantirish;

- xalqaro iqtisodiy hamkorlikni yanada rivojlantirish, jumladan, yetakchi xalqaro va xorijiy moliyaviy institutlar bilan aloqalarni kengaytirish, puxta o'ylangan tashqi qarzar siyosatini amalga oshirishni davom ettirish, jalb qilingan xorijiy investitsiya va kreditlardan samarali foydalanish.

Tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish, milliy iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlarini modernizatsiya va diversifikatsiya qilish hisobiga uning raqobatbardoshligini oshirish:

- milliy iqtisodiyotning mutanosibligi va barqarorligini ta'minlash, uning tarkibida sanoat, xizmat ko'rsatish sohasi, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ulushini ko'paytirish;

- ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan yangilash, ishlab chiqarish, transport-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilma loyihalarini amalga oshirishga qaratilgan faol investitsiya siyosatini olib borish;

- yuqori texnologiyali qayta ishlash tarmoqlarini, eng avvalo, mahalliy xomashyo resurslarini chuqur qayta ishlash asosida yuqori qo'shimcha qiymatli tayyor mahsulot ishlab chiqarishni jadal rivojlantirishga qaratilgan sifat jihatidan yangi bosqichga o'tkazish orqali sanoatni yanada modernizatsiya va diversifikatsiya qilish;

- iqtisodiyot tarmoqlari uchun samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish hamda mahsulot va hizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish;

- prinsipial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o'zlashtirish, shu asosda ichki va tashqi bozorlarda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta'minlash;

- ishlab chiqarishni mahalliyashtirishni rag'batlantirish siyosatini davom ettirish hamda, eng avvalo, iste'mol tovarlar va butlovchi buyumlar importining o'rmini bosish, tarmoqlararo sanoat kooperatsiyasini kengaytirish;

- iqtisodiyotda energiya va resurslar sarfini kamaytirish, ishlab chiqarishga energiya tejaydigan texnologiyalarni keng joriy etish, qayta tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanishni kengaytirish, iqtisodiyot tarmoqlarida mehnat unumdorligini oshirish;

- faoliyat ko'rsatayotgan erkin iqtisodiy zonalar, texnoparklar va kichik sanoat zonalarini samaradorligini oshirish, yangilarini tashkil etish;

- hizmat ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish, yalpi ichki mahsulotni shakllantirishda hizmatlarning o'rni va ulushini oshirish, ko'rsatilayotgan hizmatlar tarkibini, eng avvalo, ularning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o'zgartirish;

- turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik hizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirish;

- eksport faoliyatini liberallashtirish va soddalashtirish, eksport tarkibini va geografiyasini diversifikatsiya qilish, iqtisodiyot tarmoqlari va hududlarning eksport salohiyatini kengaytirish va safarbar etish;

- yo'l-transport infratuzilmasini yanada rivojlantirish, iqtisodiyot, ijtimoiy soha, boshqaruv tizimiga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish.

Qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish va jadal rivojlantirish:

- tarkibiy o'zgartirishlarni chuqurlashtirish va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini izchil rivojlantirish, mamlakat oziq-ovqat xavfsizligini yanada mustahkamlash, ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish, agrar sektorning eksport salohiyatini sezilarli darajada oshirish;

- paxta va boshoqli don ekiladigan maydonlarni qisqartirish, bo'shagan yerlarga kartoshka, sabzavot, ozuqa va yog' olinadigan ekinlarni ekish, shuningdek, yangi intensiv bog' va uzumzorlarni joylashtirish hisobiga ekin maydonlarini yanada optimallashtirish;

- fermer xo'jaliklari, eng avvalo, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish bilan bir qatorda, qayta ishlash, tayyorlash, saqlash, sotish, qurilish ishlari va hizmatlar ko'rsatish bilan shug'ullanayotgan ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklarini rag'batlantirish va rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish;

- qishloq xo'jaligi mahsulotlarini chuqur qayta ishlash, yarim tayyor va tayyor oziq-ovqat hamda qadoqlash mahsulotlarini ishlab chiqarish bo'yicha eng zamonaviy yuqori texnologik asbob-uskunalar bilan jihozlangan yangi qayta ishlash korxonalarini qurish, mavjudlarini rekonstruksiya va modernizatsiya qilish bo'yicha investitsiya loyihalarini amalga oshirish;

- qishloq xo'jaligi mahsulotlarini saqlash, tashish va sotish, agrokimyo, moliyaviy va boshqa zamonaviy bozor hizmatlari ko'rsatish infratuzilmasini yanada kengaytirish;

- sug'oriladigan yerlarning meliorativ holatini yanada yaxshilash, melioratsiya va irrigatsiya obyektlari tarmoqlarini rivojlantirish, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish sohasiga intensiv usullarni, eng avvalo, suv va

resurslarni tejaydigan zamonaviy agrotexnologiyalarni joriy etish, unumdorligi yuqori bo'lgan qishloq xo'jaligi texnikasidan foydalanish;

- kasallik va zararkunandalarga chidamli, mahalliy yer-iqlim va ekologik sharoitlarga moslashgan qishloq xo'jaligi ekinlarining yangi seleksiya navlarini hamda yuqori mahsuldorlikka ega hayvonot zotlarini yaratish va ishlab chiqarishga joriy etish bo'yicha ilmiy-tadqiqot ishlarini kengaytirish;

- global iqlim o'zgarishlari va Orol dengizi qurishining qishloq xo'jaligi rivojlanishi hamda aholining hayot faoliyatiga salbiy ta'sirini yumshatish bo'yicha tizimli chora-tadbirlar ko'rish.

Iqtisodiyotda davlat ishtirokini kamaytirish, xususiy mulk huquqini himoya qilish va uning ustuvor mavqeini yanada kuchaytirish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojini rag'batlantirishga qaratilgan institutsional va tarkibiy islohotlarni davom ettirish:

- xususiy mulk huquqi va kafolatiarini ishonchli himoya qilishni ta'minlash, xususiy tadbirkorlik va kichik biznes rivoji yo'lidagi barcha to'siq va cheklovlarni bartaraf etish, unga to'liq erkinlik berish, «Agar xalq boy bo'lsa, davlat ham boy va kuchli bo'ladi» degan tamoyilni amalga oshirish;

- kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni keng rivojlantirish uchun qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish, tadbirkorlik tuzilmalarining faoliyatiga davlat, huquqni muhofaza qiluvchi va nazorat idoralari tomonidan noqonuniy aralashuvlarning qat'iy oldini olish;

- davlat mulkini xususiylashtirishni yanada kengaytirish va uning tartib-taomillarini soddalashtirish, xo'jalik yurituvchi subyektlarning ustav jamg'armalarida davlat ishtirokini kamaytirish, davlat mulki xususiylashtirilgan obyektlar bazasida xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish;

- investitsiya muhitini takomillashtirish, mamlakat iqtisodiyoti tarmoqlari va hududlariga xorijiy, eng avvalo, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni faol jalb qilish;

- korporativ boshqaruvning zamonaviy standart va usullarini joriy etish, korxonalarni strategik boshqarishda aksiyadorlarning rolini kuchaytirish;

- tadbirkorlik subyektlarining muhandislik tarmoqlariga ulanishi bo'yicha tartib-taomil va mexanizmlarni takomillashtirish va soddalashtirish;

- mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish jarayonlarini tartibga solishda davlat ishtirokini kamaytirish, davlat boshqaruvi tizimini markazlashtirishdan chiqarish va demokratlashtirish, davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish, nodavlat, jamoat tashkilotlari va joylardagi o'zini-o'zi boshqarish organlarining rolini oshirish.

Viloyat, tuman va shaharlarni kompleks va mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularning mavjud salohiyatidan samarali va optimal foydalanish:

- ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni jadallashtirish, xalqning turmush darajasi va daromadlarini oshirish uchun har bir hududning tabiiy, mineral-xomashyo, sanoat, qishloq xo'jaligi, turistik va mehnat salohiyatidan kompleks va samarali foydalanishni ta'minlash;

- hududlar iqtisodiyotini modernizatsiya va diversifikatsiya qilish ko'lamini kengaytirish, rivojlanish darajasi nisbatan past bo'lgan tuman va shaharlarni, eng avvalo, sanoat va eksport salohiyatini oshirish yo'li bilan jadal rivojlantirish hisobiga mintaqalar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasidagi farqlarni kamaytirish;

- yangi sanoat korxonalari va servis markazlarini tashkil etish, kichik sanoat zonalarini tashkil qilish, yirik xo'jalik birlashmalarining mablag'larini, banklarning kreditlarini va xususiy xorijiy investitsiyalarni jalb qilish hisobiga kichik shaharlar va shaharchalarni jadal rivojlantirish;

- sanoat va hizmatlar ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish hisobiga subvensiyaga qaram tuman va shaharlarni kamaytirish va mahalliy byudjetlarning daromad bazasini kengaytirish;

- sanoat korxonalari va boshqa ishlab chiqarish obyektlarini joylashtirishga qulay shart-sharoitlar yaratish, xususiy tadbirkorlikni keng rivojlantirish hamda aholining turmush sharoitini yaxshilash maqsadida hududlarning ishlab chiqarish, muhandis-kommunikatsiya va ijtimoiy infratuzilma tarmoqlarini yanada rivojlantirish va modernizatsiya qilish.

Nazorat savollari

1. Ichki oraliq va tashqi oraliq nima? Qaysi birida uzunroq ichki oraliq bo'ladi - monetar yoki fiscal siyosatda? Qaysi birida uzunroq tashqi oraliq bo'ladi? Nima uchun?

2. Nima uchun ishonchli iqtisodiy prognoz siyosatshunoslar uchun iqtisodiyotni barqarorlashtirishni osonlashtiradi? Iqtisodchilar Iqtisodiyotdagi rivojlanishni prognoz qiladigan 2xil usulni tasvirlang.

3. Lukas tanqidini tasvirlang.

4. Insonning makroiqtisodiyot tarixi natijasi uning makroiqtisodiy siyosatiga oid qarashiga qanday ta'sir qiladi?

5. Iqtisodiy siyosatning "norozilik vaqti" tushunchasi qanday tushuncha? Nima uchun siyosatshunoslar o'zlari bergan e'lonlarini rad qilishlari mumkin? Bu holatga siyosat qonunining qanday avzalligi

6. Barqarorlashtirish siyosatiga inflyatsiyaning ta'siri qanday?

7. Barqarorlashtirish siyosati deganda nimani tushnasiz?

8. Diskret siyosati nima, uning mos kelmaydigan vaqti qachon?

9. Federal zaxira tizimi haqida nimalar bilasiz?

10. Hozirgi davrda O'zbekiston Respublikasi barqarorlashtirish boyicha olib borayotgan siyosati qanday?

Glossariy

Almashtirish samarasi – ish haqini ortishi natijasida bo‘sh vaqtning qisqarishi.

Agregatlash – Iqtisodiy bog‘liqliklar va qonuniyatlarni butun iqtisodiyot darajasida o‘rganish, ularni umumlashtirib o‘rganish.

Alternativ xarajatlar (opportunity cost) – tanlashda voz kechilgan eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan natija (qiymat, foyda, naflik). Alternativ qiymatni foydalanilmagan imkoniyat deb ham qarashadi: biror ne‘mat qiymatini voz kechilgan boshqa bir nechta ne‘mat qiymati bilan ifodalanishi.

Amortizatsiya (depreciation) – bosqichma-bosqich asosiy kapital qiymatining ma‘lum bir qismini ishlab chiqariladigan mahsulot qiymatiga o‘tkazish yo‘li bilan uni qoplash.

Asimmetrik axborot – bu shunday holatki, bunda bozorda bo‘ladigan savdo-sotiqda bozor qatnashchilaridan bir qismi kerakli, muhim axborotga ega, qolgan qismga ega emas.

Auksion – tovarni oldi-sotdisini tashkil qilish usullaridan biri bo‘lib unda transaksiya xarajatlari real vaqt rejimida o‘tadi.

Revalvatsiya – qayd qilingan valyuta kursi tizimi amal qilayotgan sharoitda hukumat tomonidan milliy valyutaning boshqa valyutalarga nisbatan kursini oshirishga qaratilgan tadbiri. Importni arzonlashtiradi va eksportni qimmatlashtiradi.

Bertran muvozanati (Bertrand equilibrium) – bozor duopolik bo‘lganda firmalar tovar narxini tushirish va mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish orqali bir-biri bilan raqobatlashadi. Товар narxi chekli xarajatga teng bo‘lganda muvozanat holat barqarorlashadi.

Befarqlik chizig‘i (indifference curve) – shaxs uchun bir xil naf beradigan bo‘sh vaqt, ish vaqti va ish haqi (daromad) kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziq (bu yerda bo‘sh vaqt va ish vaqti 0 dan 24 soatgacha qiymat qabul qiladi va har bir ish vaqti ma‘lum daromadni, ish haqini ifodalaydi).

Bozor muvozanati – bozorda taklif miqdorini talab miqdoriga teng bo‘lgan hol; taklif chizig‘i bilan talab chizig‘i kesishgan nuqtaga muvozanat nuqta deyiladi.

Byudjet – iste'molchining ma'lum vaqt oralig'ida oladigan barcha daromadlari yig'indisi.

Byudjet chegarasi (budget constraint) – «umumiy vaqt - daromad» koordinatariga ega bo'lgan to'g'ri chiziq bo'lib, uning yotliqlik burchagi ish haqini ifodalaydi. (daromad 0 bo'lganda vaqt 24 soatga teng, ya'ni (24,0).

Byudjet chizig'i – byudjetni to'liq sarflash sharti bilan iste'molchi sotib oladigan tovarlar kombinatsiyalarini ifodalovchi chiziq.

Vaqt bo'yicha ustun ko'rish – joriy iste'molga sarflash bilan kelajakda iste'mol qilish uchun sarflashdan qaysi birini befarqlik chizig'i asosida tanlash.

Vaqt bo'yicha ustun ko'rishni cheklash normasi – umumiy turmush darajasi o'zgartirganda joriy iste'moldan bir birlik kechishni to'liq qoplaydigan kelajakdagi qo'shimcha iste'mol qiymati.

Vaqtlararo byudjet chegarasi – shaxsning daromadi va ssuda foizi stavkasi bilan aniqlanadigan vaqtlararo ustun ko'rish kartasidagi chiziqning holati.

Vaqtlararo muvozanatlik – joriy va kelajakda iste'mol qilish o'rtasida tanlayotgan shaxs uchun maksimal naflik keltiruvchi holat.

Gollandcha auksion – bu auksionda stavka yuqoridan pastga tovar sotilgunga qadar pasayib boradi.

Daromad (revenue, yalpi daromad, TR) – sotilgan tovar miqdorini narxga ko'paytirilganiga teng, mahsulotlarni sotishdan tushgan tushum.

Daromad samarasi – ishchining ish haqining o'sishi natijasida ish vaqtining qisqarishi hisobidan dam olish vaqtining ortishi.

Reeksport - mamlakatga oldin import qilingan tovarlarni hech qanday savdo-texnologik ishlov bermasdan eksport qilish.

Qayd etilgan valyuta kursi (fixed exchange rate) – Markaziy bank tomonidan valyuta intervensiyasi yordamida ta'minlab turiladigan valyuta kursi.

Yopiq iqtisodiyot - tashqi iqtisodiy bozorda keng savdo-iqtisodiy imkoniyatlarga ega bo'lmaydigan iqtisodiyot.

Daromad samarasi (income effect) – iste'mol majmuasiga kiruvchi ne'matlardan birining narxi o'zgarishi natijasida hosil bo'lgan real

daromad hisobidan iste'mol tarkibini o'zgarishi.

Depozit foizi – mablag' qo'yuvchining pulidan foydalangani uchun unga bank tomonidan to'lanadigan to'lov, ya'ni narx.

Diversifikatsiya – tavakkalchilikni pasaytirish usuli bo'lib bunda tavakkalchilik (yo'qotishlar) bir qator tovarlarga shunday taqsimlanadiki, tovarlardan bittasini sotib olishdan tavakkalchilikning ortishi boshqa tovarni sotib olishdagi tavakkalchilikning pasayishini bildiradi. Masalan, 2 ta mahsulotga bo'lgan talabni bir vaqtda kamayib ketish ehtimolidan ulardan bittasiga talabni kamayib ketish ehtimoli yuqori.

Diskontlash – qiymatlarni (daromadni, xarajatni, kapitalni) boshlang'ich yilga yoki oxirgi yilga keltirish.

Dispersiya – kutiladigan natijadan haqiqiy natijaning o'rtacha kvadratik chetlanishi:

Differensial renta – boshqa resurslarga nisbatan yuqori unumdorlikka ega bo'lgan resurs egasi tomonidan olinadigan renta.

Davlat byudjeti – Davlat pul mablag'larining (shu jumladan davlat maqsadli fondlari mablag'larining) markazlashtirilgan fondi bo'lib, unda daromadlar manbalari va ulardan tushumlar miqdori, shuningdek, moliya yili mobaynida aniq maqsadlar uchun ajratiladigan mablag'lar sarfi yo'nalishlari va miqdori nazarda tutiladi

Davlat qarzi - Davlat tomonidan ichki mablag'ni va xorijdan mablag' jalb qilish natijasida vujudga kelgan O'zbekiston Respublikasi majburiyatlarining yig'indisi

Davlat byudjetining taqsimlash funksiyasi – Davlat byudjeti tomonidan amalga oshirilayotgan taqsimlash munosabatlari bo'lib, u taqsimlangan yalpi ichki (milliy) mahsulotni qayta taqsimlash uchun foydalaniladi.

Byudjet tizimi – Turli darajadagi byudjetlar va byudjet mablag'lari oluvchilar yig'indisini, byudjetlarni tashkil etishni va tuzish prinsiplarini ifodalaydigan, byudjet jarayonida ular o'rtasida, shuningdek, byudjetlar hamda byudjet mablag'lari oluvchilar o'rtasida vujudga keladigan o'zaro munosabatlar majmuidir.

Davlat byudjetining xarajatlari – Umumiy moliyaviy kategoriya bo‘lgan byudjetning ko‘rinishlaridan biri bo‘lib, unga tegishli bo‘lgan umumiy xususiyatlarga egadir, ya‘ni ular taqsimlash xarakteriga ega, ifodalanishning pul shakli xos, pul fondlarining amal qilishi bilan bog‘langan va davlat tomonidan tashkil qilinadi.

Devalvatsiya - qayd qilingan valyuta kursi tizimi amal qilayotgan sharoitda hukumat tomonidan milliy valyutaning boshqa valyutalarga nisbatan kursini tushirishga qaratilgan tadbiri. Devalvatsiya to‘lov balansi taqchilligini bartaraf qilish, eksportni arzonlashtirish, importni qimmatlashtirish imkonini beradi.

Demping – tovarlarni tannarxiga qaraganda yoki ichki bozordagiga qaraganda past bahoda eksport qilish.

Yopiq auksion bunda tovara uchun auksion qatnashchilari bir-biriga bog‘liq bo‘lmagan holda stavkalarini qo‘yadi va tovar kim ko‘p stavka qo‘ygan bo‘lsa shunga beriladi.

Import – mamlakat ichki bozorlarida sotish uchun chet el mollarini, kapitalini va texnologiyasini olib kelish. Import xalqaro mehnat taqsimoti natijasidir.

Ishsizlik darajasi – ishsizlar umumiy sonining ishchi kuchiga bo‘lgan nisbati.

Iqtisodiy o‘shish – iqtisodiy o‘shish sur‘atlari, absolyut o‘shish, bazisli absolyut o‘shish, zanjirli absolyut o‘shish, qo‘shimcha o‘shish, qo‘shimcha o‘shish sur‘ati, iqtisodiy o‘shish omillari, Xarrod-Domar modeli, Lorens egri chizig‘i, Keynscha model, klassik model, Solou modeli, Kobb-Duglas funksiyasi, jamg‘arishning “oltin” qoidasi, optimal muvozanatli o‘shish.

Haqiqiy iqtisodiy o‘shish – statistika organlari tomonidan muntazam nashr etiladigan YaIM yoki boshqa makroiqtisodiy ko‘rsatkichlarning haqiqiy yillik ko‘payishidir.

Potensial iqtisodiy o‘shish – iqtisodiyot o‘shishi mumkin bo‘lgan tezlikdir. Potensial iqtisodiy o‘shishni ta‘minlovchi omillar bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

Ish o‘rni – Tegishli ravishda jihozlangan va ish qurollari bilan ta‘minlangan, miqdor va sifat tavsiflariga ega bo‘lgan, belgilangan

mehnat me'yoriga ko'ra ishlab chiqarish topshirig'i yoki funksiyasini bajaruvchi xodimning yoki yagona ishlab chiqarish topshirig'ini yoxud texnologiya jihatdan ajralmas funksiyani bajaruvchi xodimlar guruhining mehnat faoliyati amalga oshadigan makon tushuniladi, tovar va hizmatlar ishlab chiqarish uchun zarur resurslar. Asosiy ishlab chiqarish omillari bo'lib mehnat va kapital hisoblanadi. Kapital – bu xodimlar foydalanadigan ishlab chiqarish qurollari: quruvchi uchun qurilish krani, hisobchi uchun kalkulyator, ushbu kitob muallifi uchun shaxsiy kompyuter. Mehnat – bu odamlar ishga atagan vaqtdir. Biz kapitalni ifodalash uchun K va mehnatni ifodalash uchun L sidan foydalanamiz.

Yer narxi – cheklanmagan vaqt davomida yerdan olingan barcha daromadlar yig'indisining keltirilgan (boshlang'ich yilga) qiymati.

Ijara haqi (to'lovi) – yerdan foydalanuvchi tomonidan bir yilda yer egasiga to'lanadigan pul miqdori.

Iqtisodiy o'sish – real yalpi ichki mahsulotning umumiy hajmining yoki aholi jon boshiga to'g'ri keladigan real yalpi ichki mahsulotning o'sishi.

Izokvanta – bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta'minlovchi omillar sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi egri chiziq.

Izokosta – yig'indisi bir xil yalpi xarajatga teng bo'lgan resurslar sarflari kombinatsiyalarini ifodalovchi chiziq.

Iqtisodiy ne'mat – ehtiyojni qondirish vositasi.

Iqtisodiy renta – resursni sotilishi mumkin bo'lgan narx bilan muvozanat narx ayirmasiga teng. Noyob, cheklangan resurs va ishchining yuqori malakasi uchun to'lanadigan qo'shimcha to'lov.

Iqtisodiy resurslar – ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar yoki ishlab chiqarish omillari.

Iqtisodiy o'sish – ishlab chiqarishda foydalaniladigan resurslar miqdorini oshirish yoki texnologiyani takomillashtirish orqali jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish.

Investitsion loyihani oqlash muddati – joriy foydalar yig'indisini investitsiya qiymatiga teng bo'lishini ta'minlovchi minimal vaqt oralig'i.

Investitsiyalash – asosiy kapitalni to'ldirish va o'stirish uchun

kapital qo'yish jarayoni.

Investitsiyani ichki oqlash normasi – investision loyiha samaradorligi ko'rsatkichi. Investisiyani (minus bilan olingan) qiymati bilan kelajakda olinadigan sof foydaning diskontirlangan qiymati yig'indisini nolga aylantiruvchi ichki qaytim normasi:

$$NPV = -I + \frac{R_1 - C_1}{1 + IRR} + \frac{R_2 - C_2}{(1 + IRR)^2} + \dots + \frac{R_T - C_T}{(1 + IRR)^T} = 0$$

Inglizcha autsion – bunda stavka pastdan yuqoriga tovar sotilgunga qadar oshib boradi, tovar taklif qilingan maksimal narxda sotiladi.

Inson kapitali nazariyasi – inson kapitaliga investisiya qo'yish natijasida ish haqining har xil darajada bo'lishi sabablarini tushuntirib beruvchi nazariya.

Inson kapitaliga investisiya (human capital investment) – insonning qobiliyatini, malakasini, ishchining mehnat unumdorligini oshirishga olib keladigan har qanday harakat (shu bilan birga bilim olishiga, sog'lig'ini tiklashga sarflar).

Institutlar – iqtisodiy subyektlar harakatini cheklovchi, ularning o'zaro munosabatlarini tartibga soluvchi me'yorlar, qoidalar hamda ushbu me'yor va qoidalarni bajarilishini nazorat qilish mexanizmlari.

Iste'molchi ortiqchaligi (yutug'i) – iste'molchi tovarlar uchun to'lashi mumkin bo'lgan narxlar bilan tovarlarga bozorda haqiqiy to'langan narxlar ayirmalarining yig'indisi.

Ish haqi (wage rate) – foydalanilgan mehnat uchun berilgan pul miqdori yoki narx.

Ishlab chiqarish (product) - ishlab chiqarish omillaridan foydalangan holda mahsulot yaratish jarayonini yoki ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantirish jarayoni.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i – mavjud bo'lgan ishlab chiqarish resurslaridan to'liq va samarali foydalanish orqali ishlab chiqariladigan tovarlar kombinatsiyasini ifodalovchi chiziq.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i – mavjud texnologiyada kapital va mehnatdan to'liq foydalangan holda ikkita tovar kombinatsiyalarini maksimal darajada ishlab chiqarishni ifodalaydigan chiziq.

Ishlab chiqarish omillari cheklangan bo‘lib, ularga **mehnat (labour), kapital (sapital), materiallar (xom ashyo, butlovchi qismlar, elektr energiyasi, gaz, suv va hokazo), er (land)**.

Ishlab chiqarish funksiyasi – ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan shu mahsulotni ishlab chiqarishdagi sarflangan ishlab chiqarish omillari miqdori o‘rtasidagi bog‘liqlikni ifodalovchi funksiya.

Ishlab chiqarish shartnomalari chizig‘i – resurslarni Pareto samarali joylashtirish chizig‘i bo‘lib, bunda quyidagi shart bajariladi:

Ishlab chiqaruvchi muvozanati yoki maksimal mahsulot ishlab chiqarish uchun optimal sarflanadigan mehnat va kapital miqdorini aniqlash sharti - ishlab chiqarishning shunday holatiki bunda har qanday omil uchun sarflangan bir birlik pul miqdori bir xil miqdordagi mahsulot ishlab chiqarishni ta‘minlaydi.

Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi (yutug‘i) – tovarlarnig haqiqiy narxlaridan chekli (bir birlik qo‘shimcha tovar ishlab chiqarishga ketgan) xarajatlarni ayirmalari yig‘indisiga teng.

Ishchining nafilligini maksimallashtirish sharti (utility maximization rule) – bo‘sh vaqtni daromad bilan chekli almashtirish normasini ish haqiga tengligi $MRS_{HR} = W$.

Kapital – uzoq muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish uchun foydalaniladigan resurs.

Kapitalni mehnat bilan chekli texnologik almashtirish normasi ikkala ishlab chiqariladigan A va V tovarlar uchun bir xil bo‘lib, ular mehnat narxini kapital narxi nisbatiga teng.

Kasaba uyushmasi - bu ishchilar uyushmasi bo‘lib, u o‘zining a‘zolari nomidan va ko‘rsatmasiga ko‘ra tadbirkorlar bilan muzokara olib borish huquqiga ega tashkilot.

Kvazioptimum – Pareto-samarali hajmida tovar ishlab chiqarish mumkin bo‘lmaganda ishlab chiqarish mumkin bo‘lgan variantlardan eng yaxshisini tanlash (optimalga yaqin).

Koldora-Xiks mezoni – turmush farovonligi mezoni bo‘lib, unga ko‘ra yutganlar o‘z yutug‘ini boy berganlarning yo‘qotishidan yuqori deb narxlasa.

Kooperativ o‘yin – o‘yinda bir neta o‘yinchilar o‘zaro kelishib,

birgalikda o'ynaydi (iqtisodiyotda kooperativ o'yinga misol sifatida karterni qarash mumkin).

Kurno muvozanati – duopolik bozorda har bir firma mustaqil ravishda shunday optimal ishlab chiqarish hajmini tanlaydiki ushbu mahsulot hajmi ikkinchi firmani qanoatlantiradi. Kurno muvozanati firmalarning aks ta'sir qiluvchi funksiyalari grafiklarining kesishish nuqtasida vujudga keladi.

Kutiladigan qiymat (matematik kutilish) - $E(x) = \sum_{i=1}^n P_i X_i$

Lorents chizig'i – biror bir ko'rsatkichni taqsimlanish darajasini ifodalovchi egri chiziq. Bu amerikalik olim Maks Otto Lorens (1876-1944) tomonidan aholi daromadlarining taqsimlanishini narxlash uchun ishlab chiqilgan. Aholidan daromad solig'i olinib, ularga transfert berilgandan keyin Lorens chizig'ining botiqligi kamayadi.

Masshtab samarasi – bu ishlab chiqarish masshtabining kengayishi surati bilan mahsulot ishlab chiqarishni o'sish surati o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi. Ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar miqdoriga ishlab chiqarish masshtabi deylladi.

Ma'naviy tavakkalchilik – yo'qotishlar sug'urta kompaniyasi tomonidan to'liq qoplanishiga ishonch hosil qilgan holda vujudga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar ehtimolli o'ngli ravishda oshirib ko'rsatishga intiluvchi shaxsning xatti-harakati.

Mehnat bozorida monopsoniya – bu mukammallashgan raqobatdagi mehnat bozorining alohida bir chetki ko'rimishi bo'lib, bunda biror kichik shahardagi yagona firma mahalliy aholining ko'p qismini ish bilan ta'minlaydi.

Mehnatni chekli mahsuloti – boshqa ishlab omillari sarfi o'zgarmaganda bir birlik qo'shimcha mehnat sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot.

Monopoliyaning o'lik yuki yoki jamiyatning sof yo'qotishi – monopolist bo'lmagandagi mahsulot ishlab chiqarish hajmidan monopolist ishlab chiqargan mahsulotni ayirmasiga teng.

Monopoliya – bu shunday bozorki, unda faqat bitta mahsulot ishlab chiqaruvchi firma faoliyat olib boradi va mahsulot ishlab chiqarishni,

sotishni to'liq nazorat qiladi.

Yalpi ichki mahsulot- ma'lum vaqt davomida mazkur mamlakat rezidentlari tomonidan ishlab chiqarilgan yakuniy mahsulotlarning bozor baholari yig'indisi.

Yalpi milliy daromad- Mamlakat rezidentlari tomonidan ishlab chiqarishda ishtirok etish natijasida hamda mulklaridan olgan

Muvozanat narx – talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx. Muvozanat narxga to'g'ri keladigan tovar miqdoriga muvozanat mahsulot miqdori deyiladi.

Mukammal raqobatlashgan bozor – agar bozor quyidagi xususiyatlarga ega bo'lsa:

Narx – bir birlik tovarni sotib olish uchun to'lanadigan pul miqdori.

Narx diskreminasiyasi– bunda firma bir xil tovarni har xil narxda sotib olish imkoniyati har xil bo'lgan xaridorlarga sotadi.

Naflik – iqtisodiy ne'matlarni, shaxs ehtiyojini qondirish darajasi. Ne'mat inson ehtiyojini qancha to'laroq qondirsa uning nafligi shuncha yuqori bo'ladi.

Naflik funksiyasi – iste'mol qilingan ne'matlar miqdorining o'zgarishi natijasida olinadigan naflikni o'zgarishini ifodalovchi funksiya.

Noaniqlik – axborotlar etarli, to'liq bo'lmaganda qabul qilingan qarorlarda noaniqlik vujudga keladi. Noaniqlik sharoitida qabul qilingan qarorlar natijasida tavakkalchilik vujudga keladi.

Nokooperativ o'yin – bu o'yinda qatnashchilar mustaqil ravishda qaror qabul qiladi (Iqtisodiyotda misol sifatida oligopolik bozorda harakat qiluvchi firmalar o'rtasidagi «narxlar jangini» keltirish mumkin).

Nol so'm yutuqqa ega bo'lgan o'yin (zero sum game) – o'yinda bir kishining yutug'i boshqa o'yinchilarning yutqazgan summalari yig'indisiga teng.

Nolga teng bo'lmagan so'mga ega bo'lgan o'yin (non zero sum game) – bu o'yinda bir guruh o'yinchilari yo yutadi yoki boy beradi.

Nominal ish haqi – yollanma ishchi tomonidan olinganpul miqdori.

Normal tovarlar – daromad oshganda talab oshadigan tovarlar.

Ob'ektiv (matematik) ehtimol – voqea va hodisalar jarayonida takrorlanishlarni hisob-kitob qilishga asoslangan ehtimol.

Oraliq kesma- Ishlab chiqarish real hajmining o'sishi narxlar darajasining o'sishiga mos ravishda o'sib boradi. Chunki, iqtisodiyotning pasayish holatidan to'liq bandlikka o'tishi noteks va turli vaziyatlarda ro'y beradi. Masalan, ayrim tarmoqlarda resurslarning yetishmasligiga duch kelinsa, boshqa tarmoqlarda hozircha ortiqcha resurslar mavjud bo'ladi. Shuningdek, ular ishlab chiqarishni kengaytirish uchun yangi asosiy vositalar sotib olish va malakasiz mutaxassislardan foydalanishiga to'g'ri keladi. Bu esa mahsulotlar birligiga ketadigan xarajatlarning oshishiga va natijada baholar darajasining o'sishiga olib keladi.

Oliy kategoriyali tovar – daromad oshganda talab oshib ketadigan tovarlar.

Pareto optimum (Pareto samaradorlik) – ne'matlarni shunday taqsimlanishiki, bunda biror kishining turmush farovonligini pasaytirmasdan boshqa kishining turmush farovonligini oshirib bo'lmaydi.

Past kategoriyali tovarlar – daromad oshganda talab kamayadigan tovarlar.

Real ish haqi (real wage rate) – ohngan pul mablag'i hisobidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar miqdorini ifodalovchi ish haqining sotib olish imkoniyati.

Real narxlar-solishtirma narxlarda o'lgangan ishlab chiqarish hajmi

Real foiz stavkasi – inflyatsiyadan tozalangan foiz stavkasi. Nominal, real foiz stavkalari va narx o'sishi (inflyatsiya) o'rtasidagi miqdoriy bog'liqlikni quyidagicha yozish mumkin:
 $(1+i) \cdot (1+\Delta P) = 1+R$

Renta – taklifi qat'iy cheklangan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.

Resurslarga chekli xarajat - qo'shimchabir birlik resurs sotib olish uchun sarflangan qvo'shimcha xarajat.

Ouken qonuni-agar haqiqiy ishsizlik darajasi ishsizlikning tabiiy darajasidan bir foizga oshib ketsa, milliy iqtisodiyot YaIMni ikki yarim foizga kam yaratadi.

Resursning chekli daromadliliği yoki resursning pulda ifodalangan chekli mahsuloti – resursdan qo‘shimcha bir birlik foydalanish natijasida olingan qo‘shimcha mahsulotni sotishdan tushgan qo‘shimcha daromad.

Sof diskontirlangan (keltirilgan) qiymat (NPV) - bu kelajakda olinadigan sof daromadning diskontirlangan qiymatidan diskontirlangan investisiya ayirmasi:

Sof iqtisodiy renta (pure economic rent) – narx bo‘yicha absolyut elastik bo‘lmagan taklifga ega bo‘lgan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.

Ssuda foizi – kapital egasiga uni kapitalidan foydalangani uchun iqtisodiy subyekt tomonidan to‘lanadigan narx.

Soliq islohoti- Soliq tizimini qayta ko‘rish va uni yangilash, moliyaviy munosabatlarning o‘zgarishi tufayli yuzaga keladi.

Standart (o‘rta kvadratik) chetlanish – dispersiyadan olingan kvadrat ildiz: $D = \sqrt{\delta^2}$

Tavakkalchilik (risk)- qo‘yilgan maqsadga erishidagi yo‘qotishlar.

Tavakkalchilikka befarq qarovchi shaxs – kutiladigan daromadda u kafolatlangan daromad bilan tavakkal daromaddan qaysi birini tanlashga befarq qaraydigan shaxs.

Tavakkalchilikka qarshi inson (zist orvezse person) – kutilgan daromadga nisbatan kafolatlangan daromadni ustun ko‘radigan inson.

Tavakkalchilikka moyillik (zist prefeped) – kutiladigan daromadda kafolatlangan natijaga ko‘ra ko‘proq tavakkalchilik bilan bog‘liq bo‘lgan natijani ustun ko‘radigan shaxs.

Tavakkalchiliklarni qo‘shish – ushbu usul tasodifiy yo‘qotishlarni o‘zgarmas xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga qaratilgan (mulkni sug‘urtalash).

Tavakkalchilikni taqsimlash – ushbu usulga ko‘ra zarar ko‘rish ehtimoli bilan bog‘liq bo‘lgan tavakkalchilik qatnashuvchi subyektlar o‘rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir subyekting

kutiladigan zarari nisbatan kichik bo'ladi. Yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni tavakkalchilikdan qo'rqmasdan moliyalashtiradi.

Tadbirkorlik qobiliyati, boshqaruv qobiliyati, axborot – biror obyekt to'g'risida va unda bo'layotgan jarayonlar to'g'risidagi ma'lumotlar.

Taklif – bu ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan berilgan narxlarda sotilishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori.

Keyns kesmasi–Iqtisodiyot ishlab chiqarish omillari to'liq band bo'lmagan sharoitda amal qiladi; baholar, nominal ish haqi qayd etilgan, bozor tebranishlaridan juda kam ta'sirlanadi; real miqdorlar (ishlab chiqarish, bandlilik, real ish) haqi harakatchan va bozor tebranishlaridan tez ta'sirlanadi.

Taklif qonuni – to'g'ridan-to'g'ri narx o'zgarishi bilan bog'liq holda taklifning o'zgarishi.

Taklif funksiyasi– taklifga ta'sir qiluvchi omillar miqdori bilan taklif miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi.

Taklif chizig'i – tovar narxi bilan taklif qilinadigan ushbu tovar miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi egri chiziq.

Talab (demand) – berilgan narxlarda xaridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori.

Talab qonuni – narxdan boshqa omillar o'zgarmaganda talab miqdori bilan narx o'rtasidagi bog'liqlik.

Talab funksiyasi– talabga ta'sir qiluvchi omillar miqdori bilan talab miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi.

***Talab inflyatsiyasi**–bu iqtisodiyotda talab keskin oshib ketishi va uni ishlab chiqarishning real hajmi bilan qondirish mumkin bo'lmay qolgan sharoitlarda kelib chiqadi.*

Talab chizig'i– tovar narxi bilan sotib olinadigan ushbu tovar miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalovchi egri chiziq.

Taklif inflyatsiyasi–bu mamlakat iqtisodiyotida tovar va hizmatlar taklifning kamayishi natijasida tovar va hizmatlar narxlarining oshishidan paydo bo'ladi.

Transaksion xarajatlar– bozorda tovarlarni sotishda egalik huquqini aniqlash va uni berish bilan bog‘liq xarajatlar.

To‘ldiruvchi tovarlar– birgalikda, komplekslarda iste‘mol qilinadigan tovarlar.

To‘lov funksiyasi – o‘yin natijasi bo‘lib o‘ymchining yutug‘ini yoki yo‘qotishini bildiradi.

Umumiy muvozanatlik – barcha bozorlarning o‘zaro bir-hiriga ta’siri natijasida o‘rnatiladigan muvozanatlik. Barcha bozorlarni muvozanat holatda bo‘lishi. Bunda biror bozorda muvozanatlik buzulsa boshqa bozorlarda ham muvozanatlik buziladi.

Umumiy naflik – iste‘mol qilingan ne‘matlardan olingan jami naflik.

O‘yin – oldindan belgilangan qoidalar asosida iqtisodiy subyektlar o‘rtasidagi o‘zaro munosabatlar (qarorlar qabul qilish).

O‘yinlar nazariyasi – fan yo‘nalishi bo‘lib u o‘yin qatnashuvchilarining vaziyat bo‘yicha harakat qilish va qaror qabul qilishni matematik usullar yordamida o‘rganadi.

O‘rindosh tovarlar – iste‘mol qilishda bir-birini o‘rmini bosuvchi tovarlar yoki bir xil ehtiyojni qondiruvchi tovarlar.

O‘rindosh tovarlarni almashtirish samarasi – iste‘molchining iste‘mol majmuasiga kiruvchi ne‘matlardan birining narxi o‘zgarishi natijasida iste‘mol tarkibining o‘zgarishi.

O‘rtacha daromad – bir birlik tovarni sotishdan tushgan daromad:

$$AR = \frac{TR}{Q}$$

Firma (firm) – jismoniy yoki yuridik shaxs sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sotish bilan shug‘ullanuvchi iqtisodiy subyekt.

Firmaning bozordagi strategik harakati – bunda firma o‘zining harakatini raqobatlashuvchi firmaning harakatiga ko‘ra ishlab chiqadi.

Foiz stavkasi– nominal foiz stavkasi inflyatsiyani hisobga olmaganidagi joriy kursdagi foiz stavkasi.

Foyda (buxgalteriya) – mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan ushbu mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun ketgan yalpi xarajatni (tashqi xarajatni) ayirilganiga teng. Maksimal foyda olish sharti $MR =$

MC. Raqobatlashgan bozorda maksimal foyda olish sharti $MC=P$.
Raqobatlashuvchi firmaning zararsiz ishlash nuqtasini ifodalovchi shart
 $P = AC(Q)$.

Fyuchersh – hozirgi narxlarda ma'lum miqdordagi tovarni kelajakda ma'lum kunda etkazib berish uchun tuzilgan muddatli shartnoma. Tavakkalchilik bilan bog'liq bo'lmagan aktivlar – aktiv tomonidan tushadigan pullar miqdor oldindan belgilangan miqdorda bo'lishi.

Xarajatar– mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan sarflar.

Chekli daromad– bir birlik qo'shimcha tovar sotishdan tushgan

qo'shimcha daromad $MR = \frac{\Delta TR}{\Delta Q}$

Chekli naflik(marginal utility)– oxirgi yoki navbatdagi birlik ne'matni iste'mol qilishdan olinadigan naflik.

Chekli texnologik almashtirish normasi (marginal rate of technological substitution, MRS_{xy}) - ishlab chiqarish hajmi o'zgarimganda bir birlik X omilini necha birlik Y omil bilan almashtirish mumkinligini ko'rsatadi.

Chekli transformasiya normasi (MRT) – birinchi tovardan qo'shimcha bir birlik ishlab chiqarish uchun ikkinchi tovardan qancha voz kechish kerakligini ko'rsatadi. Bu birinchi tovarning alternativ qimmatini ifodalaydi va ikkinchi tovarni chekli ishlab chiqarish xarajatlarini birinchi tovarni chekli ishlab chiqarish xarajati nisbatiga teng.

Chetlanish – kutiladigan natija bilan haqiqiy natija o'rtasidagi farq.

Davriy ishsizlik-iqtisodiyotda pasayish bo'layotgan davrda mavjud bo'lib, bunda ishchi kuchiga talab bo'lsada, ishlab chiqaruvchilar ularni ishga qabul qila olmaydilar va buning natijasida yaratilishi mumkin bo'lgan ma'lum bir mahsulotdan voz kechiladi.

Pul bozori- bu shunday bozorki, u yerda pulga talab va taklif ta'siri ostida foiz stavkasi darajasi va pul «bahosi» shakllanadi. Pul bozorida pul tovarga o'xshab «sotilmaydi» va «sotib olinmaydi». Aynan shu xususiyati bilan pul bozori boshqa bozorlardan tubdan farq qiladi. Pul bozorida pul nominal foiz normasi birligiga ega bo'lgan muqobil likvid vosita bilan almashinadi.

Pul massasi-har qanday mamlakat iqtisodiyotida tovarlar va xizmatlar aylanishini ta'minlaydigan, xususiyl shaxslar, institutsional mulkdorlar(korxonalar, birlamalar, tashkilotlar va b.) va davlat egalik qiladigan naqd va naqd pulsiz xarid hamda to'lov vositalari majmuidir.

Pulga talab - bu pul muomalasi, ya'ni xo'jalik oboroti uchun kerak bo'lgan pulga ehtiyojdir.

Shartnomalar chizig'i – 2 iste'molchi o'rtasida ikkita ne'matning samarali taqsimlanish variantlarini ifodalovchi chiziq.

Shaxs talabi (individual demand) – bitta iste'molchiining tovarga talabi.

Shtakelberg muvozanati – bu duopolik sharoitda lider firma bilan ergashuvchi firma faoliyat ko'rsatganda lider tovar narxini va ishlab chiqarish hajmini mustaqil belgilaydi, ergashuvchi firma lider firmaga moslashgan holda narx va mahsulot hajmini belgilaydi.

Elastiklik (elasticity) – talab va taklifga ta'sir qiluvchi omillarning o'zgarishi natijasida ularni qanchaga o'zgarishi tushuniladi (narxni, daromadi, iste'molchilar soni va hokazo).

Engel chiziqlari – iste'mol qilingan tovarlar miqdorini iste'molchii daromadining o'zgarishidan bog'liqligini ko'rsatuvchi chiziq.

Ehtiyoj (needs) – insonni, korxonani faoliyat ko'rsatishi va rivojlanishi uchun zarur bo'lgan barcha narsalar. Ehtiyoj – bu insonlarni iqtisodiy faoliyat bilan shug'ullanishiga undaydigan ichki kuch.

Ehtimol (probability) – ma'lum natijaga erishish imkoniyati.

Xarajatlar usuli-Yalpi ichki mahsulot yakuniyl iste'molchilarning xarajatlari yig'indisi sifatida aniqlanadi

Daromad samarasi-ishchining ish haqining o'sishi natijasida ish vaqtining qisqarishi hisobidan dam olish vaqtining ortishi.

Yopiq iqtisodiyot-tashqi iqtisodiy bozorda keng savdo- iqtisodiy imkoniyatlarga ega bo'lmaydigan iqtisodiyot.

Inflyatsiya-baholar umumiy darajasining ko'tarilishi, milliy pul birligi xarid qobiliyatining pasayishi.

Turg'unlik (depressiya)- ishlab chiqarishning bir joyda depsinib turishini anglatuvchi hamda iqtisodiy faollik jonlanishi uchun shart-sharoitlarning vujudga kelishiga imkon yaratiluvchi iqtisodiy tsikl fazasi.

Foydalaniladigan adabiyotlar ro'yxati

Asosiy adabiyotlar:

1. "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.

2. Mirziyoyev Sh.M. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz. – Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. – 488 b.

3. Mirziyoyev Sh.M. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. – Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. – 104 b.

4. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini birgalikda barpo etamiz. – Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. – 56 b.

5. Mirziyoyev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. – Toshkent: "O'zbekiston" NMIU, 2017. – 48 b.

6. Xo'jayev R.S., Mahmudov B., Xo'jayev H.S., Ergashev E.I., Egamberdiyev R.I. "Mikro va makroiqtisodiyot". T.: ILM ZIYO, 2016. - 244 b.

7. Bakiyeva I.A., Xo'jayev H.S., Muxitdinova M.S., Fayziev SH.SH. "Mikroiqtisodiyot" o'quv qo'llanma. T: "O'FMJN", 2018. 437 b

8. Erkin Egamberdiyev "Mikroiqtisodiyot". Darslik T.: ILM ZIYO, 2015. -338 b.

9. N.Gregory Mankiw. Principles of Mikroekonomics. 2018. 519 pages.

10. Mankiw N.Gregori. Macroeconomics. Harvard University. NY.: Worth Publuthers, 2018. -602 b.

11. Menkyu N.G. Printsipi makroekonomiki: Per.s ang. - SPb.: Piter, 2018. - 544 s.

12. Агапова Т.А., Серегина С.Ф. Макроэкономика. Тесты: Учебное пособие.-2-е изд.- М.: Издательство "Дело и сервис", 2005., 96 с.

13. М.П.Эшов, М.М. Бўстонов, М.Ф. Махмудов “Макроиктисодиёт” фанидан масалалар ечиш бўйича услубий кўрсатма.-Т: «Fan va texnologiya», 2010.-186 б.

14. Макроэкономика. Теория и российская практика: учебник / под ред. А.Г.Грязневой и Н.Н. Думной.-5-е изд., перераб. И доп.- М.: КНОРУС, 2008.- 688 с.

15. Ахмедов Д.Қ., Ишмухамедов А.Э., Жумаев Қ.Х., Джумаев З.А. Макроиктисодиёт. - Т.: «Ўзбекистон ёзувчилар уюшмасининг Адабиёт жамғармаси нашриёти», 2004 - 240 б.

16. Мэнкью Н.Г. Принципы макроэкономики: 4-е изд./ Пер.с англ. – СПб.: Питер, 2009. - 544 с.

17. Самуэльсон, Пол Э., Нордхаус, Вильям Д. Макроэкономика,18-е изд.: пер. с англ,-М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2009.-592 с.

Qo‘shimcha adabiyotlar:

18. Хаджаев Х.С., Каримов Ф.Ш. Микроэкономика. Учебное пособие Т.: “Иқтисод-молия”, 2016. -169 с.

19. Bakieva I, Nazarova G. “Makroiqtisodiyot” fanidan seminar darslari uchun uslubiy qo‘llanma. Т: "IQTISOD - MOLIYA", 2015 -225 б

20. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. «Микроэкономика» 5 изд., Санкт-Петербург 2014. -548 с.

21. Микроэкономика под ред. Атаманова В.С., Иванова М., М 2016 –455 б.

22. П. Е. Микроэкономика, Учебник, Санкт-Петербург 2015. – 744 с.

Internet saytlari:

23. www.lex.uz (O‘zbekiston Respublikasi Qonun xujjatlarini ma’lumotlari milliy bazasi)

24. www.gov.uz (O‘zbekiston Respublikasi hukumat portali)

25. www.ziynet.uz(ZiyoNet ta'lim portali)
26. www.nes.ru (Rossiya iqtisodiy maktabi rasmiy sayti)
27. www.cer.uz (Iqtisodiy tadqiqotlar markazi rasmiy sayti)
28. www.cbu.uz (O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy sayti)
29. www.tfi.uz (Toshkent moliya instituti rasmiy sayti)
- 30 www.stat.uz (O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining rasmiy sayti)
- 31 [www.iet.ru](http://www.iет.ru) (E.T.Gaydar nomidagi iqtisodiy siyosat instituti rasmiy sayti)
- 32 [www. http://el.tfi.uz/pdf/mddj22.uzk.pdf](http://el.tfi.uz/pdf/mddj22.uzk.pdf) - Toshkent moliya instituti elektron kutubxonasi.

MUNDARIJA

KIRISH	3
I BOB. MIKROIQTISODIYOT FANINING PREDMETI, MAQSADI VA VAZIFALARI	
1.1. Resurslarning cheklanganligi va ularni taqsimlash.....	5
1.2. Normativ va pozitiv mikroiqtsodiyot.....	7
1.3. Mikroiqtsodiyotning ahamiyati.....	10
1.4. Bozor va uning vazifasi.....	12
II BOB. MIKROIQTISODIYOT ASOSIY KATEGORIYALARI: TALAB VA TAKLIF	
2.1. Bozorlar va raqobat.....	18
2.2. Talab.....	20
2.3. Taklif.....	27
2.4. Talab va taklif birgalikda.....	32
III BOB BOZOR MUVOZANATINI TA'MINLASH MODELLARI	
3.1. Bozor muvozanati tushunchasi va uni o'rnatilishi.....	39
3.2. Bozor muvozanati.....	43
3.3. Narx va uning vazifasi.....	45
IV BOB. TALAB VA TAKLIF ELASTIKLIKLIKI	
4.1. Talab elastikligi.....	48
4.2. Taklif elastikligi.....	60
4.3. Talab, taklif va elastiklikning uch ko'rinishi.....	63
V BOB. NARX USTIDAN NAZORAT VA BOZOR FAOLIYATI	
5.1. Maksimal va minimal narxlar.....	73
5.2. Narxning bozor faoliyatiga ta'siri.....	76
5.3. Narx ustidan nazoratning salbiy oqibatlari.....	81
	85

**VI BOB. ISTE'MOLCHILAR, ISHLAB CHIQUARUVCHILAR
VA BOZORLAR SAMARADORLIGI**

6.1. Iste'molchi ortiqchaligi.....	85
6.2. Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi.....	91
6.3. Bozor samaradorligi.....	96

VII BOB. ISTE'MOLCHI TANLOVI NAZARIYASI 105

7.1. Byudjet chizig'i: iste'molchining qanday imkoniyatlari mavjud....	105
7.2. Tanlov: iste'molchi nimani xohlaydi.....	107
7.3. Optimallashtirish: iste'molchi nimani tanlaydi.....	113
7.4. Uch qo'llanma.....	121

**VIII BOB DAROMAD SAMARASI VA ALMASHTIRISH
SAMARASI** 133

8.1. Daromad samarasi va almashtirish samarasi.....	133
8.2. "Narx-iste'mol" chizig'i va uning taxlili.....	136
8.3. Normal va past kotegiryali tovarlar uchun daromad va almashtirish samarasi.....	139

IX BOB. BOZOR VA TAVAKKALCHILIK 142

9.1. Tavakkalchilikni o'lchash.....	142
9.2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat.....	145
9.3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish.....	149
9.4. Asimmetrik axborotlashgan bozor.....	150
9.5. Siyosiy iqtisodiyot.....	159
9.6. Hulq-atvor iqtisodiyoti.....	165

X BOB. ISHLAB CHIQUARISH NAZARIYASI 172

10.1. Ishlab chiqarish texnologiyasi.....	172
10.2. Izokvantlar.....	175
10.3. Qisqa va uzoq muddatli ishlab chiqarish.....	178
10.4. O'rtacha va chegarali mahsulot.....	181
10.5. Ishlab chiqarish omillari bir-birining o'rmini bosishi.....	187

10.6. Ko‘lam samarasi.....	192
XI BOB. ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI	199
11.1. Umumiy daromad, umumiy xarajat va foyda.....	199
11.2. Doimiy va o‘zgaruvchan xarajatlar.....	206
11.3. Xarajat egri chiziq-lari va ularning shakllari.....	208
11.4. Qisqa muddatli va uzoq muddatli xarajatlar.....	212
XII BOB. RAQOBATLASHGAN BOZORLARDAGI FIRMALAR FAOLIYATI	215
12.1. Raqobat tushunchasi.....	215
12.2. Raqobatlashuvchi firmaning daromadi.....	218
12.3. Foydani maksimal- lashtirish va raqobatli firmalarning taklif egri chizig‘i.....	228
12.4. Raqobat bozorida taklif egri chizig‘i.....	236
XIII-BOB NOMUKAMMAL BOZORLARDA FIRMALAR FAOLIYATI	242
13.1. Monopoliya va mukammal raqobat.....	242
13.2. Raqobatlashgan monopol bozori.	244
13.3. Monopolistik raqobat va jamiyat farovonligi	253
13.4. Bir necha sotuvchili bozorlar.....	256
13.5. Oligopolianing bozor natijalariga ta’siri.....	262
XIV BOB. ISHLAB CHIQRISH OMILLARI BOZORI	277
14.1. Mehnat munosabatlari va mehnat resurslaridan foydalanish ko‘rsatkichlari.....	277
14.2. Taklif chizig‘i yotiq-ligi.....	286
14.3. Investitsiyani hisoblashdagi diskontirlangan qiymat.....	310
XV BOB. TASHQI TA’SIRLAR VA DAVLAT SIYOSATI	323
15.1. Tashqi ta’sirlar va bozor samarasizligi.....	323
15.2. Salbiy tashqi ta’sirlar.....	324
15.3. Tashqi ta’sirlarga qaratilgan davlat siyosati.....	330

XVI BOB. IJTIMOIIY NE`MATLAR VA UMUMIY		
RESURLAR		345
16.1.	Mahsulotlarning turli xil turlari.....	345
16.2.	Ommaviy (umumiy foydalanishdagi) tovarlar.....	348
16.3.	Umumiy resurslar.....	358
XVII BOB.MAKROIQTISODIYOT FANIGA KIRISH		366
17.1.	“Makroiqtisodiyot” fanining shakllanishi tarixi, predmeti va obyekti.....	366
17.2.	Makroiqtisodiyot fanining tadqiqot usullari.....	370
17.3.	“Resurslar-tovarlar va hizmatlar” hamda “daromadlar – xarajatlar”ning doiraviy oqimi inodeli.....	372
XVIII BOB.MAKROIQTISODIY KO`RSATKICHLAR		377
18.1.	Milliy iqtisodiyotni tahlil qilishda qo`llaniladigan asosiy ko`rsatkichlar.....	377
18.2.	Yalpi ichki mahsulot tushunchasi va uni hisoblashning asosiy shartlari.....	378
18.3.	Milliy hisobchilik tizimidagi boshqa ko`rsatkichlar va ular o`rtasidagi nisbat.....	382
18.4.	Nominal va real YaIM.....	384
XIX BOB. IQTISODIY DAVRLAR VA TEBRANISHLAR		388
19.1.	Iqtisodiy o`sinh tushunchasi va uning o`lchanishi.....	388
19.2.	Iqtisodiy davrlarning xususiyati va ko`rinishi.....	391
19.3.	Davlatning iqtisodiy o`sinhga ta`sir etish imkoniyatlari.....	392
XX-BOB. ISHCHI KUCHI VA ISHSIZLIK		
20.1.	Mehnat bozori va undagi raqobat.....	397
20.2.	Ishsizlikning iqtisodiy oqibatitari. A.Ouken qonuni.....	400

XXI -BOB. INFLYATSIYA VA AKSILINFLYATSIYA		
SIYOSATI		405
21.1.	Inflyatsiyaning mohiyati va hisoblanish usullari.....	405
21.2.	Inflyatsiyaning turlari. Talab va taklif inflyatsiyasi.....	407
21.3.	Inflyatsiya va ishsizlik o'rtasidagi bog'liklik. Fillips egri chizig'i.....	410
21.4.	Aksillinflyatsiya siyosati.....	412
XXII-BOB YALPI TALAB VA YALPI TAKLIF MODELII		417
22.1.	Yalpi talab - yalpi taklif modeliga umumiy tavsif.....	417
22.2.	Yalpi talabning baho va bahodan boshqa omillari.....	419
22.3.	Yalpi taklif grafigi va omillari.....	421
22.4.	AD-AS modelida makroiqtisodiy muvozanat.....	424
XXIII-BOB. ISTE'MOL VA JAMG'ARISH FUNKTSIYALARI		430
23.1.	Iste'mol va jamg'arish, ularning grafiklari va funksiyalari...	430
23.2.	Iste'mol va jamg'arishga o'rtacha hamda chegaralangan moyillik.....	435
XXIV-BOB. INVESTITSIYA VA UNING IQTISODIYOTDAGI O'RNI		439
24.1.	Investitsiyalarning mohiyati, grafigi va funksiyasi.....	439
24.2.	Investitsiyalar dinamikasini belgilovchi foiz stavkasidan boshqa omillar.....	440
24.3.	Asosiy fondlarga investitsiyalar.....	442
24.4.	O'zbekiston Respublikasida amalga oshirilayotgan investitsion siyosat	446
XXV-BOB. BANK TIZIMI. PUL-KREDIT SIYOSATI		455
25.1.	Banklar va ularning bozor iqtisodiyotidagi vazifalari.....	455
25.2.	Pul-kredit siyosatining maqsadlari, vositalari va ko'rinishlari.....	457
25.3.	Ochiq bozordagi operatsiyalar va hisob stavkasi.....	460

25.4.	O‘zbekistonning bank tizimini mustahkamlash va pul-kredit siyosatini takomillashtirish yo‘nalishlari.....	465
-------	---	-----

XXVI BOB. DAVLAT BYUDJETI. BYUDJET SOLIQ

SIYOSATI

		490
26.1.	Davlat byudjetining mohiyati, funksiyalari va ahamiyati.....	490
26.2.	Davlat byudjetining daromadlari.....	495
26.3.	Davlat byudjetining xarajatlari.....	500
26.4.	Davlat xarajatlari, soliq va balanslashgan byudjet multiplikatorlari.....	503
26.5.	Diskret va nodiskret fiskal siyosat. Byudjet taqchilligi va ortiqchaligi.....	508

XXVII BOB. IS-LM MODEL VA UNING QO‘LLANILISHI

27.1.	IS - LM modelining mohiyati va AD-AS modeli bilan bog‘liqligi.....	513
27.2.	IS-LM modelining asosiy tenglamalari.....	515
27.3.	IS - egri chizig‘i va uning tenglamasi.....	519
27.4.	LM - egri chizig‘i va uning tenglamasi.....	522
27.5.	IS-LM modelida makroiqtisodiy muvozanat.....	524

XXVIII BOB. IQTISODIY O‘SISH VA UNING MODELLARI

28.1.	Iqtisodiy o‘shning umumiy tavsifi.....	528
28.2.	Iqtisodiy o‘sh omillari va tiplari.....	531
28.3.	Iqtisodiy o‘shning keynscha modellarining umumiy tavsifi. E. Domar modeli.....	532
28.4.	Iqtisodiy o‘shning R. Xarrod modeli.....	534
28.5.	R.Solouning neoklassik modeli asoslari.....	536
28.6.	Iqtisodiy o‘shning J.Mid va A. Lyuis modellari.....	544

XXIV BOB. XALQARO SAVDO NAZARIYASI

29.1.	Xalqaro savdoning zaruriyati, rivojlanish bosqichlari va asosiy ko‘rinishlari.....	549
29.2.	Merkantilizm	552

29.3.	A.Smitning mutlaq ustunlik nazariyasi.....	554
29.4.	Rikardoning nisbiy ustunlik nazariyasi.....	555
XXX BOB. TASHQI SAVDO SIYOSATI		560
30.1.	Tashqi savdo siyosatining mohiyati va vositalari.....	560
30.2.	Ishlab chiqaruvchilarga subsidiyalar va importni kvotalar orqali tartibga solish.....	566
30.3.	Eksport subsidiyalari. Eksport bojlari va eksportni ixtiyoriy cheklash.....	570
XXXI BOB. OCHIQ IQTISODIYOTDA VALYUTA KURSI SIYOSATI		584
31.1.	Valyuta va jahon valyuta tizimi tushunchasi.....	584
31.2.	Valyuta bozorini davlat tomonidan tartibga solish usullari....	586
31.3.	Valyuta kursi va uni belgilovchi omillar.....	587
31.4.	Nominal va real valyuta kurslari.....	591
31.5.	Makroiqtisodiy siyosatning nominal va real valyuta kurslariga ta'siri.....	595
XXXII-BOB: OCHIQ IQTISODIYOTDA MENDELL-FLEMING MODEL		599
32.1.	Ochiq iqtisodiyot tushunchasi va uning ko'rinishlari.....	599
32.2.	Mandell Flemingning ochiq iqtisodiyot modeli.....	600
32.3.	Qayd etilgan valyuta kursi sharoitida pul-kredit va fiskal siyosat.....	610
32.4.	Erkin suzib yuruvchi valyuta kursi sharoitida makroiqtisodiy siyosat.....	612
XXXIII BOB. DAVLATNING BARQARORLASHTIRISH SIYOSATI		617
33.1.	Barqarorlashtirish siyosati tushunchasi va xususiyatlari.....	617
33.2.	Siyosatni amalga oshirish va uning oqibatlarida vaqt oraliqlari.....	619

33.3. Mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirish va libyerallashtirishning ustuvor yoʻnalishlari.....	622
GLOSSARIY	630
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI.....	647

E.I. Ergashev, I. Bakiva,
Sh. Fayziyev, B. Shermuxamedov

MIKROIQTISODIYOT. MAKROIQTISODIYOT

Darslik

Muharrir **Sh. Bazarova**
Badiiy muharrir **K. Boyxo'jayev**
Kompyuterda sahifalovchi **Z. Ulug'bekova**

Nashr lits. AI¹ 305. Bosishga ruxsat etildi 20.12.2019.
Qog'oz bichimi 60x84 ¹/₁₆. Shartli bosma tabog'i 39,1.
Hisob-nashr tabog'i 40,8. Adadi 150.
60-buyurtma.

«IQTISOD-MOLIYA» nashriyotida tayyorlandi.
100000, Toshkent, Amir Temur ko'chasi, 60^a.

«DAVR MATBUOT SAVDO» MChJ
bosmaxonasida ofset usulida chop etildi.
100198, Toshkent, Qo'yliq, 4-mavze, 46.