

7-БОБ. ТАЛАБ ВА ТАКЛИФ НАЗАРИЯСИ. БОЗОР МУВОЗАНАТИ

Бозор механизмининг амал қилишида талаб ва таклиф қонунлари муҳим ўрин тутди. Талаб ва таклиф нархни шакллантиради, шу билан бирга нарх талаб ва таклиф ўртасидаги нисбатни аниқлаб беради. Бу бобда дастлаб талаб ва таклифга нархнинг таъсирини алоҳида қараб чиқамиз. Кейин талаб ва таклиф таъсирида мувозанатлашган нархнинг ўрнатилиши тушунтириб берилади. Шу ўринда талаб ва таклиф қонунлари, уларнинг миқдорига таъсир этувчи омилларни, улар ўртасидаги мутаносибликни баён этишга алоҳида эътибор берилади.

Шунингдек, бобнинг якунида талабнинг шаклланиши ва амал қилиши, унга таъсир этувчи омилларни ўрганишда иқтисодиёт назариясида муҳим йўналишлардан бирига айланган истеъмолчи хатти-ҳаракати назарияси билан танишиб чиқамиз.

7.1. Талаб тушунчаси ва унинг миқдорига таъсир қилувчи омиллар. Талаб қонуни

Эҳтиёж кишиларнинг ҳаётий воситаларига бўлган заруриятини ифодаловчи илмий категория сифатида тараққиётнинг ҳамма босқичлари учун умумий ва доимийдир. Унинг бозор иқтисодиёти шароитидаги тарихий кўриниши талаб тушунчасидир. Талаб эҳтиёждан фарқ қилиб, мустақил иқтисодий категория (илмий тушунча) сифатида амал қилади.

Эҳтиёжнинг фақат пул билан таъминланган қисми талабга айланади. Демак, **талаб – бу пул билан таъминланган эҳтиёждир**. Эҳтиёж зарур миқдордаги пул билан таъминланмаса, у «хоҳиш», «истак» бўлиб қолаверади. Масалан, талаба янги русумдаги қўл телефонини харид қилиш мақсадида дўконга кирди. Қўл телефонининг нархи 300 минг сўм бўлиб, талабада фақат 200 минг сўм мавжуд, деб фараз қилайлик. Бу ҳолда талабанинг янги русумдаги телефонга нисбатан эҳтиёжи талабга айланмайди ва, бинобарин, кондирилмайди. Бу ўринда талаба яна 100 минг сўм миқдорида пул қидириб топиши ёки нархи 200 минг сўмгача бўлган телефон харид қилиши мумкин. Шу ҳолдагина унинг қўл телефонига нисбатан эҳтиёжи талабга айланади.

Талабнинг бир қатор муқобил вариантлари мавжуд бўлади, чунки нарх ўзгариши билан товарнинг сотиб олинган миқдори ҳам ўзгаради. Шу боғлиқликдан келиб чиқиб, талабга қуйидагича таъриф бериш мумкин: **маълум вақт оралиғида, нархларнинг мавжуд даражасида истеъмолчиларнинг товар ва хизматлар маълум турларини сотиб олишга қодир бўлган эҳтиёжи талаб дейилади**.

Талаблар турлича бўлиб, одатда бир хил товар ёки хизматларга бўлган талабнинг икки тури фарқланади: якка талаб ва бозор талаби. **Ҳар бир истеъмолчининг, яъни алоҳида шахс, оила, корхона, фирманинг товарнинг шу турига бўлган талаби якка талаб дейилади. Бир қанча**

(кўпчилик) истеъмолчиларнинг шу турдаги товар ёки хизматга бўлган талаблари йиғиндиси бозор талаби дейилади.

Якка талаб ҳам, бозор талаби ҳам миқдор жиҳатдан аниқланади. Лекин бу миқдор ҳар доим ҳам бир хил бўлиб турмайди, балки ўзгарувчан бўлади. Талаб миқдорининг ўзгаришига бир қанча омиллар таъсир қилади. Уларнинг ичида энг кўп таъсир қиладиган омил нарх омилдир.

Нарх ва сотиб олинadиган товарлар миқдори ўртасидаги бўладиган боғлиқликни қуйидаги 7.1-жадвал маълумотлари асосида қараб чиқамиз.

7.1-жадвал

Нарх ва сотиб олинadиган товар миқдори ўртасидаги боғлиқЛИК

Бир килограмм картошка нархи (сўм)	Картошкага бўлган якка талаб миқдори (бир ойда килограмм)	Картошкага бўлган бозор талаби миқдори (бир ойда тонна)
700	10	10
600	20	20
500	30	30
400	50	50
300	60	60

Жадвалдаги мисолда картошканинг 300 сўмдан 700 сўмгача бўлган нарх даражаларида уларга бўлган талаб миқдорлари ифодаланган. Маълумотлар товар нархининг пасайиши сотиб олинadиган товар миқдорининг ўсишига ва аксинча, нархнинг ўсиши талаб миқдорининг камайишига олиб келишини кўрсатади. Нархнинг энг юқори – 700 сўм даражасида якка талаб (масалан, ўртача бир оиланинг талаби) энг оз миқдор – 10 кг ни ташкил этган бўлса, нарх пасайиши билан талаб миқдори кўпайиб бормоқда: 600 сўмда – 20 кг, 500 сўмда – 30 кг ва ҳ.к. Нархнинг энг паст даражаси – 300 сўмга талабнинг энг юқори миқдори – 60 кг тўғри келмоқда.

Жадвалнинг навбатдаги устунида картошкага бўлган бозор талаби миқдори ифодаланган. Бунда муайян ҳудудда тахминан 1000 та оила истиқомат қилади ва уларнинг картошка нархининг ўзгаришига нисбатан деярли бир хил хатти-ҳаракат, муносабатда бўладилар, деган шартга асосланилди. Мисолдан кўринадики, бозор талаби миқдорининг нархга нисбатан ўзгариши ҳам якка талабнинг ўзгаришига мутаносиб равишда рўй бермоқда.

Товар нархи ва сотиб олинadиган товар миқдори ўзгариши ўртасида бўладиган тесқари ёки қарама-қарши боғлиқлик талаб қонуни дейилади.

Реал иқтисодий ҳаётда баъзан бу қоидага зид бўлган, яъни айрим товар нархининг ўсиши билан унга бўлган талаб миқдорининг янада ортиши ҳолати ҳам учрайди. Бу ҳолат **Гиффен самараси** деб (инглиз иқтисодчиси Р.Гиффен номи билан) аталади. Гиффен камбағал ишчи оилалари картошка кимматлашишига қарамасдан уни истеъмол қилиш кенгайишини кузатиб, бу

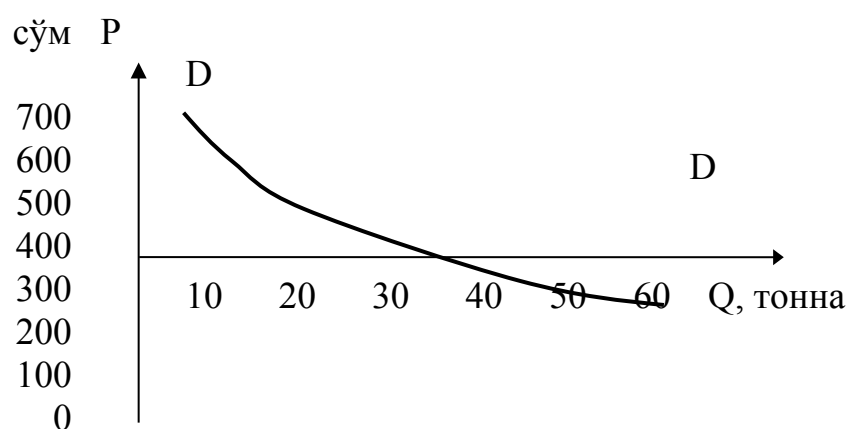
самарани тасвирлаб кўрсатган. Тушунтириш шунга асосланадики, картошка камбағал оила овқатида маҳсулотларнинг асосий қисмини эгаллайди. Агар картошка нархининг ўсиши рўй берса, бунда камбағал оила гўшт сотиб олишдан умуман воз кечишга мажбур бўлади, ўзининг кўп бўлмаган даромадининг барчасини картошка сотиб олишга сарфлайди.

Демак, бундай вазиятда нархларнинг ошиши зарур товарларга талаб миқдорининг камаймасдан, аксинча кўпайишига олиб келиши мумкин.

Товар нархи ва унинг харид қилинадиган миқдори (талабнинг) ўртасидаги тесқари боғлиқликни оддий икки ўлчамли графикда ҳам тасвирлаш мумкин: ётиқ чизик бозор талаби миқдорини, тик чизик нархни кўрсатади (7.1-чизма).

7.1-чизма

Талаб эгри чизиғи



Графикдаги DD чизик нарх ва талаб ҳажми ўртасидаги тесқари боғлиқликни тасвирий акс эттиради. Ундаги ҳар бир нуқта товарнинг аниқ нархи ва истеъмолчи шу нархда сотиб олиши мумкин бўлган товар миқдорини кўрсатади.

Нарх ва талаб ҳажмининг ўзгариши ўртасидаги тесқари боғлиқликни кўрсатувчи бу чизик талаб эгри чизиғи дейилади.

Талаб миқдорига нархдан ташқари таъсир қилувчи омиллар. Талаб ҳажмининг ўзгариши фақат товар нархига эмас, балки бошқа бир қатор омилларга ҳам боғлиқ бўлади. Бу омиллар **талабнинг нархдан ташқари омиллари** дейилади.

Талабга нархдан ташқари қуйидаги асосий омиллар таъсир кўрсатади:

- 1) истеъмолчининг диди;
- 2) бозордаги истеъмолчилар сони;
- 3) истеъмолчининг даромадлари;
- 4) бир-бирига боғлиқ товарларнинг нархи;
- 5) келажакда нарх ва даромадларнинг ўзгариши эҳтимоли.

Бу омилларнинг ўзгариши талаб ҳажмининг ўзгаришига қандай таъсир кўрсатишини қараб чиқамиз.

1. Бирор маҳсулотга истеъмолчи дидидаги ижобий ўзгариш рўй берса, нархнинг тегишли даражасида унга бўлган талаб ортади. Бу ўринда реал ҳаётда истеъмолчилар «мода», яъни бирон-бир товарнинг кенг расм бўлган турини сотиб олишга ҳаракат қилишларини мисол келтириш мумкин. Истеъмолчи дидига салбий таъсир кўрсатадиган ҳолатлар талабнинг қисқаришига олиб келади.

2. Ўз-ўзидан аниқки, бозорда истеъмолчилар сони кўпайса, талаб ортади, истеъмолчиларнинг сони камайса, талаб қисқаради. Масалан, алоқа воситаларининг такомиллашуви халқаро молиявий бозор доирасини, ундаги қимматли қоғозларнинг олди-сотди жараёнларида иштирок этувчилар сонини мислсиз кенгайтиради ҳамда акция ва облигация каби молиявий активларга бўлган талабнинг ўсишига олиб келади. Туғилиш даражасининг пасайиши болалар боғчаси ва мактабга бўлган талабни камайтиради.

3. Пул даромади ўзгаришининг талаб ҳажмига таъсири бошқа омилларга қараганда анча мураккаб. Пул даромадининг ортиши жуда кўп товарларга талабни нисбатан оширади, даромаднинг камайиши эса бундай товарларга талабни камайтиради. Даромад ошса, унинг ўсишига қараб истеъмолчилар аксарият ҳолларда нархи юқори бўлсада, кўпроқ сифатли товарларни харид қилишга ҳаракат қилишади. Бунда улар нон, картошка, карам каби маҳсулотларни камроқ сотиб олишлари мумкин. Чунки ортиқча даромад уларга анча юқори оқсил таркибига эга бўлган озиқ-овқат маҳсулотлари, масалан, гўшт ва сут маҳсулотлари харид қилиш имконини беради. **Даромаднинг ўзгариши билан талаб миқдори тўғри боғлиқликда ўзгарадиган товарлар олий тоифали товарлар дейилади.**

Даромаднинг ўзгариши билан талаб миқдори тескари боғлиқликда ўзгарадиган товарлар паст тоифали товарлар дейилади.

Истеъмолчилар даромади ва улар томонидан сотиб олинадиган товарлар миқдори ўртасидаги боғлиқлик немис иқтисодчиси ва статисти Эрнст Энгель (1821-1896) томонидан чуқур тадқиқ этилган. Шунга кўра, **истеъмолчи даромади билан у томонидан сотиб олиниши мумкин бўлган товарлар миқдори ўртасидаги ўзаро боғлиқлик Энгель қонуни дейилади.**

Бу қонуннинг амал қилишини Энгель эгри чизиғи орқали ифодалаш мумкин (7.2-чизма).

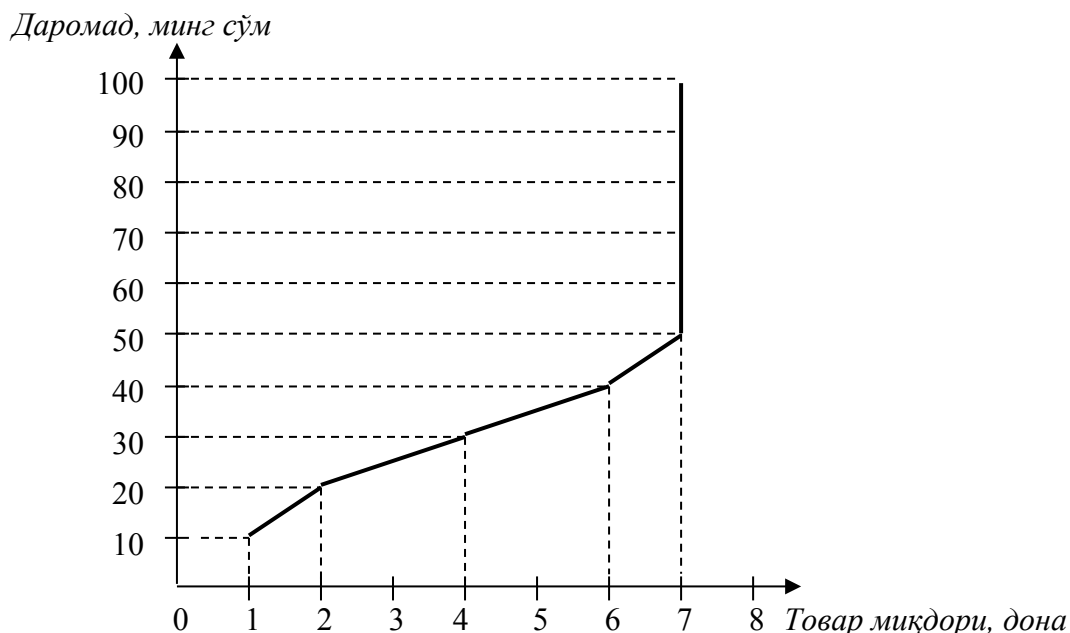
Олий тоифали ёки нормал товарлар учун Энгель эгри чизиғи ўсувчан кўринишида бўлади. Ҳақиқатан ҳам, аҳоли даромадлари ўсиб бориши билан бу турдаги товарлар кўпроқ харид қилинади. Паст тоифали товарлар учун Энгель эгри чизиғи пасаювчан кўринишда бўлиб, даромадлар ошиб бориши билан истеъмолчилар уларни камроқ миқдорда сотиб оладилар. Агар товарнинг истеъмоли даромад даражасига боғлиқ бўлмаса, у ҳолда Энгель эгри чизиғи тик ҳолда бўлади.

Чизмадан кўринадики, истеъмолчининг бир ойлик даромади 10 минг сўмдан 20 минг сўмга ошганда, у сотиб олган маҳсулот миқдори 1 донадан 2 донага, 20 минг сўмдан 30 минг сўмга ошганда 2 донадан 4 донага ошмоқда. Даромадларнинг кейинги ўсиши билан товарлар сотиб олиш ҳажмининг

ўсиши секинламоқда: 30 минг сўмдан 40 минг сўмгача – 4 донадан 6 донагача, 40 минг сўмдан 50 минг сўмгача – 6 донадан 7 донагача.

7.2-чизма

Энгель эгри чизиғи



Даромаднинг бундан юқори даражаларида эса сотиб олиш ҳажмининг ўсиши бутунлай тўхтаган (даромаднинг 60 минг сўм ва ундан юқори даражаларида мазкур товарнинг 7 донаси сотиб олинмоқда). Энгель эгри чизиғи истеъмолчилар пул даромадлари ўзгаришининг талабга қандай таъсир қилиши тўғрисида ахборот беради. Бу ахборот товар ишлаб чиқарувчилар учун ўз товарларининг мумкин бўлган сотиш ҳажми ва бозор конъюнктурасини баҳолашда муҳим аҳамият касб этади.

4. Ўзаро боғлиқ товарлар нархи ўзгаришининг талабга таъсирини ўрганишда уларни икки гуруҳга ажратиш мақсадга мувофиқ бўлади: 1) ўзаро бир-бирини алмаштирувчи ёки ўринбосар товарлар; 2) ўзаро бир-бирини тўлдирувчи товарлар.

Ўзаро бир-бирини алмаштирувчи товарлардан бирининг нархини ўзгариши билан бошқасига бўлган талабнинг ўзгариши тўғри боғлиқликда бўлади. Масалан, сариёғ нархининг ошиши маргаринга бўлган талабнинг ортишига олиб келади. Сариёғ нархининг пасайиши эса маргаринга бўлган талабни камайтиради.

Ўзаро бир-бирини тўлдирувчи товарлардан бирининг нархини ўзгариши билан бошқасига бўлган талабнинг ўзгариши тесқари боғлиқликда бўлади. Масалан, агар автомобилнинг нархи ошса, бензинга бўлган талаб қисқаради. Аксинча, автомобилнинг нархи тушса, бензинга бўлган талаб ошади.

5. Келгусида истеъмолчи даромадлари, товар нархи ўзгаришининг кутилиши ва товарлар миқдорининг етарли бўлиши ёки бўлмаслиги каби

омиллар талаб ҳажмини ўзгартириши мумкин. Келгусида нархнинг нисбатан ошишининг кутилиши, истеъмолчи жорий талабининг ошишига олиб келади. Аксинча, нархнинг пасайиши ва даромаднинг кўпайишининг кутилиши товарларга бўлган жорий талаб ҳажмининг қисқаришига сабаб бўлади.

Шу ўринда, глобал молиявий-иқтисодий инқироз ҳам жаҳон ва миллий бозорлардаги талаб ҳажмига салбий таъсир кўрсатиб, аксарият ҳолларда унинг қисқаришига олиб келаётганлигини таъкидлаш ўринлидир. Жумладан, мазкур инқирознинг Ўзбекистонга таъсир оқибати ҳам жаҳон бозорида экспорт маҳсулотларимизга бўлган талабнинг пасайиши орқали намоён бўлади. Шунга кўра, 2009-2012 йилларга мўлжалланган Инқирозга қарши чоралар дастурида «жаҳон бозорида талаб пасайиб бораётган бир шароитда, ички бозорда талабни рағбатлантириш орқали маҳаллий ишлаб чиқарувчиларни қўллаб-қувватлаш иқтисодий ўсишнинг юқори суръатларини сақлаб қолиш»¹ вазифаси белгилаб берилган.

7.2. Таклиф тушунчаси. Таклиф миқдорига таъсир қилувчи омиллар. Таклиф қонуни

Бозор ҳолатининг ўзгаришига истеъмолчи ёки харидорнинг муносабати уларнинг талаби орқали намоён бўлса, ишлаб чиқарувчи ёки сотувчининг муносабати таклиф орқали намоён бўлади.

Маълум вақт оралиғидаги нархларнинг муайян даражасида ишлаб чиқарувчи ёки сотувчилар томонидан маълум турдаги товар ва хизматларнинг бозорга чиқарилган миқдори таклиф дейилади. Нарх ўзгариши билан сотишга чиқариладиган маҳсулот миқдори ҳам ўзгариши сабабли талаб каби таклифнинг ҳам бир қатор муқобил вариантлари мавжуд бўлади. Алоҳида ишлаб чиқарувчи ҳамда бозор таклифини ифодаловчи мисол 7.2-жадвалда кўрсатилган.

7.2-жадвал

Нарх ва таклиф миқдори ўртасидаги боғлиқлик

Бир килограмм картошка нархи (сўм)	Картошканинг якка таклифи миқдори (бир ойда килограмм)	Картошканинг бозор таклифи миқдори (бир ойда тонна)
700	60	60
600	50	50
500	30	30
400	20	20
300	10	10

Жадвал маълумотларидан кўринадикки, картошка нархининг 700 сўм даражасида якка таклиф (масалан, битта сотувчи таклифи) энг юқори миқдор

¹ Қаралсин: Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009, 35-б.

– 60 кг ни ташкил этган. Нарх пасайиб бориши билан эса таклиф миқдори ҳам пасайиб бормоқда: 600 сўмда – 50 кг, 500 сўмда – 30 кг ва ҳ.к.

Жадвалнинг навбатдаги устунда эса картошканинг бозор таклифи (яъни, жами сотувчилар томонидан сотилиши мумкин бўлган) миқдори ифодаланиб, у ҳам ўз тавсифига кўра якка таклифга мос тушади.

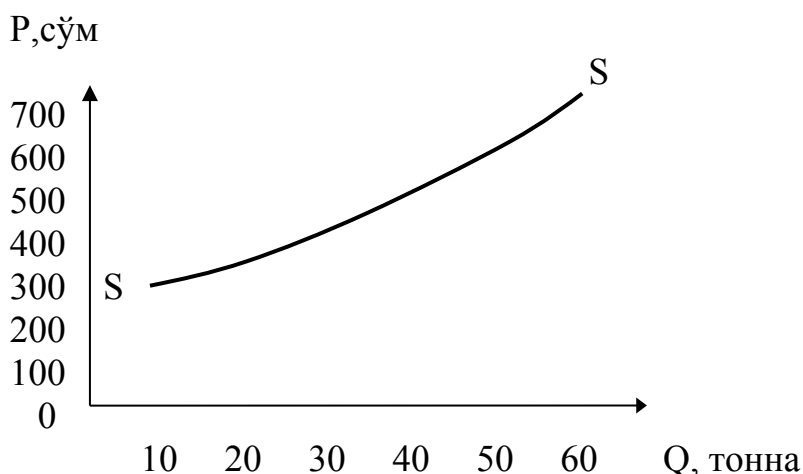
Демак, нархнинг ошиши билан шунга мос равишда сотишга чиқариладиган товарлар таклифи миқдори ҳам ортади, нархнинг тушиши билан таклиф ҳажми қисқаради. **Нархнинг ўзгариши билан таклиф этилаётган товар миқдорининг тўғри боғлиқликдаги ўзгариши таклиф қонуни дейилади.**

Истеъмолчи учун нархнинг ошиши тўсиқ ролини ўйнаса, ишлаб чиқарувчи учун рағбатлантириш вазифасини бажаради.

Нарх даражаси ва таклиф миқдори ўртасидаги тўғридан-тўғри боғлиқликни кўрсатувчи маълумотларни графикда ифодалаб, **таклиф эгри чизиғини** тасвирлаш мумкин (7.3-чизма).

7.3-чизма

Таклиф эгри чизиғи



Бозорда таклиф қилинадиган товар ҳажмига **нархдан ташқари бир қатор омиллар** ҳам таъсир қилади. Бу омилларнинг асосийлари куйидагилар:

- 1) ресурсларнинг нархи;
- 2) ишлаб чиқариш технологияси;
- 3) солиқ ва субсидиялар;
- 4) бошқа товарларнинг нархи;
- 5) нарх ўзгаришининг кутилиши;
- 6) бозордаги сотувчилар сони.

Мазкур омиллардан бир ёки бир нечтасининг ўзгариши таклиф ҳажмининг ўзгаришини тақозо қилади.

Таклифга таъсир қилувчи омилларни алоҳида-алоҳида қараб чиқамиз.

1. Ресурсларнинг нархи. Ишлаб чиқариш харажатлари ва таклиф ўртасида мустаҳкам ўзаро боғлиқлик мавжуд. Ресурс нархларининг пасайиши ишлаб чиқариш харажатларини камайтиради ва таклифни оширади. Аксинча, ресурсларга нархнинг ошиши ишлаб чиқариш харажатларини оширади ва

таклифни қисқартиради. Масалан, минерал ўғитлар нархининг пасайиши буғдой таклифини оширади, қурилиш материаллари нархларининг ошиши уй-жой ва ишлаб чиқариш бинолари таклифини қисқартиради.

2. Ишлаб чиқариш технологияси. Технологияларнинг такомиллашуви маҳсулот ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш имконини беради. Ресурсларнинг мавжуд нархида ишлаб чиқариш харажатлари камаяди ва таклиф кўпаяди. Масалан, пахта зараркунандаларига қарши анча самарали биологик усулларнинг яратилиши пахта толасининг миқдорини ва сифатини, биобарин таклифини оширади.

3. Солиқлар ва субсидиялар даражаси. Солиқларнинг аксарият турлари ишлаб чиқариш харажатлари таркибига киради. Шу сабабли солиқларнинг ошиши ишлаб чиқариш харажатларини оширади ва таклифни қисқартиради. Масалан, импорт товарларга бож тўловларининг ошиши унинг таклифини қисқартиради. Аксинча, давлат қандайдир товар ишлаб чиқариш ёки бирор соҳага субсидия (субсидия – давлат томонидан аҳоли ёки корхоналарга ўз зарарларини қоплаш ёки бошқа мақсадлар учун қайтарилмаслик шарти билан берилувчи маблағ) берса, бу амалда харажатларни камайтиради ва унинг таклифини оширади.

4. Бошқа товарлар нархи. Бошқа товарлар нархларининг ўзгариши ҳам мазкур товар таклифини ўзгартиради. Масалан, бошқа ўзгармас шароитларда қўй гўшти нархининг пасайиши натижасида ундан олинадиган фойда даражаси ҳам пасайиб, қассоблар томонидан мол гўшти таклифининг оширилишига олиб келади.

5. Нарх ўзгаришининг кутилиши. Келгусида маҳсулот нархининг ўзгаришининг кутилиши ҳам ишлаб чиқарувчининг бугунги кундаги бозорга маҳсулот етказиб бериш хоҳишига таъсир кўрсатиши мумкин. Масалан, келажакда нефть нархининг кескин пасайишининг кутилиши нефтнинг таклифини пасайтиради.

6. Ишлаб чиқарувчилар ёки сотувчилар сони. Товар ишлаб чиқарувчилар қанчалик кўп бўлса, таклиф қилинадиган маҳсулот миқдори шунчалик кўп бўлади. Тармоқдаги ишлаб чиқарувчилар сони ортиб бориши таклифни кўпайтиради, чунки товар ишлаб чиқариш кўпаяди.

Таклиф ҳажмининг ўзгаришига товарнинг сақланиш хусусияти, сақлаш харажатлари ва транспорт-ташиш имкониятлари ҳам таъсир кўрсатади. Масалан, узоқ вақт сақлаб бўлмайдиган қишлоқ хўжалик ва озиқ-овқат маҳсулотлари учун таклиф камдан-кам ўзгарувчан бўлади.

Ишлаб чиқариш жараёнининг хусусияти, табиий ресурсларнинг мавжуд даражаси ҳам таклифга таъсир кўрсатади. Масалан, нархнинг ўзгаришига жавобан ишлаб чиқаришни кенгайтириш ёки бошқа хил маҳсулот ишлаб чиқаришга ўтиш имконияти мавжуд бўлса таклиф ўзгаради. Қишлоқ хўжалигига яроқли бўлган ерлар чекланган бўлса, унинг нархи (рента) қанчалик ошмасин, ер таклифини ошириб бўлмайди.

Ижодий касб соҳа ходимларининг (масалан, олимлар, шоирлар, ёзувчилар, мусаввирлар ва бошқалар) меҳнат маҳсули ва ноёб санъат асарларининг таклифи ҳам ноўзгарувчан бўлади.

7.3. Талаб миқдори ва таклиф миқдори ўртасидаги нисбатнинг ўзгариши. Бозор мувозанати

Биз юқорида турли омиллар таъсирида талаб ва таклиф миқдорининг ўзгариб туришини кўрдик. Лекин талаб билан таклиф миқдорлари бир-бирлари билан доимо маълум нисбатда бўлади, бу нисбатлар ўзгариб туради. Баъзан талаб таклиф миқдоридан ошиб кетиб, нарх кўтирилса, айрим пайтда таклиф талаб миқдоридан ошиб кетиб, нарх пасайиб кетади.

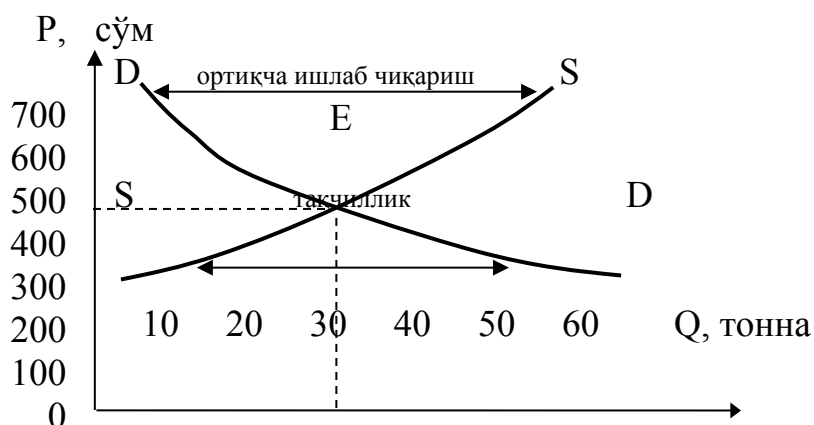
Талаб миқдори билан таклиф миқдори бир-бирига тенг бўлган ҳолат бозор мувозанати дейилади. Бозор мувозанати вужудга келган ҳолда шаклланган нарх бозор нархи дейилади. Баъзан уни мувозанатлашган нарх деб ҳам юритилади. Бозор мувозанати ва мувозанатлашган нарх доимо мавжуд бўлмайди, уларга таъсир қилувчи кўплаб омиллар мувозанатнинг бузилишига сабаб бўлади. Аммо иқтисодиётда бозор мувозанатига интилиш доимо мавжуд бўлади.

Талаб ва таклиф тушунчалари таҳлили бизга сотувчи ва харидорлар манфаатининг мувофиқ келишини қараб чиқиш имконини беради. Бундай мувофиқлик ўз ифодасини мувозанатлашган нархда топади.

Олдинги бандларда кўриб чиқилган бозор талаби ва таклифи эгри чизиқларини битта графикка жойлаштириб, бозорнинг мувозанатлашган нуқтасини ҳосил қиламиз (7.4-чизма).

7.4-чизма

Бозор мувозанати



Графикда E нуқтага мувозанатлашган нарх (H_m) ва маҳсулотнинг мувозанатлашган миқдори (M_m) мос келади. Яъни, картошка нархи 500 сўм бўлганда, харидорлар 30 тонна картошкани сотиб олишга, сотувчилар эса 30 тонна картошкани бозорга чиқаришга тайёр ва бундай имкониятга эгадирлар. Нархнинг 400 сўм даражасида сотувчилар ва харидорлар аҳволи бутунлай ўзгаради: сотувчилар фақат 20 тонна картошкани сотишга, харидорлар эса 50 тонна сотиб олишга тайёр бўладилар ва ҳоказо.

Графикда нархнинг 700 сўм даражасидаги бозор ҳолати товарлар ортиқча ишлаб чиқарилишини кўрсатади ва тўйинган бозорни ифодалайди. Аксинча, 300 сўм даражасидаги бозор ҳолатида товар тақчиллиги (дефицит) вужудга келади ва тақчил товар бозорини тавсифлайди.

Бозор мувозанатини ўзига хос математик тенглик сифатида ҳам ифодалаш мумкин:

$$T_6 = T_\phi = H_m = M_m,$$

бу ерда: T_6 – талаб, T_ϕ – таклиф, H_m – мувозанатлашган нарх, M_m – товарнинг мувозанатли миқдори.

Мувозанатлашган нархнинг моҳиятини тушуниш учун вақт омили катта аҳамиятга эга бўлади. Шу сабабли бозордаги бир зумлик, қисқа даврли ва узок даврли мувозанат ҳолатларини фарқлаш зарур.

Бир зумлик мувозанат учун тақдим қилинадиган товарларнинг ўзгармас ёки доимий миқдори хос. Бу ишлаб чиқаришнинг бозор вазиятига тез, бирданига мослаша олмаслиги билан боғлиқ.

Қисқа даврли мувозанат вақтинчалик амал қилувчи омиллардан фойдаланиш орқали ишлаб чиқариш ва таклифни кўпайтириш имкониятини тақозо қилади. Бундай вақтинчалик омилларга иш вақтидан ташқари (масалан, дам олиш ва байрам кунлари) ишлаш, иш сменасини кўпайтириш каби тадбирлар киради.

Узок даврли мувозанатни таъминлаш узок муддатли даврда амал қилувчи омиллардан фойдаланишни тақозо қилади. Бунда ишлаб чиқаришни қайта қуроллантириш, янгилаш ва қўшимча қувватларни вужудга келтириш билан боғлиқ инвестициялар ҳақида гап боради. Бу даврда янги корхоналарни қуриш ҳам мумкин бўлади.

Истеъмолчининг товар нархларининг ўзгаришига сезгирлик даражасини аниқлашда нарх бўйича эгилувчанлик тушунчасидан фойдаланилади. Айрим маҳсулотлар нархидаги унча сезиларли бўлмаган ўзгаришлар сотиб олиннадиган маҳсулот миқдорида катта ўзгаришлар бўлишига олиб келиши мумкин. Бундай маҳсулотларга талаб нисбатан эгилувчан дейилади. Бошқа хил маҳсулотлар нархидаги сезиларли ўзгариш харид миқдорида фақат катта бўлмаган ўзгаришларга олиб келиши мумкин.

Талаб ҳажмига таъсир қилувчи бошқа омиллар ўзгармай қолган шароитда нархнинг бир фоизга ўзгариши талабнинг неча фоизга ўзгаришини ифодаловчи кўрсаткич талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи дейилади. Бу кўрсаткич кўпинча оддий қилиб талабнинг эгилувчанлиги деб аталади.

Талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги (Θ_r) даражаси қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$\Theta_r = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

Бу ерда: ΔQ – талаб миқдорининг фоизли ўзгариши;
 ΔP – нархларнинг фоизли ўзгариши.

Талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги товарнинг муайян нарх даражаси учун алоҳида ҳисобланади. Масалан, 7.1-жадвал асосида картошкага талабнинг нарх бўйича эгилувчанлигини кўриб чиқайлик. Маълумотлардан кўринадик, 1 кг картошка нархи 700 сўмдан 600 сўмга тушганда бозор талаби миқдори 10 тоннадан 20 тоннага қадар ортган. Бундай ҳолда талаб эластиклиги:

$$\varepsilon_r = \frac{10}{10} : \frac{100}{700} \approx 7 \text{ га тенг.}$$

Яъни, картошка нархининг 1 фоизга пасайиши унга бўлган талаб миқдорининг 7 фоизга ўсишига олиб келган.

Юқорида таъкидлаганимиздек, товарнинг ҳар бир муайян нарх даражаси учун талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичлари фарқланади. Жумладан, жадвалдаги маълумотлар бўйича, картошка нархи 600 сўмдан 500 сўмга пасайганда талаб эгилувчанлиги кўрсаткичи 3% ни, 500 сўмдан 400 сўмга пасайганда 3,3% ни ташкил этади ва ҳ.к.

Талаб эгилувчанлигини белгилаб берувчи бир қатор омиллар мавжуд. Уларнинг асосийлари қуйидагилар:

1. Ўринбосар товарларнинг мавжудлиги. Одатда муайян турдаги эҳтиёжни бир қатор товарлар билан қондириш имконияти мавжуд бўлади. Масалан, қишда совуқдан сақланиш учун пальто билан бир қаторда куртка, плашч ва бошқа иссиқ кийимлардан фойдаланиш мумкин. Ёки бирор жойга саёҳатга бориш учун самолёт билан бир қаторда тезюрар поезд, автомобилдан фойдаланиш мумкин. Бу ўринда куртка, плашч ва бошқа иссиқ кийимлар пальтонинг, тезюрар поезд, автомобиль самолётнинг ўринбосар товарлари ҳисобланади. Агар бирор товарнинг бошқа ўринбосар товарлари қанчалик кўп бўлса, унга бўлган талаб шунчалик кўп эгилувчан бўлади. Жумладан, соф рақобатли бозорда таклиф қилинадиган товарларнинг ўринбосар товарлари жуда кўп бўлиб, шу сабабли ҳар бир алоҳида сотувчи маҳсулотларига талаб бутунлай эгилувчан ҳисобланади.

2. Товар қийматининг истеъмолчи даромадидаги салмоғи. Истеъмолчи даромадида товар қиймати қанчалик катта ўринни эгалласа, унга талаб шунчалик юқори эгилувчан бўлади. Масалан, дафтар ёки қалам нархининг 10 фоизга ўсиши бир неча сўмни ташкил қилади ва бу талаб қилинаётган товар миқдорида жуда кам ўзгариш бўлишига олиб келади. Шу билан бирга, автомобиль ёки уй нархининг 10 фоизга ўсиши бир неча миллион сўмни ташкил қилиши мумкин. Нархларнинг бундай ошиши жуда кўп оилалар бир неча йиллик даромадининг катта қисмини ташкил қилади ва, айтиш мумкинки, бу сотиб олинадиган маҳсулот миқдорини сезиларли равишда камайтиради.

3. Маҳсулотларнинг истеъмол хусусиятлари. Зеб-зийнат буюмларига талаб одатда эгилувчан, ҳаётий зарур буюмларга эса талаб ноэгилувчан ҳисобланади. Масалан, нон ва электр энергияси зарурий истеъмол буюмлари ҳисобланади, шу сабабли улар нархининг ошиши нон ёки электр энергиясини истеъмол қилишнинг кескин камайишига олиб келмайди. Бошқа томондан,

зёб-зийнат буюмларига нархлар ошганда уларни осонлик билан истеъмолдан чиқариб ташлаш мумкин.

4. Вақт омили. Қарор қабул қилиш учун вақт оралиғи қанча узоқ бўлса, маҳсулотга талаб шунча эгилувчан бўлади. Масалан, агар мол гўштининг нархи 10%га кўтарилса, истеъмолчи уни харид қилишни бирданига қисқартирмаслиги мумкин. Лекин бир қанча вақт ўтиши билан у ўзининг мойиллигини товуқ гўшти ёки балиққа ўтказиши мумкин.

Шунингдек, даромад бўйича талаб эгилувчанлиги ҳам мавжуд. Даромадлар кўпайиши билан товар ва хизматларга бўлган талаб ҳам ошади. Бундан кўринадики, даромад талабга таъсир кўрсатади. Бу таъсир даражасини аниқлаш учун даромад бўйича талаб эгилувчанлиги кўрсаткичидан фойдаланилади.

Истеъмолчи даромадининг бир фоизга ўзгариши талабнинг неча фоизга ўзгаришини ифодаловчи кўрсаткич талабнинг даромад бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи дейилади ва қуйидаги формула ёрдамида аниқланади:

$$\mathcal{E}_r = \frac{\Delta Q}{\Delta D}.$$

Бу ерда: ΔQ – талаб миқдорининг фоизли ўзгариши;
 ΔD – даромаднинг фоизли ўзгариши.

Мисол учун, истеъмолчи даромади ойига 100 минг сўм бўлганида 5 кг гўшт маҳсулотлари истеъмол қилиб, даромади 150 минг сўмга қадар ошганда, унинг гўшт маҳсулотлари истеъмоли ҳажми ойига 7 кг га етди, деб фараз қилайлик. Истеъмолчининг гўшт маҳсулотларига талабининг даромад бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичини ҳисоблаймиз:

$$\mathcal{E}_r = \frac{2}{5} : \frac{50}{100} = 0,8.$$

Яъни, истеъмолчи даромадининг 1% га ортиши ўз навбатида унинг гўшт маҳсулотларига бўлган талаби миқдорининг 0,8% га ортишига олиб келмоқда.

Худди талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи сингари таклифнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичини ҳам аниқлаш мумкин.

Таклиф ҳажмига таъсир қилувчи бошқа омилар ўзгармай қолган шароитда, нархнинг бир фоизга ўзгариши таклифнинг неча фоизга ўзгаришини ифодаловчи кўрсаткич таклифнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи дейилади. Бу кўрсаткич кўпинча оддий қилиб таклифнинг эгилувчанлиги деб ҳам аталади.

Таклифнинг нарх бўйича эгилувчанлиги ($\mathcal{E}_{тф}$) даражаси қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$\mathcal{E}_{тф} = \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

Бу ерда: ΔQ – таклиф миқдорининг фоизли ўзгариши;
 ΔP – нархларнинг фоизли ўзгариши.

Юқоридаги 7.2-жадвал маълумотларидан фойдаланиб, картошка нархининг турли даражаларидаги ўзгаришга мувофиқ келувчи таклиф эгилувчанлиги кўрсаткичларини аниқлаш мумкин. Масалан, 1 кг картошканинг дастлабки нархи 700 сўмдан 600 сўмга пасайиши сотувчилар томонидан таклиф миқдорини 60 тоннадан 50 тоннага қадар қисқартирилишига олиб келган. Бу ҳолда, картошка таклифининг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи:

$$\mathcal{E}_{\text{тф}} = \frac{10}{60} : \frac{100}{700} \approx 1,2 \text{ га тенг.}$$

Яъни, картошка нархининг 1% га пасайиши уни бозор таклифининг 1,2% га қисқаришига олиб келган. Таъкидлаш лозимки, талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги сингари таклифнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичлари ҳам товарнинг ҳар бир муайян нарх даражаси учун фарқланади. Жумладан, жадвалдаги маълумотлар бўйича, картошка нархи 600 сўмдан 500 сўмга пасайганда таклиф эгилувчанлиги кўрсаткичи 2,4% ни, 500 сўмдан 400 сўмга пасайганда 1,7% ни ташкил этади ва ҳ.к.

Таклиф эгилувчанлигига таъсир кўрсатувчи муҳим омил, маҳсулотга нархнинг мавжуд ўзгаришини ҳисобга олиш учун зарур бўлган вақт оралиғи ҳисобланади. Ишлаб чиқарувчи нархнинг мавжуд ўзгаришига мослашиш учун қанчалик узокроқ вақтга эга бўлса, ишлаб чиқариш ҳажми шунчалик катта ўзгаради ва шунга мос равишда таклифнинг эгилувчанлиги ҳам юқори бўлади. Биз юқорида вақт омилининг жуда қисқа, қисқароқ ва узок муддатли даврларидаги таклифнинг ўзгаришига таъсирини таҳлил қилиб берган эдик. Бу таъсир таклифнинг эгилувчанлигида ҳам ўз аҳамиятини сақлаб қолади.

Шу ўринда, талаб ва таклиф эгилувчанлиги кўрсаткичларини аниқлашда уларнинг турли даражаларини умумий ҳолда баҳолаш муҳим ўрин тутди. Бунда асосан қуйидаги учта ҳолатни ажратиш кўрсатиш мумкин:

1) талаб ёки таклиф эгилувчанлиги коэффиценти 1 дан катта ($\mathcal{E}_{\text{т}}, \mathcal{E}_{\text{тф}} > 1$). Бундай талаб ёки таклиф «эгилувчан» ёки «нисбатан эгилувчан» деб аталади. У талаб ёки таклиф этилаётган товар миқдорининг фоиздаги ўзгариши нархнинг фоиздаги ўзгаришига қараганда аҳамиятли даражада рўй беришини англатади;

2) талаб ёки таклиф эгилувчанлиги коэффиценти 1 га тенг ($\mathcal{E}_{\text{т}}, \mathcal{E}_{\text{тф}} = 1$). Бундай талаб ёки таклиф «бирга тенг эгилувчан» деб аталади. У талаб ёки таклиф этилаётган товар миқдорининг фоиздаги ўзгариши нархнинг фоиздаги ўзгариши билан тенг боришини англатади;

3) талаб ёки таклиф эгилувчанлиги коэффиценти 1 дан кичик ($\mathcal{E}_{\text{т}}, \mathcal{E}_{\text{тф}} < 1$). Бундай талаб ёки таклиф «ноэгилувчан» ёки «нисбатан ноэгилувчан» деб аталади. У талаб ёки таклиф этилаётган товар миқдорининг фоиздаги ўзгариши нархнинг фоиздаги ўзгаришига қараганда аҳамиятсиз даражада рўй беришини англатади.

Товарларнинг талаб ёки таклиф бўйича эгилувчанлик даражасини билиш реал ҳаётда уларнинг нарх стратегиясини ишлаб чиқиш ҳамда товар сотишдан олинадиган ялпи даромадни энг юқори ҳажмига етказишда ҳам муҳим роль ўйнайди.

7.4. Истеъмолчи хатти-ҳаракати назарияси

Ҳозирда иқтисодиёт назариясига оид кўплаб дарслик ва ўқув кўлланмаларда бозор талабининг шаклланиши ва намоён бўлишини истеъмолчининг хатти-ҳаракати орқали тушунтиришга ҳаракат қилинмоқда. Бунда олдиндан ғарб адабиётларида мавжуд бўлиб келган турли назариялардан фойдаланиб, истеъмолчи хатти-ҳаракати назарияси алоҳида йўналиш сифатида баён этилмоқда¹. Талабаларни мазкур назариянинг моҳияти билан таништириш мақсадида унинг асосий тушунчаларини кўриб чиқамиз.

Истеъмолчининг бозордаги хатти-ҳаракати сўнгги қўшилган нафлилик назарияси ҳамда истеъмолчи танлови назарияси орқали изоҳланади. Сўнгги қўшилган нафлилик назариясининг мазмуни билан 4-бобда батафсил танишиб чиққан эдик. Бу назария ёрдамида истеъмолчининг манфаати нуқтаи-назаридан унинг афзал кўриши қоидалари баён этилади.

Агар нафлиликка истеъмолчи ўлчами билан қаралса, у истеъмолчининг бирон-бир неъматни истеъмол қилишидан олинадиган қониқишни англатади. **Истеъмолчи томонидан ўзи учун турли товарларнинг нафлилик даражасининг баҳоланиши истеъмолчининг афзал кўриши дейилади.**

Нафлилик функцияси маълум миқдордаги товарларга бошқа бир миқдордаги товарларни таққослашни билдиради. Нафлиликни мутлак кўрсаткичларда ўлчашнинг аҳамияти бўлмай, истеъмолчи танловини нафлилик даражасининг кетма-кет жойлашуви билан изоҳлаш мумкин. Бир тўпламдаги товарлар нафлилиги бошқасидан қай даражада афзаллигини кўрсатиб бериш мумкин эмас.

Нафлилик функцияси истеъмол қилинаётган товарлар(X, Y)дан олинаётган нафлиликнинг ҳосиласини ифодалайди:

$$U(X, Y) = XY.$$

Сўнгги қўшилган нафлилик – муайян неъматнинг навбатдаги бирлигини истеъмол қилишдан олинган қўшимча нафлиликдир. Сўнгги қўшилган нафлилик умумий нафлиликнинг ўсган қисмидан иборат экан, у нафлилик функциясининг ҳосиласи ҳисобланади. Муайян эҳтиёжни қондирувчи ҳар бир навбатдаги неъмат олдингисига қараганда камроқ нафлиликка эга бўлади. Неъматларнинг чекланган миқдори шароитида эса доимо эҳтиёжни энг кам даражада қондирувчи «сўнгги нусхаси» мавжуд бўлади.

¹ Қаралсин: Экономическая теория: Учеб. для студ. высш. учеб. заведений / Под ред. В.Д.Камаева. – 10-е изд., перераб. и доп. - М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2004, VI-боб; Куликов Л.М. Экономическая теория: учеб. – М.: ТК Вебли, Изд-во Проспект, 2005, V-боб, 3-§; Экономическая теория: Учебник. - Изд., испр. и доп. / Под общ. ред. акад. В.И.Видяпина, А.И.Добрынина, Г.П.Журавлевой, Л.С.Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2005, X-XI-боблар; Экономика: Учебник, 3-е изд., перераб. и доп./Под ред. д-ра экон. наук проф. А.С.Булатова. – М.: Экономистъ, 2005, IX-боб; Иохин В.Я. Экономическая теория: Учебник / В.Я.Иохин. – М.: Экономистъ, 2005, IX-боб; Курс экономической теории: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: Учебное пособие / Под ред. д.э.н., проф. А.В.Сидоровича. – М.: «Дело и Сервис», 2001, VII-VIII-боблар.

Сўнгги қўшилган нафлилик пасайиб бориш тенденциясига эга бўлиб, бу иқтисодий тамойил сифатида ифода этилади. Мазкур тамойилнинг моҳияти шундан иборатки, агар алоҳида олинган якка истеъмолчининг ҳолатидан келиб чиқилса, неъматларни истеъмол қилиш ҳажмининг кўпайиб бориши билан, маълум вақтдан бошлаб, муайян неъматнинг навбатдаги бирлигини истеъмол қилишдан олинган қўшимча нафлилик олдингисига нисбатан камайиб боради.

Киши қанчалик кўп миқдордаги товарни истеъмол қилса, у шунчалик кўп ялпи нафлиликка эга бўлади. **Ялпи (умумий) нафлилик сўнгги қўшилган нафлилик кўрсаткичларини жамлаш орқали аниқланади.** Агар истеъмолчи манфий сўнгги қўшилган нафлиликка эга бўлса, у ҳолда ялпи нафлилик камаяди.

Сўнгги қўшилган нафлиликнинг пасайиб бориш қонунини истеъмол қилинган музқаймоқ мисолида 7.3-жадвал орқали ифодалаш мумкин.

7.3-жадвал

Музқаймоқ истеъмол қилишдан олинган сўнгги қўшилган ва ялпи нафлилик

Истеъмол қилинган музқаймоқлар сони	Сўнгги қўшилган нафлилик (MU)	Ялпи нафлилик (U)
0	-	0
1	4	4
2	3	7
3	2	9
4	1	10
5	0	10
6	-3	7

Жадвалдан кўринадики, мусбат ишорали сўнгги қўшилган нафлиликнинг ошиб бориши билан, ялпи нафлилик миқдори ўсиб бормоқда. Бироқ, бу ўсиш суръати музқаймоқларнинг навбатдаги сони қўшилиши билан пасайиб бормоқда. Манфий ишорали сўнгги қўшилган нафлилик ялпи нафлиликнинг қисқаришига олиб келмоқда.

Истеъмолчи товарларнинг турли тўпламини харид қилишда доимо **нафлиликни максималлаштириш қондасига** амал қилади. Бу қонданнинг мазмуни қуйидагича баён этилади: **истеъмолчи ўзининг даромадини шундай сарфлаши керакки, даромад тўлиқ сарфланган ҳолатда товарни харид қилишдан олинган сўнгги қўшилган нафлиликнинг товар нархига нисбати барча товарлар учун бир хил қийматга эга бўлиши лозим, яъни:**

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y},$$

бу ерда: MU – X ва Y товарларнинг сўнгги қўшилган нафлилиги; P – уларнинг нархи.

Бу қоида **истеъмолчининг мувозанатли ҳолатини** ифодалайди.

Истеъмолчи ўзининг ўз диди ва рухиятига кўра турли хил товарлар тўпламини маъкул кўриши мумкин. Бунда у товарларнинг маълум бир тўпламини бошқа бирига таққослаб кўради. Истеъмолчи танловини тушунтиришда бефарқлик эгри чизиғи муҳим роль ўйнайди.

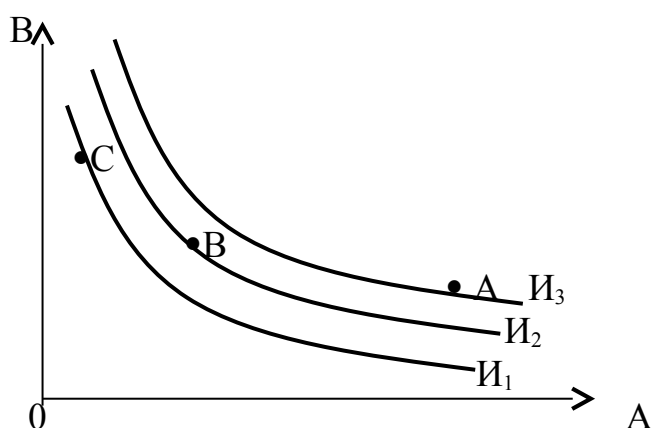
Бефарқлик эгри чизиғи эҳтиёжларни бир хил даражада қондирилишини таъминловчи истеъмол тўплamlари йиғиндисини намоён этади. Яъни, истеъмолчи учун бефарқлик эгри чизиғида жойлашган товарлар тўпламини танлашда фарқ мавжуд бўлмайди.

Бефарқлик эгри чизиғи пасайиб борувчи кўринишда бўлади. Бефарқлик эгри чизиғининг пасайиб бориши шу билан изоҳланадики, танланиши лозим бўлган ҳар иккала товар ҳам истеъмолчи учун нафли ҳисобланади. Шунга кўра, бир товарлар тўплами (масалан, А)дан бошқа бир товарлар тўплами (масалан, В га) томон ҳаракат қилиб, истеъмолчи нафлилик миқдорини оширади. Бироқ, айти пайтда худди шунча миқдордаги нафлиликка эга бўлган А товардан воз кечади. Қисқаси, В товар қанчалик кўп бўлса, А товар шунчалик оз бўлади, чунки А ва В товарлар ўртасида тескари алоқа мавжуд. Ўзгарувчилари ўртасида тескари алоқа мавжуд бўлган ҳар қандай эгри чизик эса пасайиб борувчи кўринишда бўлади.

Агар истеъмолчининг А ва В товарларнинг барча тўплamlари бўйича афзал кўришларини эгри чизиклар орқали тасвирланса, **бефарқлик картаси** ҳосил бўлади. Ҳар бир бефарқлик эгри чизиғи киши ҳар бирига бир хилда қарайдиган товарлар тўпламини ифодалайди. 7.5-чизмада бефарқлик картасининг бир қисмини акс эттирувчи учта бефарқлик эгри чизиғи тасвирланган. И₃ бефарқлик эгри чизиғи эҳтиёжларни қондирилишининг энг юқори даражасини акс эттиради.

7.5-чизма

Бефарқлик картаси



Эҳтиёжларнинг ҳар бир даражасига кўра чексиз бефарқлик эгри чизиғи мавжуд бўлиши мумкин. Биз содда кўринишда фақат учта эгри чизикни ифодаладик. Бу уч эгри чизик товарлар тўплamlанинг ранжировкаси (тартибини) таъминлайди. Ранжирлаш тўплamlарни афзалликнинг энг юқори даражасидан энг кам томонга йўналтирилган тартибда қўйиб чиқади. Бироқ,

бу тартиб бир тўпламнинг бошқа бирдан нечоғлик афзаллигини кўрсатиб бера олмайди.

Истеъмолчи ҳатти-ҳаракатини тушунишда **истеъмолчи бюджетининг чекланганлиги** муҳим аҳамият касб этади. Бюджет чекланганлиги истеъмолчининг муайян пул даромадлари мавжудлиги шароитида нархларнинг муайян даражасида у ёки бу турдаги товарларнинг маълум чекланган миқдорини сотиб олиш имконияти орқали ифодаланади. Истеъмолчи бюджетининг чекланганлигини графикда икки турдаги товарни сотиб олишнинг турли комбинацияларини кўрсатувчи **бюджет чизиғи** шаклида ҳам акс эттириш мумкин.

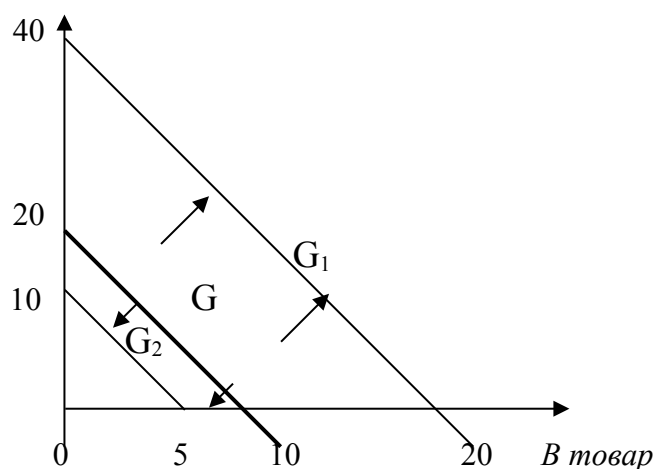
Истеъмолчи бюджети чизиғининг ҳолатига унинг даромадлари ва товарлар нархининг ўзгариши таъсир кўрсатиши мумкин.

Мисол учун, истеъмолчи даромадининг муайян миқдорида 20 бирлик А товар ёки 10 бирлик В товар сотиб олиш мумкин бўлсин. Бирданига сотиб олиниши мумкин бўлган ҳар иккала товарнинг турли комбинациялари G бюджет чизиғида жойлашади. Агар истеъмолчининг даромади 2 барвар ошса, у ҳолда унинг бюджет чизиғи ҳам тегишли равишда G_1 ҳолатига силжийди. Аксинча, даромаднинг камайиши, бюджет чизиғининг ҳам қисқаришига ва G_2 ҳолатига силжишига олиб келади (7.6-чизма).

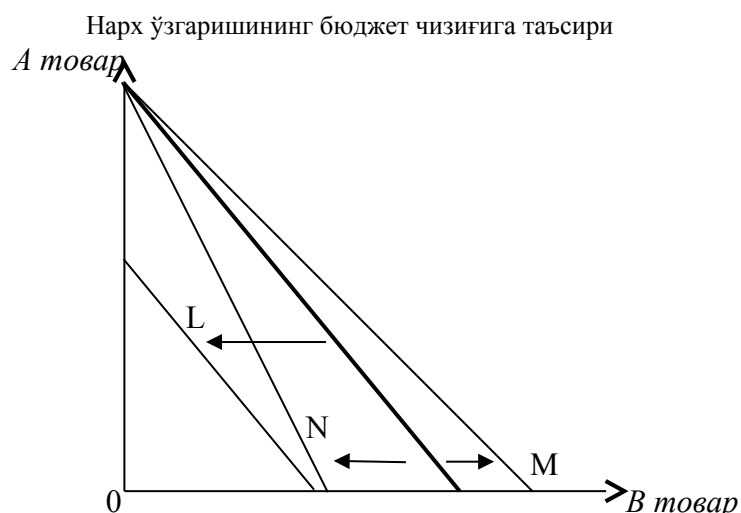
7.6-чизма

Даромад ўзгаришининг бюджет чизиғига таъсири

А товар



Ўз навбатида нархнинг ўзгариши ҳам бюджет чизиғидаги турли ўзгаришларни келтириб чиқаради (7.7-чизма).



Жумладан:

- 1) B товар нархининг пасайиши бюджет чизиғи бурчагининг ўзгарган ҳолда янги чизиқ ҳосил бўлишига олиб келади (M чизиқ);
- 2) B товар нархининг ошиши бюджет чизиғи бурчагининг ўзгарган ҳолда янги чизиқ ҳосил бўлишига олиб келади (N чизиқ);
- 3) A ва B товарлар нархи илгариги нисбат сақланган ҳолда ошса, у ҳолда эски чизиққа параллел бўлган янги чизиқ ҳосил бўлади (L чизиқ).

Иқтисодиёт назариясида истеъмолчи танловини ўрганишда мазкур танлов оқилона равишда амалга оширилади ва қуйидаги шартлар таъминланади деб фараз қилинади:

- 1) мавжуд ва чекланган бюджетдан тўлиқ фойдаланилади;
- 2) эҳтиёжлар максимал даражада қондирилади.

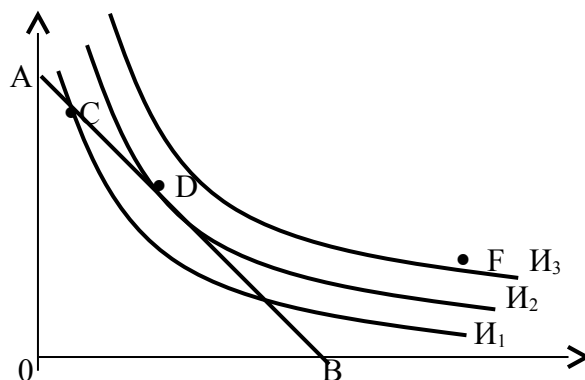
Оптимал танлов ҳам қуйидаги шартларни келтириб чиқаради:

биринчидан, танлов нуқтасининг бюджет чизиғида ётиши. Истеъмолчи амалда барча даромадини истеъмолга сарфламай, маълум қисмини келгусидаги истеъмолга қолдирсада, назарий жиҳатдан биз уни барчаси сарфланади, деб фараз қиламиз. Агар нуқта бюджет чизиғидан чапда ётса – унинг тўлиқ сарфланмаганлигини, ўнгда ётса – имконият даражасидан четда эканлигини тушунамиз;

иккинчидан, танланган истеъмол товарлари тўплами энг маъқул кўрилган комбинацияда бўлиши лозим (7.8-чизма).

7.8-чизмада учта бефарқлик эгри чизиғи ифодаланган бўлиб, улар истеъмолчига турли даражадаги қониқиш беради: I_3 – энг юқори даражадаги қониқиш; I_2 – ўртача қониқиш; I_1 – энг кам қониқиш. Ҳар бир эгри чизиқда истеъмолчи танловини ифодаловчи биттадан нуқта жойлашган: I_1 да – C; I_2 да – D; I_3 да – F нуқталар. Истеъмолчининг C нуқтани танлаши оқилона эмас, чунки D нуқта унга нисбатан кўпроқ эҳтиёжни қондиради; F нуқта энг кўп эҳтиёжни қондириши мумкин, бироқ у бюджет имкониятидан ташқарида ҳисобланади.

Истеъмолчининг оптимал танлови



D нуктада истеъмолчи эҳтиёжларининг қондирилиши максимумлашади, чунки бу нукта эҳтиёжларнинг максимал қондирилишини таъминловчи товар ва хизматлар тўплами энг кўп қониқиш берувчи бефарқлик эгри чизигининг бюджет чизиги билан кесишган жойида ётади.

Хулосалар:

1. Иқтисодийни бошқаришнинг бозор механизми – иқтисодий тизимнинг самарали ва мослашувчан дастагидир. Бозор механизмнинг ўзига хос хусусияти шундаки, унинг ҳар бир элементи нарх билан чамбарчас боғлиқдир. Айниқса нархнинг талаб ва таклиф ҳажмига таъсири ҳамда уларнинг ўзаро алоқадорлиги бозор иқтисодиёти шароитида ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларнинг фаолиятини белгилаб беради.

2. Талаб – эҳтиёжнинг пул билан таъминланган қисмидир. Талаб қонунига мувофиқ нархнинг ўсиб бориши талабнинг қисқаришига олиб келади, талабнинг кенгайиши эса нархнинг ўсишига олиб келади. Шунинг учун нарх (мустақил ўзгарувчи) билан талаб (тобе ўзгарувчи) ўртасида тесқари боғлиқлик мавжуд.

3. Талаб икки хил йўналишда ўзгаради: бири талаб ҳажмининг ўзгариши бўлиб, талаб эгри чизиги бўйлаб ҳаракатланса, иккинчиси талаб хусусиятнинг ўзгариши бўлиб, талаб эгри чизигининг ўзини ўнгга-юқорига ёки чапга-пастга қараб силжитади.

4. Таклиф ишлаб чиқарувчиларнинг бозорга сотишга чиқарган товарлари миқдори бўлиб, товарлар миқдори ишлаб чиқариш билан белгиланади, аммо айнан унга боғлиқ эмас, чунки захира, экспорт ва импорт омиллари ҳам таклиф қилинадиган товарлар миқдорига таъсир кўрсатади. Таклиф билан нарх ўртасида тўғри боғлиқлик мавжуд, нархларнинг ўсиши таклифнинг ўсишига олиб келади ва аксинча.

5. Талаб ва таклифнинг ўзаро таъсири натижасида бозор мувозанати вужудга келади. Бозор мувозанати – талаб ҳажмининг таклиф ҳажмига мос

келишидир. Бундай мос келишлик бозорда мувозанатли нархни ёки бозор нархни шакллантиради.

6. Бозордаги бир зумлик, қисқа даврли ва узоқ даврли мувозанатлик ҳолатни фарқлаш зарур. Бир зумлик мувозанат учун тақдим қилинадиган товарларнинг ўзгармас ёки доимий миқдори хос. Бу ишлаб чиқаришнинг бозор вазиятига тез, бирданига мослаша олмаслиги билан боғлиқ. Қисқа даврли мувозанат вақтинчалик амал қилувчи омиллардан фойдаланиш асосида ишлаб чиқариш ва таклифни кўпайтириш имкониятини тақозо қилади. Узоқ даврли мувозанатга эришиш узоқ муддатли даврдаги омиллардан фойдаланишни тақозо қилади. Булар ишлаб чиқаришни қайта қуроллантириш, янгилаш ва кўшимча қувватларни вужудга келтириш билан боғлиқ инвестицияларни амалга ошириш, шунингдек, янги корхоналарни қуришдан иборат.

7. Хўжалик амалиёти учун бозор субъектларининг нарх ўзгаришига бўлган муносабатини ифодаловчи талаб ва таклиф эгилувчанлиги тушунчаси муҳим аҳамият касб этади. Талаб эгилувчанлиги кўрсаткичи асосида ишлаб чиқарувчилар ялпи тушум миқдорини осон аниқлаб олишлари мумкин. Агар талаб эгилувчан бўлса, нарх билан ялпи тушум қарама-қарши томон ҳаракатланади, талаб ноэгилувчан бўлса ҳаракат бир томонлама бўлади.

8. Истеъмолчининг бозордаги хатти-ҳаракати сўнгги кўшилган нафлилик назарияси ҳамда истеъмолчи танлови назарияси орқали изоҳланади. Сўнгги кўшилган нафлилик пасайиб бориш тенденциясига эга бўлиб, бу иқтисодий тамойил сифатида ифода этилади. Мазкур тамойилнинг моҳияти шундан иборатки, агар алоҳида олинган якка истеъмолчининг ҳолатидан келиб чиқилса, неъматларни истеъмол қилиш ҳажмининг кўпайиб бориши билан, маълум вақтдан бошлаб, муайян неъматнинг навбатдаги бирлигини истеъмол қилишдан олинган кўшимча нафлилик олдингисига нисбатан камайиб боради. Истеъмолчи томонидан ўзи учун турли товарларнинг нафлилик даражасининг баҳоланиши истеъмолчининг афзал кўриши дейилади.

Асосий таянч тушунчалар:

Талаб – пул билан таъминланган, тўловга қодир эҳтиёж; маълум вақт оралиғида, нархларнинг мавжуд даражасида истеъмолчиларнинг товар ва хизматлар маълум турларини сотиб олишга қодир бўлган эҳтиёжи.

Якка талаб – ҳар бир алоҳида истеъмолчи (масалан, шахс, оила, корхона, фирма)нинг товарнинг шу турига бўлган талаби.

Бозор талаби – бир қанча (кўпчилик) истеъмолчиларнинг шу турдаги товар ёки хизматга бўлган талаблари йиғиндиси.

Талаб қонуни – товар нархи ва сотиб олиннадиган товар миқдори ўзгариши ўртасида бўладиган тесқари ёки қарама-қарши боғлиқлик.

Талаб эгри чизиғи – нарх ва талаб ҳажмининг ўзгариши ўртасидаги тесқари боғлиқликни кўрсатувчи эгри чизиқ.

Олий тоифали товарлар – даромаднинг ўзгариши билан талаб миқдори тўғри боғлиқликда ўзгарадиган товарлар.

Паст тоифали товарлар – даромаднинг ўзгариши билан талаб миқдори тескари боғлиқликда ўзгарадиган товарлар.

Энгель қонуни – истеъмолчи даромади билан у томонидан сотиб олиниши мумкин бўлган товарлар миқдори ўртасидаги ўзаро боғлиқлик.

Таклиф – маълум вақт оралиғидаги нархларнинг муайян даражасида ишлаб чиқарувчи ёки сотувчилар томонидан маълум турдаги товар ва хизматларнинг бозорга чиқарилган миқдори.

Таклиф қонуни – нархнинг ўзгариши билан таклиф этилаётган товар миқдорининг тўғри боғлиқликдаги ўзгариши.

Бозор мувозанати – талаб миқдори билан таклиф миқдори ўртасидаги нисбат бир-бирига тенг бўлган ҳолат.

Бозор нархи – бозор мувозанати вужудга келган ҳолда шаклланган нарх.

Талабнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи – талаб ҳажмига таъсир қилувчи бошқа омиллар ўзгармай қолган шароитда нархнинг бир фоизга ўзгариши талабнинг неча фоизга ўзгаришини ифодаловчи кўрсаткич.

Талабнинг даромад бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи – истеъмолчи даромадининг бир фоизга ўзгариши талабнинг неча фоизга ўзгаришини ифодаловчи кўрсаткич.

Таклифнинг нарх бўйича эгилувчанлиги кўрсаткичи – таклиф ҳажмига таъсир қилувчи бошқа омиллар ўзгармай қолган шароитда, нархнинг бир фоизга ўзгариши таклифнинг неча фоизга ўзгаришини ифодаловчи кўрсаткич.

Истеъмолчининг афзал кўриши – истеъмолчи томонидан ўзи учун турли товарларнинг нафлилик даражасининг баҳоланиши.

Сўнгги кўшилган нафлилик – муайян неъматнинг навбатдаги бирлигини истеъмол қилишдан олинган қўшимча нафлилик.

Ялпи (умумий) нафлилик – сўнгги кўшилган нафлилик кўрсаткичларининг йиғиндиси.

Бефарқлик эгри чизиғи – эҳтиёжларни бир хил даражада кондирилишини таъминловчи истеъмол тўпламлари йиғиндиси.

Такрорлаш учун савол ва топшириқлар:

1. Талаб қонунини тушунтиринг. Талабга қандай омиллар таъсир қилади? Бу омиллардан ҳар бири ўзгарса, талаб эгри чизиғида қандай ўзгариш рўй беради?

2. Таклиф қонунини тушунтиринг. Таклифга қандай омиллар таъсир қилади? Бу омиллардан ҳар бири ўзгарса, талаб эгри чизиғида қандай ўзгариш рўй беради?

3. Дон биржасида буғдойга бўлган талаб ва таклифнинг умумий ҳажми қуйидаги маълумотлар билан тавсифланади деб фараз қилайлик:

Талаб, минг центнер ҳисобида	Бир центнер нархи (сўм) ҳисобида	Таклиф минг центнер ҳисобида	Ортиқча (+) ёки кам (-)
85	3400	72	
80	3700	73	
75	4000	75	
70	4300	77	
65	4600	79	
60	4900	81	

а) Бозор нархи ёки мувозанатлашган нарх қандай бўлади? Буғдойнинг мувозанатлашган миқдори қанча? 4-устунни тўлдириш ва натижаларини тушунтириб беринг;

б) жадвал маълумотларидан фойдаланиб буғдойга бўлган талаб ва таклиф эгри чизикларини график шаклида тасвирланг. Мувозанатлашган нарх ва мувозанатлашган миқдорни аниқланг;

в) нима учун 3400 сўм бу бозорда мувозанатлашган нарх бўла олмайди? 4900 сўм-чи?

г) давлат буғдойнинг энг юқори нархини 3700 сўм қилиб белгилади деб фараз қилайлик. Бундай нарх қандай оқибатларга олиб келишини батафсил тушунтиринг. Ўз жавобларингизни графикда тасвирланг.

4. Талаб ва таклифнинг қуйидаги ўзгаришларининг ҳар бири рақобатли бозорда мувозанатли нарх ва маҳсулотларнинг мувозанатли миқдорига қандай таъсир кўрсатади? Жавобларингизнинг тўғрилигини текшириш учун талаб ва таклиф эгри чизиклари графигидан фойдаланинг:

а) таклиф қисқаради, талаб эса ўзгаришсиз қолади; б) талаб қисқаради, таклиф эса ўзгаришсиз қолади; в) таклиф кўпаяди, талаб эса ўзгаришсиз қолади; г) талаб ҳам, таклиф ҳам кўпаяди; д) талаб ортади, таклиф эса ўзгаришсиз қолади; е) таклиф кўпаяди, талаб эса қисқаради; ж) талаб ортади, таклиф эса қисқаради; з) талаб ҳам, таклиф ҳам қисқаради.

5. Энгель қонунининг моҳиятини тушунтириб беринг.

6. Истеъмолчи хатти-ҳаракати назариясининг асосида нималар ётади? Бу назариянинг асосий қонун-қоидаларини изоҳланг.

7. Истеъмолчининг афзал кўриши нима? У истеъмолчи танловига қандай таъсир кўрсатади?

8. Ялпи (умумий) нафлилик ва сўнги қўшилган нафлилик тушунчалари ўртасида қандай боғлиқлик мавжуд?

9. Бефарқлик эгри чизиғи нимани ифодалайди? Бефарқлик картаси-чи? Уларнинг истеъмолчи хатти-ҳаракатини тушунтиришдаги аҳамиятини изоҳланг.

10. Истеъмолчи бюджети чизиғига нарх ва даромаддаги ўзгаришлар қандай таъсир кўрсатади?