

**ТДИУ ҲУЗУРИДАГИ
ПЕДАГОГ КАДРЛАРНИ ҚАЙТА
ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ
МАЛАКАСИНИ ОШИРИШ
ТАРМОҚ МАРКАЗИ**



**ЎҚУВ-УСЛУБИЙ
МАЖМУА**

ТОШКЕНТ-2021

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

**ОЛИЙ ТАЪЛИМ ТИЗИМИ ПЕДАГОГ ВА РАЎБАР
КАДРЛАРИНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ ВА УЛАРНИНГ
МАЛАКАСИНИ ОШИРИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ БОШ
ИЛМИЙ - МЕТОДИК МАРКАЗИ**

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ
ҲУЗУРИДАГИ ПЕДАГОГ КАДРЛАРНИ ҚАЙТА ТАЙЁРЛАШ
ВА УЛАРНИНГ МАЛАКАСИНИ ОШИРИШ ТАРМОҚ
МАРКАЗИ**

“ИҚТИСОДИЁТ”

ЙЎНАЛИШИ

**“ЗАМОНАВИЙ БОЗОР ТУЗИЛМАЛАРИ, ҲУСУСИЯТЛАРИ
ВА ТАРТИБГА СОЛИШ МЕХАНИЗМЛАРИ”**

модули бўйича

ЎҚУВ УСЛУБИЙ МАЖМУА

ТОШКЕНТ – 2021

Модулнинг ўқув-услубий мажмуаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2020 йил “7” декабрдаги 648-сонли буйруғи билан тасдиқланган ўқув дастурига мувофиқ ишлаб чиқилган.

Тузувчи: Салимов Б.Т.- ТДИУ, иқтисодиёт фанлари доктори, профессор

Такризчи: Шодиев Т.Ш. – Халқаро Вестменстер университети профессори

Модулнинг ишчи дастури Тошкент давлат иқтисодиёт университети кенгашининг 2020 йил 29 декабрдаги 5-сонли қарори билан нашрга тавсия қилинган.

МУНДАРИЖА

I. ИШЧИ ДАСТУР	4
II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ.....	11
III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ.....	16
IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ	39
V. КЕЙСЛАР БАНКИ	53
VI. ГЛОССАРИЙ	75
VII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.....	84

I. ИШЧИ ДАСТУР

КИРИШ

Дастур Ўзбекистон Республикасининг 2020 йил 23 сентябрда тасдиқланган “Таълим тўғрисида”ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сон, 2019 йил 27 августдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сон, 2019 йил 8 октябрдаги “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сон, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрдаги “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5544-сонли Фармонлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 23 сентябрдаги “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 797-сон, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 ноябрдаги “Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4022-сон ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 4 октябрдаги “2019 – 2030 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасининг «яшил» иқтисодиётга ўтиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПҚ-4477-сонли Қарорларида белгиланган устувор вазифалар мазмунидан келиб чиққан ҳолда тузилган бўлиб, у олий таълим муассасалари педагог кадрларининг касб маҳорати ҳамда замонавий бозор турлари ва инновацион компетентлигини ривожлантириш, соҳага оид илғор хорижий тажрибалар, янги билим ва малакаларни ўзлаштириш, шунингдек амалиётга жорий этиш кўникмаларини такомиллаштиришни мақсад қилади.

Дастур доирасида берилаётган мавзулар таълим соҳаси бўйича педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш мазмуни, сифати ва уларнинг тайёргарлигига қўйиладиган умумий малака талаблари ва ўқув режалари асосида шакллантирилган бўлиб, унинг мазмуни кредит модул тизими ва ўқув жараёнини ташкил этиш, илмий ва инновацион фаолиятни ривожлантириш, педагогнинг касбий профессионалигини ошириш, таълим жараёнига рақамли технологияларни жорий этиш, махсус мақсадларга йўналтирилган инглиз тили, мутахассислик фанлар негизида илмий ва амалий тадқиқотлар, ўқув жараёнини ташкил этишнинг замонавий услублари бўйича сўнги ютуқлар, педагогнинг креатив компетентлигини ривожлантириш, таълим жараёнларини рақамли технологиялар асосида индивидуаллаштириш, масофавий таълим хизматларини ривожлантириш, вебинар, онлайн, «blended learning», «flipped classroom» технологияларини

амалиётга кенг қўллаш бўйича тегишли билим, кўникма, малака ва компетенцияларни ривожлантиришга йўналтирилган.

Қайта тайёрлаш ва малака ошириш йўналишининг ўзига хос хусусиятлари ҳамда долзарб масалаларидан келиб чиққан ҳолда дастурда тингловчиларнинг мутахассислик фанлар доирасидаги билим, кўникма, малака ҳамда компетенцияларига қўйиладиган талаблар такомиллаштирилиши мумкин.

Модулнинг мақсади ва вазифалари

“Замонавий бозор тузилмалари, хусусиятлари ва тартибга солиш механизмлари” **модулининг мақсади:** педагог кадрларни қайта тайёрлаш ва малака ошириш курс тингловчиларини ўқув жараёнини ташкил этиш ва унинг сифатини таъминлаш борасидаги илғор хорижий тажрибалар, замонавий ёндашувлар, замонавий таълим ва инновацион технологиялар соҳасидаги илғор хорижий тажрибалар: модул-кредит тизими, case study (кейс стади), масофали ўқитиш, маҳорат дарслари, вебинар, эвристик методларни ўзлаштириш, жорий этиш, таълим амалиётида қўллаш, кўникма ва малакаларини таркиб топтириш асосида уларнинг касбий компетентлиги ва педагогик маҳоратини доимий ривожланишини таъминлашдан иборат.

“Замонавий бозор тузилмалари, хусусиятлари ва тартибга солиш механизмлари” **модулининг вазифалари:**

- “Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” йўналишида педагог кадрларнинг касбий билим, кўникма, малакаларини узлуксиз янгилаш ва ривожлантириш механизмини яратиш;

- замонавий талабларга мос ҳолда олий таълимнинг сифатини таъминлаш учун зарур бўлган педагогларнинг касбий компетентлик даражасини ошириш;

- педагог кадрлар томонидан замонавий ахборот-коммуникация технологиялари ва хорижий тилларни самарали ўзлаштирилишини таъминлаш;

- мутахассислик фанлар соҳасидаги ўқитишнинг инновацион технологиялари ва илғор хорижий тажрибаларни ўзлаштириш;

- “Иқтисодиёт (тармоқлар ва соҳалар бўйича)” йўналишида қайта тайёрлаш ва малака ошириш жараёнларининг фан ва ишлаб чиқариш билан интеграциясини таъминлаш.

Модул бўйича тингловчиларнинг билимига, кўникма, малакаси ва компетенцияларига қўйиладиган талаблар

Мутахассислик фанлар бўйича тингловчилар қуйидаги янги билим, кўникма, малака ҳамда компетенцияларга эга бўлишлари талаб этилади:

Тингловчи:

- бозор иқтисодиётини ўрганишда микро ва макроиқтисодий вазифаларни таҳлил қилишни, бозор иқтисодиётининг асоси бўлган пастулатларни;

- иқтисодий ислохотларнинг мазмуни, босқичлари, устувор йўналишлари ва бозор иқтисодиётига ўтиш шартлари ва хусусиятларини;
- бозор тузилмалари ва уларнинг хусусиятларини, бозор тузилмаларида фаолият юритувчи фирмалар томонидан махсулот ҳажмини ва нархни белгилаш масалаларини;
- барқарор иқтисодий ўсишни таъминлашда замонавий бозор тузилмаларни тартибга солиш механизмларини;
- фирмалар нарх стратегиясини танлашда ўйинлар назариясидан фойдаланишни;
- монопол ҳокимиятни баҳолаш ва монополиянинг жамият фаровонлигига таъсирини баҳолашни;
- мутахассислик фанларини ўқитишдаги илғор хорижий тажрибаларни;
- соф ва табиий монополияларни, уларни давлат томонидан тартибга солиш сиёсатини, монополияни тартибга солиш бўйича Ўзбекистон Республикаси Қонунини;
- “бозор ожизлиги” масалаларини *билиши керак.*;

Тингловчи:

- мамлакатимиз мустақиллик йилларида ва бозор иқтисодиётига ўтган даврда миллий иқтисодиётдаги ўзгаришларни таҳлил қилиш;
- бозор тузилмаларида фаолият юритувчи фирмаларда махсулот ҳажмини ва нархни белгилаш усулларида фойдаланиш;
- бозор тузилмасининг хусусиятларини таҳлил қилиш ёрдамида бозор турини аниқлаш;
- бозор тузилмаларининг турига мос ҳолда тартибга солиш механизмларини аниқлаш;
- бозорларни монополлашганлик даражасини аниқлаш усулларида фойдаланиш;
- монополияни жамият фаровонлигига таъсирини баҳолаш;
- энг яхши стратегияни танлашда доминант стратегиядан ва Нэш мувозанатидан фойдаланиш;
- мамлакатимиздаги таълим бозорини таҳлил қилиш ва баҳолашга оид *кўникмаларини эгаллаши лозим.*

Тингловчи:

- замонавий ва инновацион таълим технологиялари асосида ўқув жараёнини “жонли”, ижодий ташкил этиш;
- инновацион фаолиятни ташкил этиш;
- иқтисодий жараёнларни таҳлил қилишда иқтисодий қонунлар, илмий тушунчаларни (категорияларни) ечимлар қабул қилишда ишлата олиш;
- иқтисодий жараёнларни микроиқтисодий таҳлил қилиш ва прогноزلаш;
- инновацион ривожланиш жараёнларини тадқиқ қилишда самарадорлик кўрсаткичларидан фойдаланиш;

- иқтисодий кўрсаткичларни прогнозлашда махсус компьютер дастурларидан фойдаланиш;

- Ўзбекистон Республикаси иқтисодий сиёсатининг мақсади, вазифалари, хусусиятларини билиш ва иқтисодий қонуниятларга асосланиб фикрлаш асосида рационал қарорлар қабул қилиш *оид малакаларини эгаллаши керак.*

Тингловчи:

- инноватор, тьютор, модератор ва фасилилаторлик фаолиятини самарали амалга ошириш;

- жаҳондаги ижтимоий-иқтисодий жараёнларни чуқур таҳлил этиш ва олинган хулосаларини кенг жамоатчиликга тушунтириб бериш ҳамда иқтисодиёт соҳасида тайёрланаётган мутахассисларни ўқитиш жараёнига назария ва амалиётнинг узвий боғлиқлигини таъминлаш;

- микроиқтисодий индикаторларни тизимли равишда таҳлил қилиш ва уларни кенг жамоатчиликга тушунтира олиш;

- микроиқтисодий таҳлиллар асосида тармоқлар ва корхоналар ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш;

- микроиқтисодий усулларида фойдаланиб тармоқлар ва корхоналар фаолиятини баҳолаш;

- миллий иқтисодиётнинг тармоқ ва соҳалари фаолиятини таҳлил қилиш, устувор йўналишларни аниқлаш ва уларни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш бўйича мақсадли дастурлар ишлаб чиқиш, тармоқлар, компанияларни инновацион ва стратегик ривожлантириш *каби компетенцияларни эгаллаши лозим.*

Модулни ташкил этиш ва ўтказиш бўйича тавсиялар

“Замонавий бозор тузилмалари, хусусиятлари ва тартибга солиш механизмлари” модулини ўқитиш жараёнида қуйидаги инновацион таълим шакллари ва ахборот-коммуникация технологиялари қўлланилиши назарда тутилган:

- замонавий ахборот технологиялари ёрдамида интерфаол маърузаларни ташкил этиш;

- виртуал амалий машғулотлар жараёнида кейс, лойиха ва ассисмент технологияларини қўллаш назарда тутилади.

Модулнинг ўқув режадаги бошқа модуллар билан боғлиқлиги ва узвийлиги

“Замонавий бозор тузилмалари, хусусиятлари ва тартибга солиш механизмлари” модули ўқув режадаги “Эконометрика ва илмий тадқиқот усуллари”, “Макроиқтисодий сиёсат ва миллий иқтисодиётни барқарорлашуви муаммолари”, “Миллий иқтисодиётнинг инновацион ривожланиши” ҳамда “Рақамли иқтисодиёт” каби ўқув модуллари билан узвий алоқадорликда олиб борилади.

Модулнинг олий таълимдаги ўрни

Модулни ўзлаштириш орқали тингловчилар микроиқтисодий сиёсат ва миллий иқтисодиётни барқарорлашуви муаммоларини таҳлил этиш ва баҳолашга доир касбий компетентликка эга бўладилар.

Модул бўйича соатлар тақсимоти

№	Модул мавзулари	Тингловчининг ўқув юкلامаси, соат			
		Аудитория ўқув юкلامаси			
		жами	жумладан		
Назарий машғулот	Амалий машғулот		Кўчма машғулот		
1	Монополия, соф монополия ва давлат томонидан тартибга солиш.	4	2	2	
2	Олигиполия ва Курно модели.	4	2	2	
3	Ўйинлар назарияси.	4	2	2	
	Жами:	12	6	6	

НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Монополия, соф монополия ва давлат томонидан тартибга солиш.

Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги қонуни.

Рақобатлашган бозор ва уни давлат томонидан тартибга солиш оқибатлари. Монополия, монополистикнинг ишлаб чиқариш ҳажми бўйича қарор қабул қилиш. Нарх белгилашда катта бармоқ қондаси. Монопол ҳокимият манбаълари. Монопол ҳокимият ва ижтимоий йўқотиш. Нархни тартибга солиш. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги қонуни.

2-мавзу. Олигиполия ва Курно модели.

Монополистик рақобат бозори, хусусиятлари, қисқа ва узок муддатли мувозанат. Монополистик рақобат бозор самарадорлиги. Олигиполия. Олигиполистик бозор хусусиятлари ва олегополистик мувозанати. Курно модели. Курно мувозанати, фирмалар келишиб ва рақобатлашган ҳолда ҳаракат қилгандаги мувозанатлар. Штакелберг модели, Бертран модели. Нарх бўйича лидерлик. Доминант фирма модели.

3-мавзу. Ўйинлар назарияси.

Ўйинлар назарияси. Стратегик қарорлар. Нокорпоратив ва корпоратив ўйинлар. Доминант стратегия, Нэш мувозанати, аралаш стратегия. “Қасдма – қасд” стратегияси. Қайтариладиган ўйинлар. Ишонч ва мажбурият. Тармоққа киришдан ҳимоя. “Қамалган шахс муаммоси” ва нарх белгилаш.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-амалий машғулот:

Монополия, соф монополия ва давлат томонидан тартибга солиш.

Мамлакатимиздаги соф монополиялар ва табиий монополиялар, уларнинг хусусиятлари, иқтисодиётдаги ўрни ва уларни давлат томонидан тартибга солиш механизмлари. Монополистнинг ишлаб чиқариш ҳажмини, монопол нархни, монопол фойдани аниқлаш бўйича аниқ мисоллар ишлаш ва натижаларни таҳлил қилиш. Монопол ҳокимят, монопол ҳокимият ва ижтимоий йўқотиш бўйича ҳам мисоллар ишлаш ва олинган натижааларни таҳлил қилиш. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида”ги қонун муҳокамаси. Пандемия шароитида корхоналарни қўллаб-қуватлаш чора-тадбирлари.

2-амалий машғулот.

Олигополия ва Курно модели.

Монополистик рақобат бозори, Ўзбекистонда монопол рақобат бозори ва унинг хусусиятлари. Олигополия. Мамлакатимиздаги олегополик бозорлар ва уларнинг хусусиятлари. Олегополияда “нархлар жанги” Олигополик бозор мувозанати. Курно модели, Курно мувозанати. Курно модели, Штакелберг модели, Бертран модели ва улар бўйича аниқ мисоллар ечиш ва таҳлил қилиш. Доминант фирма модели бўйича мисол ечиш ва иқтисодий таҳлил.

3-амалий машғулот.

Ўйинлар назарияси.

Ўйинлар назарияси. Стратегик қарорлар. Нокорпоратив ва корпоратив ўйинлар. Доминант стратегия, Нэш мувозанати. Пляжда жойлашув бўйича ўйин. Қамалган шахс муаммосию Қамалган шахс муаммосидан олегополияда нарх белгилашда фойдаланиш. Пандемия шароитида иқтисодиётни қўллаб-қуватлаш.

КЎЧМА МАШҒУЛОТ

“Замонавий бозор тузилмалари, хусусиятлари ва тартибга солиш механизмлари” модули бўйича ўқув дастурида кўчма машғулот режалаштирилмаган.

ЎҚИТИШ ШАКЛЛАРИ

Ушбу модул бўйича қуйидаги ўқитиш шаклларида фойдаланилади:

- маърузалар, амалий машғулотлар (маълумотлар ва технологияларни англаб олиш, ақлий қизиқишни ривожлантириш, назарий билимларни мустаҳкамлаш);
- давра суҳбатлари (кўрилаётган лойиҳа ечимлари бўйича таклиф бериш қобилиятини ошириш, эшитиш, идрок қилиш ва мантиқий хулосалар чиқариш);
- баҳс ва мунозаралар (лойиҳалар ечими бўйича далиллар ва асосли аргументларни тақдим қилиш, эшитиш ва муаммолар ечимини топиш қобилиятини ривожлантириш).

II. МОДУЛНИ ЎҚИТИШДА ФОЙДАЛАНИЛАДИГАН ИНТЕРФАОЛ ТАЪЛИМ МЕТОДЛАРИ

«Блум кубиги» методи

Методнинг мақсади: Мазкур метод тингловчиларда янги ахборотлар тизимини қабул қилиш ва билимларни ўзлаштирилишини енгиллаштириш мақсадида қўлланилади, шунингдек, бу метод тингловчилар учун “Очиқ” саволлар тузиш ва уларга жавоб топиш машқи вазифасини белгилайди.

Методни амалга ошириш тартиби:

1. Ушбу методни қўллаш учун, оддий куб керак бўлади. Кубнинг ҳар бир томонида қўйидаги сўзлар ёзилади:
 - **Санаб беринг, таъриф беринг (оддий савол)**
 - **Нима учун (сабаб-оқибатни аниқлаштировчи савол)**
 - **Тушинтириб беринг (муаммони ҳар томонлама қараш саволи)**
 - **Таклиф беринг (амалиёт билан боғлиқ савол)**
 - **Мисол келтиринг (ижодкорликни ривожлантировчи савол)**
 - **Фикр беринг (таҳлил қилиш ва баҳолаш саволи)**
2. Ўқитувчи мавзунини белгилаб беради.
3. Ўқитувчи кубикни столга ташайди. Қайси сўз чиқса, унга тегишли саволни беради.

“KWLH” методи

Методнинг мақсади: Мазкур метод тингловчиларда янги ахборотлар тизимини қабул қилиш ва билимларни тизимлаштириш мақсадида қўлланилади, шунингдек, бу метод тингловчилар учун мавзу бўйича қўйидаги жадвалда берилган саволларга жавоб топиш машқи вазифасини белгилайди.

Изоҳ. KWLH:

Know – нималарни биламан?

Want – нимани билишни хоҳлайман?

How - қандай билиб олсам бўлади?

Learn - нимани ўрганиб олдим?.

“KWLH” методи	
1. Нималарни биламан: -	2. Нималарни билишни хоҳлайман, нималарни билишим керак:
3. Қандай қилиб билиб ва топиб оламан:-	4. Нималарни билиб олдим:

“W1H” методи

Методнинг мақсади: Мазкур метод тингловчиларда янги ахборотлар тизимини қабул қилиш ва билимларни тизимлаштириш мақсадида қўлланилади, шунингдек, бу метод тингловчилар учун мавзу бўйича қўйидаги жадвалда берилган олти та саволларга жавоб топиш машқи вазифасини белгилайди.

What?	Нима? (таърифи, мазмуни, нима учун ишлатилади)	
Where?	Қаерда (жойлашган, қаердан олиш мумкин)?	
What kind?	Қандай? (параметрлари, турлари мавжуд)	
When?	Қачон? (ишлатилади)	
Why?	Нима учун? (ишлатилади)	
How?	Қандай қилиб? (яратилади, сақланади, тўлдирилади, таҳрирлаш мумкин)	

“SWOT-таҳлил” методи.

Методнинг мақсади: мавжуд назарий билимлар ва амалий тажрибаларни таҳлил қилиш, таққослаш орқали муаммони ҳал этиш йўллари топишга, билимларни мустаҳкамлаш, такрорлаш, баҳолашга, мустақил, танқидий фикрлашни, ностандарт тафаккурни шакллантиришга хизмат қилади.



“БЕЕР” методи

Методнинг мақсади: Бу метод мураккаб, кўптармоқли, мумкин қадар, муаммоли характеридаги мавзуларни ўрганишга қаратилган. Методнинг моҳияти шундан иборатки, бунда мавзунинг турли тармоқлари бўйича бир хил ахборот берилди ва айти пайтда, уларнинг ҳар бири алоҳида аспектларда муҳокама этилади. Масалан, муаммо ижобий ва салбий томонлари, афзаллик, фазилат ва

камчиликлари, фойда ва зарарлари бўйича ўрганилади. Бу интерфаол метод танқидий, таҳлилий, аниқ мантиқий фикрлашни муваффақиятли ривожлантиришга ҳамда ўқувчиларнинг мустақил ғоялари, фикрларини ёзма ва оғзаки шаклда тизимли баён этиш, ҳимоя қилишга имконият яратади. “Веер” методидан маъруза машғулотларида индивидуал ва жуфтликлардаги иш шаклида, амалий ва семинар машғулотларида кичик гуруҳлардаги иш шаклида мавзу юзасидан билимларни мустаҳкамлаш, таҳлили қилиш ва таққослаш мақсадида фойдаланиш мумкин.

Методни амалга ошириш тартиби:



тренер-ўқитувчи иштирокчиларни 5-6 кишидан иборат кичик гуруҳларга ажратади;



тренинг мақсади, шартлари ва тартиби билан иштирокчиларни таништиргач, ҳар бир гуруҳга умумий муаммони таҳлил қилиниши зарур бўлган қисмлари туширилган тарқатма материалларни



ҳар бир гуруҳ ўзига берилган муаммони атрофлича таҳлил қилиб, ўз мулоҳазаларини тавсия этилаётган схема бўйича тарқатмага ёзма баён қилади;



навбатдаги босқичда барча гуруҳлар ўз тақдимотларини ўтказадилар. Шундан сўнг, тренер томонидан таҳлиллар умумлаштирилади, зарурий ахборотлар билан тўлдирилади ва мавзу яқунланади.

Муаммоли савол					
1-усул		2-усул		3-усул	
афзаллиги	камчилиги	афзаллиги	камчилиги	афзаллиги	камчилиги
Хулоса:					

“Кейс-стади” методи

«Кейс-стади» - инглизча сўз бўлиб, («case» – аниқ вазият, ҳодиса, «stadi» – ўрганмоқ, таҳлил қилмоқ) аниқ вазиятларни ўрганиш, таҳлил қилиш асосида ўқитишни амалга оширишга қаратилган метод ҳисобланади. Мазкур метод дастлаб 1921 йил Гарвард университетида амалий вазиятлардан иқтисодий бошқарув фанларини ўрганишда фойдаланиш тартибида қўлланилган. Кейсда очик

ахборотлардан ёки аниқ воқеа-ҳодисадан вазият сифатида таҳлил учун фойдаланиш мумкин.

“Кейс методи” ни амалга ошириш босқичлари

Иш босқичлари	Фаолият шакли ва мазмуни
1-босқич: Кейс ва унинг ахборот таъминоти билан таништириш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ якка тартибдаги аудио-визуал иш; ✓ кейс билан танишиш(матнли, аудио ёки медиа шаклда); ✓ ахборотни умумлаштириш; ✓ ахборот таҳлили; ✓ муаммоларни аниқлаш
2-босқич: Кейсни аниқлаштириш ва ўқув топшириғни белгилаш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муаммоларни долзарблик иерархиясини аниқлаш; ✓ асосий муаммоли вазиятни белгилаш
3-босқич: Кейсдаги асосий муаммони таҳлил этиш орқали ўқув топшириғининг ечимини излаш, ҳал этиш йўлларини ишлаб чиқиш	<ul style="list-style-type: none"> ✓ индивидуал ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил ечим йўлларини ишлаб чиқиш; ✓ ҳар бир ечимнинг имкониятлари ва тўсиқларни таҳлил қилиш; ✓ муқобил ечимларни танлаш
4-босқич: Кейс ечимини ечимини шакллантириш ва асослаш, тақдимот.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ якка ва гуруҳда ишлаш; ✓ муқобил вариантларни амалда қўллаш имкониятларини асослаш; ✓ ижодий-лойиха тақдимотини тайёрлаш; ✓ якуний хулоса ва вазият ечимининг амалий аспектларини ёритиш

“Ассесмент” методи

Методнинг мақсади: мазкур метод таълим олувчиларнинг билим даражасини баҳолаш, назорат қилиш, ўзлаштириш кўрсаткичи ва амалий кўникмаларини текширишга йўналтирилган. Мазкур техника орқали таълим олувчиларнинг билиш фаолияти турли йўналишлар (тест, амалий кўникмалар, муаммоли вазиятлар машқи, қиёсий таҳлил, симптомларни аниқлаш) бўйича ташҳис қилинади ва баҳоланади.

Методни амалга ошириш тартиби:

“Ассесмент”лардан маъруза машғулотида талабаларнинг ёки қатнашчиларнинг мавжуд билим даражасини ўрганишда, янги маълумотларни баён қилишда, семинар, амалий машғулотларда эса мавзу ёки маълумотларни ўзлаштириш даражасини баҳолаш, шунингдек, ўз-ўзини баҳолаш мақсадида индивидуал шаклда фойдаланиш тавсия этилади. Шунингдек, ўқитувчининг ижодий ёндашуви ҳамда ўқув мақсадларидан келиб чиқиб, ассесментга қўшимча топшириқларни киритиш мумкин.

Ҳар бир катакдаги тўғри жавоб 5 балл ёки 1-5 балгача баҳоланиши мумкин.



Тест

-

Муаммоли вазият

Тушунча таҳлили (симптом)

Амалий вазифа

“Инсерт” методи

Методни амалга ошириш тартиби:

- ўқитувчи машғулотга қадар мавзунинг асосий тушунчалари мазмуни ёритилган матнни тарқатма ёки тақдимот кўринишида тайёрлайди;
- янги мавзу моҳиятини ёритувчи матн таълим олувчиларга тарқатилади ёки тақдимот кўринишида намойиш этилади;
- таълим олувчилар индивидуал тарзда матн билан танишиб чиқиб, ўз шахсий қарашларини махсус белгилар орқали ифодалайдилар. Матн билан ишлашда талабалар ёки қатнашчиларга қуйидаги махсус белгилардан фойдаланиш тавсия этилади:

Белгилар	Матн
“V” – таниш маълумот.	
“?” – мазкур маълумотни тушунмадим, изоҳ керак.	
“+” бу маълумот мен учун янгилик.	
“–” бу фикр ёки мазкур маълумотга қаршиман?	

Белгиланган вақт яқунлангач, таълим олувчилар учун нотаниш ва тушунарсиз бўлган маълумотлар ўқитувчи томонидан таҳлил қилиниб, изоҳланади, уларнинг моҳияти тўлиқ ёритилади. Саволларга жавоб берилади ва машғулот яқунланади.

III. НАЗАРИЙ МАШҒУЛОТЛАР МАЗМУНИ

1-мавзу: Монополия, соф монополия ва тартибга солиш

Режа:

- 1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти.**
- 2. Монополияда нарх белгилаш.**
- 3. Монополия ва жамият йўқотиши.**
- 4. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун.**

1. Соф монополия ва бозор ҳокимияти.

Рақобатлашган бозорда жуда кўп сотувчилар ва харидорлар қатнашади, шу сабабли улардан бирортаси ҳам товар нархига таъсир қилаолмайди, нархни бозорнинг ўзи талаб ва таклифга кўра шакллантиради. Сотувчилар ва харидорлар бу нархни қабул қиладилар ва шу нархга кўра қанча маҳсулот сотиш керак ёки қанча маҳсулот сотиб олиш кераклиги бўйича қарор қабул қиладилар. Соф монополия рақобатлашган бозорнинг акси бўлиб, бу ерда битта сотувчи ва кўплаб харидорлар қатнашади. Соф монополистнинг рақобатчиси йўқ.

Соф монополия маҳсулот ўрнини босадиган бошқа маҳсулот бўлмаган ҳудудларда вужудга келади. Умуман олганда жаҳон ва миллий бозорларда битта маҳсулотни битта сотувчи томонидан сотилиши камдан-кам учрайди. Соф монополия кўпроқ маҳаллий бозорларга хос бўлади. Масалан, тумандаги ягона китоб магазини, ягона телефон станцияси, ягона тиш доктори, ягона жаррох ёки бўлмаса маҳаллий коммунал хўжалиги хизмати. Юқорида келтирилган субъектлар бозор шароитида нархга таъсир қилиш учун реал ҳокимиятга эга.

Соф монополиянинг вужудга келишига таъсир қилувчи яна бир омил бу - тармоққа кириш тўсиқларининг кучлилигидир. Бирор маҳсулотни сотишдан тушадиган иқтисодий фойда юқори бўлса, бу рақобатлашган бозор шароитида бошқа фирмаларни ҳам шу бозорга кириб келиши учун сигнал бўлар эди. Агар монопол фирма иқтисодий фойда ола бошласа, бу бошқа фирмаларни ҳам ушбу маҳсулотларни ишлаб чиқаришга ундайди. Демак соф монополияни сақлаб қолиш учун, бошқа рақобатлашмоқчи бўлган фирмалар учун махсус тўсиқлар бўлишини тақазо қилади. Тармоққа кириш тўсиқлари - бу монопол фирма бозорига бошқа сотувчиларни кириб келишини тўхтатувчи чекланишлар.

Тармоққа кириш тўсиқларидан қуйидагиларни кўрсатиш мумкин.

1. Давлат томонидан берилган махсус ҳуқуқ. Масалан маҳаллий ҳокимиятларда аҳолига транспорт хизмати кўрсатиш, почта хизмати

кўрсатиш, коммунал хизмати кўрсатиш ва алоқа хизмати кўрсатиш бўйича монопол ҳуқуқлар бериб, расмий тўсиқлар яратади.

2. Патентлар ва муаллифлик ҳуқуқи, янги технология яратганлар учун патент ва муаллифлик ҳуқуқи берилиши, уларга ушбу янгиликни сотишда, ундан фойдаланиш учун лицензия беришда монопол ҳуқуқ берилади. Лекин бундай ҳуқуқ маълум муддатгача кучга эга бўлади. АҚШ да патент қонунига кўра ихтирочи ўз ихтиросига 17 йил эгалик қилади.

3. Бирор бир ишлаб чиқариш ресурси таклифига эгалик қилиш. Масалан, Американинг «Де Бирс» компанияси жаҳонда сотиладиган, қайта ишланмаган олмоснинг 85 фоизини назорат қилгани учун, олмос бозорида монопол ҳокимиятга эга. Юқоридагилардан ташқари инсоннинг ноёб қобилияти ва билими ҳам манополияни вужудга келтиради.

Ишлаб чиқариш масштаби кенгайишининг мусбат самараси ҳам тармоққа кириш учун тўсиқ бўлиши мумкин. Масалан, автомобиль заводи маълум миқдорда автомобиль ишлаб чиқаришга эришгандагина, унинг умумий харажатлари минимал бўлади.

Монопол рақобат бозори иккита асосий хусусияти билан ажралиб туради: биринчидан, монопол бозордаги фирмалар сони кўп ва улар ўртасида рақобат мавжуд; иккинчидан фирмаларнинг бозорга ўз махсулотлари билан кириши чекланмаган, худди шундай фирманинг бозордан чиқиши ҳам эркин. Монопол рақобат бозорида махсулот дифференциялашган, яъни ҳар бир фирма ўзига хос махсулот турини ёки вариантини сотади, фирма товарлари бир-биридан сифати, безаги ва маркаси билан ажралиб туради. Монопол рақобат бозоридаги рақобат товарлар бир-бирини ўрнини босадиган товарлар бўлиб, уларнинг бирини-бирига алмаштириш нормаси юқори, лекин бир-бирини ўрнини тўлиқ боса олмайди. (бошқача қилиб айтганда бундай товарлар учун талабнинг нархга кўра эластиклиги юқори лекин чексиз эмас.)

Монополистик рақобат бозорига мисол тариқасида истеъмол товарлари бозорини келтириш мумкин. Тиш ювиш пастаси бозори, совун, шампун, дори-дармонлар, кийм-кечак бозори ва хоказолар. Хизмат кўрсатиш соҳасида ҳам монопол рақобат мавжуд: театр, концертлар, кийим тозалаш корхоналари ва хоказо. Истемолчининг у ёки бу фирманинг (масалан тиш ювиш пастасини) махсулотни танлашга сабаб унинг сифати яхши қадоқланганлиги, безаш, унинг сотилишидаги кўрсатиладиган хизмат, магазиннинг истеъмолчи учун ўнғай вақитда ишлаши. Худди шундай чакана савдо корхонларида сотиладиган товарлар ҳам бир-бири билан рақобатда бўлиши. Бу ерда рақобат сотишда хизмат кўрсатишнинг ҳар хиллиги сотувчилар тажрибаси товарлар сотиб олишнинг осонлиги, кредитга сотиш шартлари ва хоказо.

Монопол бозор мувозанати. Қисқа муддатли ораликда мувозанат нарх ва мувозанат махсулот хажми. Рақобатлашган бозорда талаб чизиғи D абсцисса (товар ишлаб чиқариш хажми) ўқиға параллел бўлса, монопол рақобат бозорида u пастга (манфий) ётиқроқ бўлади. Бу монопол рақобат бозорининг талаб чизиғи рақобатлашган бўзор талаб чизиғига кўра камроқ эластик бўлиб соф рақобатдаги талабга кўра эластикроқ эконлигини билдиради. Қуйидаги расмда монопол рақобат бозорининг қисқа муддатли ораликдаги мувозанат ҳолати келтирилган. Монопол рақобат бозори рақобатлашган бозорга ўхшаш бўлади, яъни бозорга янги фирмаларнинг рақобатлашувчи товар маркалари билан эркин кириши фирмалар оладиган иқтисодий фойдани нулгача туширади.

Қисқа муддатли ораликдаги мувозанат ҳолат ва бу ҳолатни аниқлайдиган мувозанат нарх P_m ва мувозанат махсулот миқдори Q_m ифодаланган. Монопол рақобат бозорида аълоҳида фирманинг махсулоти бошқа рақобатлашувчи фирмаларнинг махсулотидан фарқ қилгани учун бу фирманинг махсулотига бўлган талаб чизиғи D_s тиклиги пастга томон ётиқроқ бўлади. (бу талаб чизиғи бозор талаб чизиғи эмас балки фирманинг талаб чизиғидир, бозор талаб чизиғи махсулотга фирма чизиғига нисбатан ётиқроқ кўринишга эга). Эслатиб ўтиш керакки агар монопол рақобатдаги фирмалар махсулотлари бир-биридан умуман фарқ қилмаганда эди монопол рақобат бозори мукамал рақобатлашган бозорга айланган бўлар эди. Фақат фирмалар махсулотлардаги фарқ уларга оз бўлсада монопол ҳокимият беради. Расмда графикда фирма фойдасини максималлаштирадиган ишлаб чиқариш хажми Q_m чекли даромад MR чизиғи билан чекланган харажат MC чизиғи кесишган нуқтага тўғри келади. Бу ишлаб чиқариш хажмига тўғри келадиган нарх P_m ўртачи харажат AC дан каттароқ бўлгани учун фирма штрихланган сохага тенг фойда олдаи. Демак қисқа муддатли ораликда монопол рақобатдаги фирманинг мувозанат ҳолатини ифодаловчи шарт

$$MR = MC$$

тенглиги бўлиб, бу тенгликни таъминловчи махсулот миқдори Q_m ва нарх P_m мос ҳолда мувозанат ишлаб чиқариш хажми ва мувозанат нархини боради. Фирма мувозанат ҳолатига эришганда максимал фойда олади.

Узоқ муддатли ораликда мувозанат нарх ва мувозанат ишлаб чиқариш хажми. Қисқа муддатли ораликда фойда олиб ишлаётган фирманинг ҳолати узоқ муддатли ораликда ўзгаради. Қисқа муддатли ораликдаги фойда бозорга бошқа фирмаларни кириб келишга ундайди ва улар кириб кела бошлайди. Иккинчидан, бозордаги фирмалар ҳам махсулот ишлаб чиқаришни кенгайтиради. Бозорга янги фирманинг кириши фойда билан ишлаётган

фирманинг бозоридаги улушини камайтиради, натижада унинг талаб чизиғи пастга силжийди.

Узоқ муддатли ораликда фирманинг чекли ва ўртача харажатлари ҳам ўзгаради. Тахлилни содалаштириш учун MC ва AS ларни ўзгармас деб қараймиз.

Монопол ҳокимият. Фирма монопол ҳокимиятга эга бўлади, қачонки у ўзининг сотадиган товари нархига таъсир қилаолса, яъни ўзгартираолса. Монопол ҳокимият даражаси ушбу товар ўрнини босувчи товарнинг мавжудлиги ва товарнинг бозордаги улуши билан белгиланади. Монопол ҳокимиятга эга бўлиш учун фирманинг соф монополист бўлиши шарт эмас. Фирма маҳсулотига бўлган талаб чизиғи рақобатлашган бозордагидай горизонтал бўлмасдан, пастга ётиқ бўлиши кифоядир. Агар талаб чизиғи пастга ётиқ бўлса, фирма таклиф ҳажмини ошириб ёки камайтириб, маҳсулот нархини ўзгартириши мумкин.

Умумун олганда монополист нархни назорат қилишидан ютуққа эга бўлади. Монополистнинг таклифи рақобатлашган бозор таклифига кўра кам бўлади, товар нархи эса, рақобатлашган нархга нисбатан юқори бўлади (монопол нарх чекли харажатдан юқори).

Товарларни монопол нархда сотилиши жамият харажатини кўпайтиради, аҳолининг турмуш даражасига салбий таъсир кўрсатади. Нима учун деганда, ушбу товарни сотиб олувчилар кўпроқ пул сарфлайди, шу товарни сотиб олувчилар сони ҳам камаяди. Шунинг учун ҳам монополияга қарши қонун, бозорларни монополияга айлантиришга йўл қўймайди.

Монополист маҳсулотига талаб. Рақобатлашган бозорда фирма максимал фойда олади, агар у чекли даромад чекли харажатга тенг ҳолатни таъминлайдиган ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарса,

$$MR = MC.$$

Бундай маҳсулот ҳажми оптимал бўлади. Монополист ҳам шу оптимал ишлаб чиқариш шартига амал қилиши керак бўлади. Соф монополист товарига бўлган талаб ҳам бозор талаби ҳисобланади. Монополист ўз товари нархини оширса унга талаб камаяди ва аксинча, монополист товар нархини туширса унга талаб ортади.

Худди шундай соф монополист таклифи ҳам бозор таклифи ҳисобланади. Масалан товар ишлаб чиқаришнинг ўзгарувчан харажатлари ошса, монополист максимал фойда олиш учун товар ҳажмини қисқартиради. Таклиф ҳажмининг қисқариши ва харидорлар ўртасида рақобатнинг мавжудлиги товар нархини оширади.

Рақобатлашган бозорда фирманинг чекли даромади маҳсулот нархига тенг $MR = P$ ва талаб чизиғи горизонтал бўлса, монопол бозорда монополист

маҳсулотига бўлган талаб чизиғи пастга ётиқроқ ва монополистнинг чекли даромади ҳар доим нархдан кичик бўлади.

$$MR < P.$$

Монопол фирманинг маҳсулотига талаб билан унинг чекли ва умумий даромади ўртасидаги боғлиқликларни қуйидаги расмда кўриш мумкин.

Талаб чизиғининг эластик қисмида чекли даромад $MR > 0$ бўлгани учун монополист маҳсулот ҳажмини нолдан, Q^* миқдоргача оширганда унинг умумий даромади TR ошади. Талаб чизиғининг эластик бўлмаган қисмида чекли даромад манфий, яъни $MR < 0$ бўлгани учун, талаб чизиғининг ушбу қисмида ишлаб чиқарилган маҳсулот умумий даромадни камайтиради. Шунинг учун ҳам монополист талаб чизиғининг эластик бўлмаган қисмидан қочишга ҳаракат қилади.

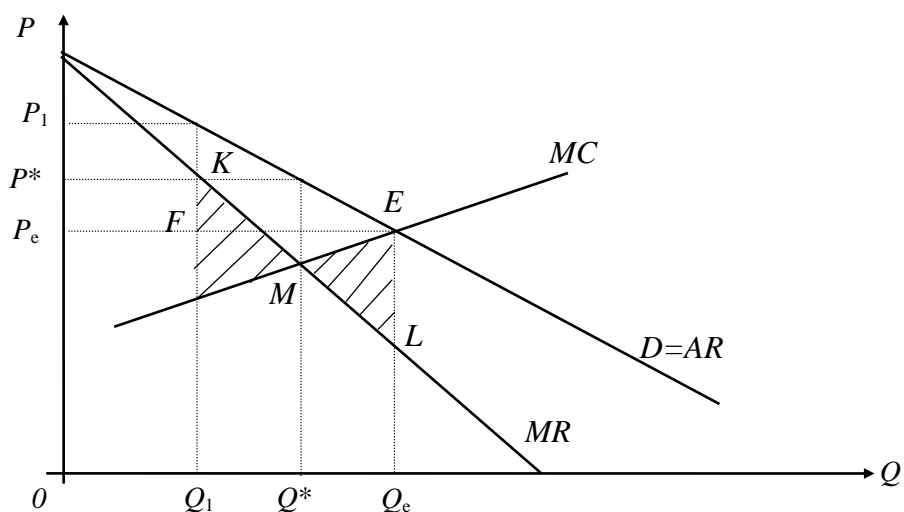
Агар монополистнинг талаб чизиғи рақобатлашган бозордагидай горизонтал бўлганда эди, у товар ҳажмини ўзгартириши билан нархга таъсир қила олмас эди. Монополлашган бозорда таклиф чизиғи маънога эга эмас. Нима учун деганда, ишлаб чиқариладиган маҳсулот (таклиф) миқдори билан нарх ўртасида пропорционал боғлиқлик йўқ. Монополистнинг қанча миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариши нафақат чекли харажатга боғлиқ, балки талаб чизиғининг шаклига ҳам боғлиқ бўлади.

Монопол бозорда талабнинг ўзгариши нархнинг ва таклифнинг рақобатлашган бозордагидай пропорционал ўзгаришига олиб келмайди. Монополист, талаб ўзгарганда маҳсулот ҳажмини ўзгартирмасдан нархни ўзгартириши ёки нархни ўзгартирмасдан маҳсулот ҳажмини ўзгартириши ёки бир вақтнинг ўзида нархни ҳамда маҳсулот миқдорини ўзгартириш мумкин.

Монополистнинг мақсади максимал фойда олиш бўлса, у товар нархини хоҳлаганча ошира олмайди. Нарх ошиши билан маҳсулотга талаб камайиб боради, нарх ошиши маълум даражага етганда умумий даромад умумий харажатни қопламайди. Монополист қандай нарх стратегиясини тутишини билиш учун даромаднинг нархга кўра талаб эластиклиги билан қандай боғлиқлигини эслаш зарур бўлади. Талаб чизиғининг эластик бўлган қисмида ($E_p > 1$) нархнинг пасайиши умумий даромадни ўсишига олиб келади ($MR > 0$), эластиклик бирга тенг бўлганда ($E_p = 1$) умумий даромад максимумга эришади ($MR = 0$), эластик бўлмаган қисмида нархнинг пасайиши умумий даромадни пасайишига олиб келади ($MR < 0$). Шунини тушунган монополист талаб чизиғининг эластик бўлмаган қисмида ҳаракат қилмайди.

Биз кўрсатамиз монополист ҳам рақобатлашган бозордаги фирма каби чекли ҳаракат билан чекли даромадни тенглигини таъминлайдиган ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқарсагина максимал фойда олиши мумкин (1-расм).

Расмда монополистнинг ўртача даромад чизиғи бирор талаби чизиғини беради. Маҳсулот нархи шу маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмига боғлиқ функция.



1- расм. $MC = MR$ бўлганда фойдани максималлаштириш графиги.

Графикдан кўришиб турибдики, ишлаб чиқариш ҳажми Q^* га тенг бўлганда чекли харажат чекли даромадга тенг бўлади. Талаб чизиғидан фойдаланиб маҳсулот ҳажми Q^* га мос бўлган бир бирлик маҳсулотнинг монопол нархи P^* ни аниқлаймиз. Ушбу Q^* га тенг бўлган маҳсулот ҳажмида фойда максимал бўлишини кўрсатамиз. Маълумки, рақобатлашган бозорда мувозанатлик E нуктада эришилади. Графикда E нукта мувозанат нукта ва унга мос келадиган ишлаб чиқариш ҳажми Q_e ва нарх P_e .

Фараз қилайлик, монополист ишлаб чиқарган маҳсулот миқдори Q_1 бўлсин ва у Q^* дан кичик $Q_1 < Q^*$, бу ҳолатга мос келадиган нарх P_1 ҳам P^* дан юқори ва чекли даромад чекли харажатдан катта $MR > MC$.

Монополист маҳсулот ҳажмини Q_1 дан оширса, у ҳар бир бирлик кўшимча ишлаб чиқарган маҳсулоти учун $MR - MC$ га тенг бўлган кўшимча фойда олиши мумкин, яъни у ўзининг умумий даромадини ошириши мумкин. Монополист маҳсулот ҳажмини ошириб, умумий фойдани ошириши мумкин то маҳсулот ҳажми Q^* га тенг бўлгунга қадар, маҳсулот ҳажми Q^* га тенг бўлганда, кейинги кўшимча бир бирлик ишлаб чиқарилган маҳсулотдан тушадиган даромад нолга тенг, нима учун деганда $MR = MC$ бўлади. Шунинг учун ҳам ишлаб чиқариш ҳажми Q_1 га тенг бўлганда монополистнинг умумий фойдаси расмдаги штрихланган FKM соҳага тенг бўлган миқдорга камаяди. Монополист учун Q_2 миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариш ҳам унинг умумий

фойдасини камайтиради. Q_2 ҳажмда чекли харажатлар чекли даромадлардан юқори ($MC > MR$). Агар монополист ишлаб чиқариш ҳажмини Q_2 га нисбатан камайтирса, у ўзининг умумий фойдасини ($MC - MR$) миқдорга оширган бўларди. Монополист маҳсулот ҳажмини Q_2 дан Q^* га қадар қисқартириши натижасида умумий фойдани MEL штрихланган соҳа миқдорида ошириши мумкин. Q^* ҳажмдан кейин маҳсулот ҳажмини кўшимча бирликка қисқартирилиши умумий фойдани оширмайди ($MC = MR$ бўлади). Расмда $Q = 0$ билан Q^* ва MC ҳамда MR чизиқлар оралиғидаги соҳа монополистик томонидан кам миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариб ўта юқори нархда сотиш муносабати билан йўқотиладиган фойдани ифодаласа, маҳсулот ҳажми Q^* дан катта бўлгандаги ва MC билан MR оралиғидаги соҳа ниҳоятда кўп маҳсулот ишлаб чиқариб ($Q > Q^*$), паст нархларда сотилиши натижасида йўқотиладиган фойдани ифодалайди.

Маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажми Q^* фойдани максимал қиладиган ҳажм эканлигини математик нуқтаи назардан ҳам кўрсатиш мумкин. Умумий фойдани π билан белгиласак

$$\pi(Q) = R(Q) - C(Q),$$

ва бу муносабатдан Q бўйича ҳосила олиб, уни нолга тенглаштириб ечамиз:

$$\frac{d\pi}{dQ} = \frac{dR}{dQ} - \frac{dC}{dQ} = 0.$$

Бу ерда $\frac{dR}{dQ} = MR$ ва $\frac{dC}{dQ} = MC$ бўлгани учун ҳам фойдани максималлаштириш шарти $MR - MC = 0$ ёки $MR = MC$ бўлади.

Мисол 1. Қуйидаги кўринишдаги харажатлар функцияси берилган бўлсин

$$C(Q) = 80 + Q^2,$$

ўзгармас харажат $FC = 80$ сўм, ўртача харажат $AC = \frac{80}{Q} + Q$ бўлади.

Талаб функцияси қуйидагича берилган бўлсин:

$$Q = 60 - P(Q) \text{ ёки } P(Q) = 60 - Q.$$

У ҳолда даромад $R(Q)$: $R(Q) = Q \cdot P(Q) = 60 \cdot Q - Q^2$ кўринишда аниқланади.

Чекли даромад

$$MR = \frac{dR}{dQ} = 60 - 2 \cdot Q.$$

Чекли харажат

$$\frac{dC}{dQ} = MC = 2 \cdot Q.$$

Максималлик шартига кўра $MC=MR$ дан $2 \cdot Q=60-2 \cdot Q$ бу тенгликдан аниқлаш мумкинки, $Q^*=15$ бўлганда фойда максимал миқдорга эга бўлади. Маҳсулот нархи $Q^*=15$ да $P=45$ сўмга тенг. Умумий фойда

$$\pi(Q^*)=R(Q^*)-C(Q^*)=P \cdot Q^*-C(Q^*)=45 \cdot 15-305=370 \text{ сўм.}$$

Фараз қилайлик, монополист $Q^*=15$ бирлик маҳсулот ўрнига $Q=16$ бирлик ишлаб чиқарди дейлик. Ҳисоб-китоблар натижасида қуйидагиларни аниқлаймиз.

$$C=80+Q^2=80+256=336,$$

$$P=44,$$

$$R=44 \cdot 16=704,$$

$$\text{Фойда } \pi(16)=704-336=368 \text{ сўм.}$$

Демак, монополист маҳсулот ҳажмини максимал фойда берадиган ҳажм 15 бирликдан оширса, яъни 16 бирлик ишлаб чиқарса унинг фойдаси 2 сўмга камаяди.

Худди шундай монополист ишлаб чиқариш ҳажмини 15 бирликдан 14 бирликка камайтирса, нарх кўтарилиб 46 сўм бўлади ва умумий фойда 370 сўмдан 368 сўмга камаяди. Демак, бундай ҳолни тушунган монополист маҳсулот ишлаб чиқаришда бу қоидага амал қилади.

2.Монопол шароитда нарх белгилаш ва монопол ҳокимияти кўрсаткичи.

Биз кўрдикки, монопол бозорда нарх чекли даромаддан юқори бўлади ($P > MR$).

Чекли даромад MR ни қуйидагича ўзгартириб ёзамиз:

$$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = \frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}. \quad (1)$$

$\frac{\Delta(P \cdot Q)}{\Delta Q}$ - бу қўшимча бир бирлик маҳсулот ишлаб чиқариш натижасида олинган қўшимча даромад бўлиб, у икки хусусиятга эга. (1)- тенгликни қуйидагича ёзиш мумкин:

$$MR = \frac{\Delta P \cdot Q}{\Delta Q} + \frac{P \cdot \Delta Q}{\Delta Q} = Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} + P. \quad (2)$$

1) Бир бирлик қўшимча маҳсулот ишлаб чиқариб ($\Delta Q=1$), уни P нархда сотганимизда $P \cdot (1) = P$ нархга тенг бўлган даромад оламиз ($Q \neq 0$);

2) Монопол фирма маҳсулотига бўлган талаб чизиғи пастга ётиқ бўлгани учун қўшимча бир бирлик маҳсулот ишлаб чиқариб, уни сотилиши,

нархни кичик миқдорга камайтиради ($\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - қўшимча бирлик маҳсулот ишлаб чиқариб сотиш натижасида нарх қанча миқдорга камайишини кўрсатади) ва бу барча сотилган маҳсулотдан тушган даромадни камайтиради (яъни $Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q}$ - даромаднинг ўзгариши).

Демак,

$$MR = P + Q \cdot \frac{\Delta P}{\Delta Q} \quad (3)$$

ва бу ерда $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ талаб чизиғи манфий ётиқликка эга бўлгани учун чекли даромад нарх P дан кичик бўлиши керак (нима учун деганда $\frac{\Delta P}{\Delta Q}$ манфий).

Энди чекли даромад билан талаб чизиғи ётиқлиги ўртасидаги боғлиқликни чекли даромад билан нархга кўра талаб эластиклиги коэффиценти ўртасидаги боғлиқликка айлантирамиз. Маълумки, талабнинг нархга кўра эластиклик коэффиценти

$$E_p^D = \frac{P}{Q} \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta P},$$

бундан

$$\frac{\Delta P}{\Delta Q} = \frac{P}{Q \cdot E_p^D},$$

бу муносабатни чекли даромад тенгламаси (3) га қўйсақ қуйидагини оламиз

$$MR = P + Q \cdot \frac{P}{Q \cdot E_p^D} = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D},$$

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D}. \quad (4)$$

(4)- тенглама чекли даромадни ҳар қандай ишлаб чиқариш ҳажмида товар нархидан ва талабнинг нархга кўра эластиклигидан боғлиқ эканлигини кўрсатади. Иккинчидан, $MR < P$ эканлигини ҳам кўрсатади.

Фирманинг мақсади фойдани максималлаштириш бўлгани учун биз чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб ёзамиз:

$$MR = P + P \cdot \frac{1}{E_p^D} = MC,$$

ёки

$$\frac{P - MC}{P} = -\frac{1}{E_p^D}. \quad (5)$$

Ушбу формула монопол нарх белгилашда «Бош бармоқ» қоидаси номи билан юритилади (эсдан чиқармаслик керак $E < 0$, демак (5)-ифоданинг ўнг

томони ҳар доим мусбат). (5)-тенгламанинг чап томонидаги ифода $\frac{P - MC}{P}$

нархнинг чекли харажатдан қанчалик юқори эканлигини, нархга нисбатан фоиз ҳисобида кўрсатади ва бу фарқ тескари олинган манфий эластиклик коэффициентига тенг.

(5) тенгликни нархга боғлиқ ҳолда ҳам ёзиш мумкин:

$$P = \frac{MC}{1 + \left(\frac{1}{E_p^D} \right)}$$

Масалан эластиклик $E_p^D = -5$ бўлганда ва чекли харажат $MC = 30$ бўлганда, маҳсулот нархи

$$P = \frac{30}{1 + \left(\frac{1}{-5} \right)} = 37,5 \text{ сўм бўлади.}$$

Рақобатлашган бозорда $P = MC$ бўлганини кўрган эдик. Монополист нархни чекли харажатдан юқори белгилайди ($P > MC$) ва бу фарқ микдор бўйича талаб эластиклигига тескари пропорционал бўлади (5). (5)-тенгламадан шундай хулоса келиб чиқадики, агар талабнинг нарх бўйича эластиклиги қанча юқори бўлса, маҳсулот нархи шунча чекли харажатга (MC га) яқинлашади. Нарх қанчалик чекли харажатга яқин бўлса, монопол бозор рақобатлашган бозорга шунчалик яқин бўлади. Демак, талаб юқори даражада эластик бўлса, монополист оладиган қўшимча фойда шунча кичик бўлади.

Монопол ҳокимият кўрсаткичи. Рақобатлашган бозорда нарх чекли харажатга тенг бўлиши, максимал фойда олишнинг зарурий шарти эди. Монопол бозорда нарх чекли харажатдан юқори белгиланади ($P > MC$). Ана шу фарқ ($MC - P$), яъни фойдани максималлаштирадиган нарх билан чекли харажат ўртасидаги фарқ монопол ҳокимиятни ўлчаш усули бўлиши мумкин. Монопол ҳокимиятни худди ушбу усулда аниқлашни 1934 йилда иқтисодчи олим Абба Лернер томонидан таклиф қилинганлиги учун, бу кўрсаткич Лернернинг монопол кўрсаткичи деган номни олган

$$L = \frac{P_m - MC}{P_m} = - \frac{1}{E_p^D},$$

бу ерда:

L - монопол ҳокимиятнинг Лернер индекси;

P_m - монопол нарх;

MC - чекли харажат;

E_p^D - талабнинг нархга кўра эластиклиги.

Масалан, бензинга талабнинг нарх бўйича эластиклиги -5 бўлса,

$$-\frac{1}{E_p^D} = -\frac{1}{-5} = 0,2.$$

Бензин сотувчи фирманинг монопол ҳокимияти 0,2 га тенг.

Шуни таъкидлаш керакки, юқори монопол ҳокимият юқори фойда олишни кафолатламайди. Фойда ўртача харажатнинг нархга бўлган нисбатига боғлиқ. Агар икки фирмадан биринчисининг монопол ҳокимияти, иккинчи фирманикига кўра юқори бўлса ва биринчи фирманинг ўртача харажати жуда юқори бўлса, унинг оладиган фойдаси иккинчи фирма фойдасидан кичик бўлади. Юқоридаги тенглама кўрсатадики, талаб қанчалик эластик бўлмаса, шунчалик монопол ҳокимият юқори. Демак, монопол ҳокимиятнинг келиб чиқиш сабаби, талаб эластиклигидадир.

Амалиётда чекли харажатни ҳисоблаш қийин бўлгани учун, уни ўртача харажат билан алмаштиради. Бу ҳолда формула қуйидаги кўринишни олади:

$$L = \frac{P - AC}{P}.$$

Агар биз ифоданинг сурат ва махражини Q га кўпайтирсак, махражда умумий даромадни, суратда фойдани оламиз:

$$L = \frac{(P - AC) \cdot Q}{P \cdot Q} = \frac{\pi}{TR}.$$

Шундай қилиб, Лернер кўрсаткичи юқори фойда олишни монополиянинг далолати эканлигини кўрсатади.

Монопол ҳокимиятни характерлаш учун бозорни марказлашув даражаси кўрсаткичидан ҳам фойдаланилади. Бу кўрсаткич биринчи бўлиб Херфиндал-Хиршман томонидан тавсия этилгани учун, у Херфиндал-Хиршман индекси деб юритилади.

Бу индекс корхоналарнинг бозордаги улушлари йиғиндиси сифатида қаралади ва қайси фирманинг бозордаги улуши юқори бўлса, у фирма бозорда монопол ҳокимиятига эга бўлиши мумкин ёки шундай имконият мавжуд деб қаралади. Фирмалар бозордаги улушига кўра тартиблантирилади.

$$I = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2,$$

бу ерда: I - Херфиндал-Хиршман индекси;

S_1^2 - бозорда энг катта улушга эга бўлган фирма;

S_2^2 - ундан кейинги катталиқдаги улушга эга фирма ва ҳоказо;

S_n^2 - энг кичик улушга эга бўлган фирма.

Агар тармоқда ягона фирма бўлиб, унинг маҳсулоти тармоқ маҳсулотини ташкил қилса, S_1^2 қ100% бўлади ва бундай ҳол соф монополия бўлади, яъни Херфиндал-Хиршман индекси $I = 10000$ га тенгдир.

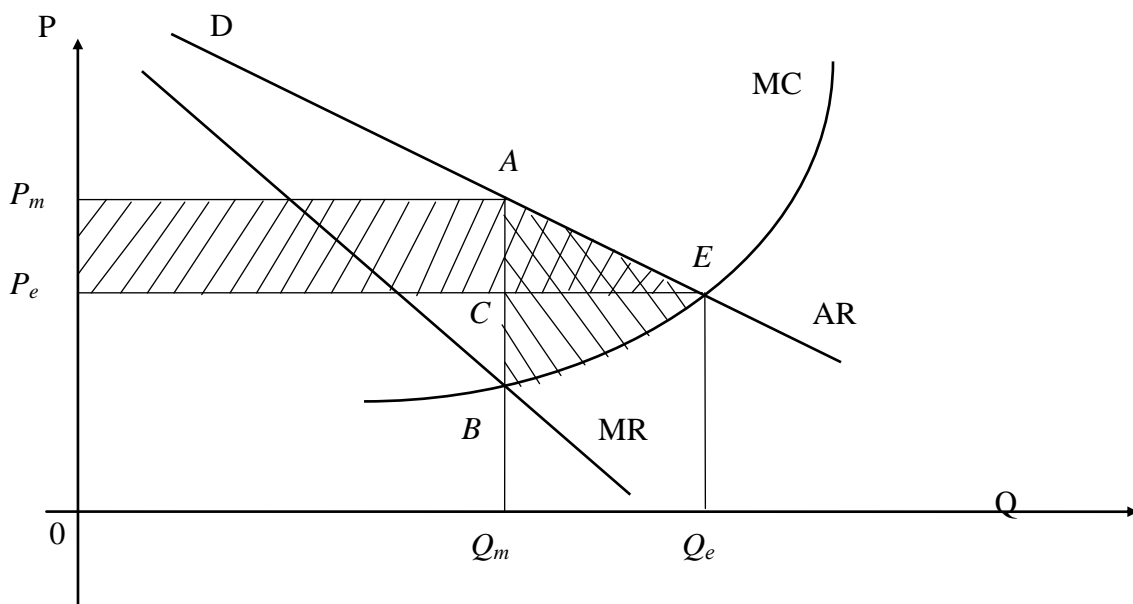
Масалан, АҚШда Херфиндал-Хиршман индекси $I = 1800$ дан ошган тармоқлар, монопол тармоқларга киради. Юқоридаги индексдан монополияга қарши олиб бориладиган фаолиятда фойдаланилади. Бозорнинг катта қисмини бир неча фирмалар томонидан эгаллаб олиниш ҳолатига **бозорнинг марказлашуви** дейилади.

3.Монопол ҳокимият ва жамият фаровонлиги.

Монопол ҳокимиятда нарх чекли харажатдан юқори бўлади. Монопол ҳокимиятда нарх ошади, ишлаб чиқариш ҳажми камаяди, натижада бу фирманинг даромадини ошишига ва истеъмолчилар турмуш даражасининг пасайишига олиб келиши мумкин.

Истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар ортиқчаларини монопол ва рақобатлашган бозор шароитларида қараймиз (2-расм).

Рақобатлашган бозордаги ишлаб чиқарувчилар ва монопол ишлаб чиқаришнинг чекли харажатлари (MC) бир хил деб фараз қилайлик. 2-расмда монополистнинг ўртача ва чекли даромадлар чизиклари AR , MR ва чекли харажатлари чизиғи кўрсатилган.



4-расм. Монопол ҳокимиятидан олинадиган зарарни ифодаловчи график.

Маълумки, монополист ўз фойдасини $MC = MR$ бўлишини (B нуқта) таъминлайдиган ишлаб чиқариш ҳажмида максималлаштиради.

Монополистнинг оптимал ишлаб чиқариш ҳажми Q_m га ва у белгилайдиган нарх P_m га тенг. Рақобатлашган бозорда $P = MC$ бўлгандаги ишлаб чиқариш ҳажми максимал фойдани таъминлайди ва талаб чизиғи (2-расмда бу ўртача даромад AR чизиғи) билан таклиф чизиғи (2-расмда MC чизиғи) кесишган нуқта E да мувозанат нарх P_e ва мувозанат ишлаб чиқариш ҳажми Q_e аниқланади.

Монопол нархда истеъмолчилар камроқ маҳсулот сотиб оладилар. Маҳсулотни монопол нархда сотиб олган харидорлар ўзларининг истеъмол ортиқчасининг маълум қисмини йўқотади, бу йўқотиш 2-расмда $P_e P_m AC$ тўғри тўртбурчак юзасига тенг. Маҳсулотни P_e нархда сотиб олишни хоҳлаган, лекин P_m нархда сотиб олаолмаган истеъмолчилар ҳам, истеъмол ортиқчасининг қисмини йўқотади, 2-расмда бу йўқотиш AEC учбурчак юзасига тенг. Истеъмолчиларнинг истеъмол ортиқчасининг умумий йўқотиши $P_e P_m AC$ тўртбурчак юзи билан AEB учбурчак юзи йиғиндисига тенг. Ишлаб чиқарувчи эса маҳсулотни юқори P_m нархда сотиб $P_e P_m AC$ тўртбурчак юзи билан ифодаланган фойдани олади, аммо, шу билан бирга у ишлаб чиқариш ортиқчасининг BCE учбурчак юзасига тенг бўлган қисмини йўқотади, яъни у қўшимча $(Q_e - Q_m)$ бирлик маҳсулот ишлаб чиқариб, уни P_e нархда сотиб олиш мумкин бўлган қўшимча фойдасини йўқотади.

Шундай қилиб, ишлаб чиқарувчининг умумий фойдаси $P_e P_m AC$ тўрт тўртбурчак юзидан, BCE учбурчак юзасини айирмасига тенг. Энди ишлаб чиқарувчининг умумий фойдасидан истеъмолчи йўқотган истеъмол ортиқчасини айирсак ($ABE = AEC + BCE$), ABE учбурчак юзасига тенг бўлган соф йўқотишни оламиз. Бу соф йўқотиш, монопол ҳокимиятидан келиб чиқади.

ABE учбурчак юзасига тенг соф йўқотиш монополиянинг «ўлик юки» бўлиб, у жамиятнинг йўқотиши ёки жамиятнинг монополиядан кўрадиган зарарини ифодалайди.

Монопол фирма ўз монополиясини сақлаб қолиш учун, бошқа фирмаларни тармоқга киришга тўсиқлар яратиш учун яна харажатлар қилса, у бу билан жамият йўқотишларини янада ошириши мумкин.

4. Нархларни мувофиқлаштириш ва монополияга қарши қонун.

Бу ерда биз монопол ҳокимиятга эга бўлган монополистлар тўғрисида гап юритамиз. Лекин, ҳозирги вақтда монополиянинг ижобий томонлари борлигини ҳеч ким инкор қила олмайди.

Йириклашган корхоналарда илмий-техник ривожланиш имконияти катта бўлади, нима учун деганда, бундай корхоналарнинг молиявий имкониятлари ҳам катта бўлганлиги учун, улар илмий изланишларга кўпроқ маблағ ажратишлари мумкин.

Йириклашган корхоналаргина масштаб самарасидан яхшироқ фойдалана оладилар, чунки уларда илмий-тадқиқот ишларини, тажриба-конструкторлик ишлаб чиқишларни кенг масштабда йўлга қўйиш мумкин бўлади. Бу ўз навбатида маҳсулот таннархини пасайтиришга ва унинг сифатини оширишга имкон яратади. Лекин, ҳозирги бозор муносабатларининг ривожланганлиги, жаҳон бозорининг шаклланганлиги, халқаро иқтисодий алоқаларнинг кенгайиб бориши шароитида кучли бозор ҳокимиятига эга монополистни топиш қийин.

Монополистларнинг жамиятга таъсир қилувчи салбий томонлари борлигини ҳам эсдан чиқармаслик лозим. Йириклашган фирмалар ўз маҳсулоти сифатини оширишга ва уни тез-тез янгилашга алоҳида эътибор беради, деб бўлмайди. Ушбу фирмаларда яратилган янгилекларни ишлаб чиқаришга жорий қилишни кўп ҳолларда тўхтаб қолишини ҳам кўриш мумкин.

Монополист нархни чекли харажатдан юқори қилиб белгилайди, яъни $P > MC$. Натижада ресурсларнинг тақсимланиши самарали бўлмайди. Монопол нархнинг ўрнатилиши жамиятда йўқотишларга олиб келади. Нарх қанчалик юқори бўлса, жамиятнинг йўқотиши ҳам шунчалик кўп бўлади. Шунинг учун ҳам бозор иқтисодиёти ривожланган давлатларда монополияга қарши қонунлар ишлаб чиқарилган.

Монополияга қарши қонун фирмаларда жамият учун хавфли бўлган монополистик ҳокимиятни тўпланишини чеклашга қаратилган. Монополистик ҳокимият юқорида айтганимиздек, монополистнинг бозор нархига таъсир қилиш кучини билдиради. Қайси фирма бозор нархига кўпроқ таъсир қила олса, у кўпроқ монополистик ҳокимиятга эга бўлади.

Кўпчилик адабиётларда монополияга қарши қонунга классик мисол сифатида АҚШнинг трестларга қарши қонуни келтирилади. 1890 йилда биринчи бўлиб Шерман қонуни деб аталувчи қонун қабул қилинган бўлиб, у асосан савдони ва тижоратни монополлаштиришга қарши қаратилган эди. Ушбу қонун савдо эркинлигини чекловчи ҳар қандай келишувни тақиқлар эди ва рақобатчиларни адолатсиз йўл билан йўқотишни жиноят деб қарар эди. Ушбу қонунни бузганлар жарима тўлашдан тортиб, фирмани тарқатиб юборишгача ва ҳатто жиноий жавобгарликка тортишгача жазоланишни назарда тутар эди.

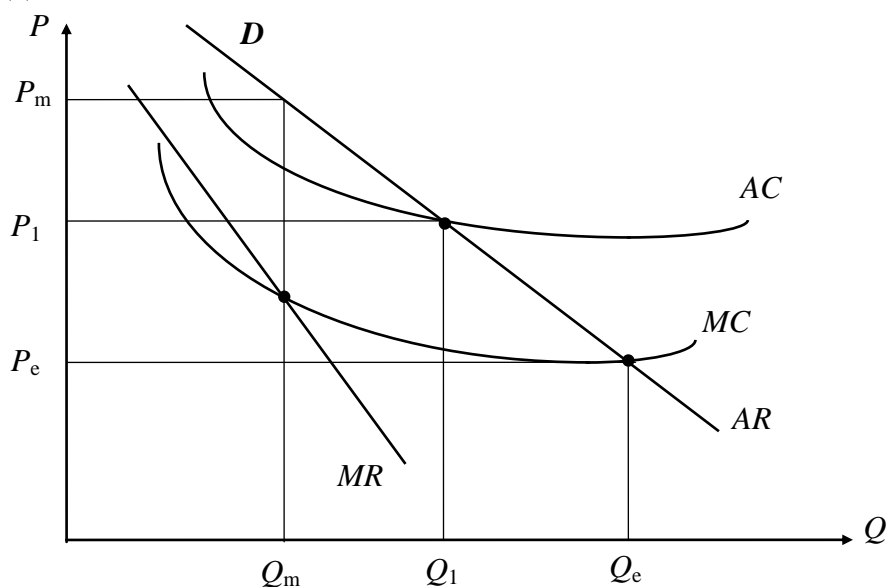
1914 йилда Клейтон ва федерал савдо комиссияси қонуни қабул қилинди. Ушбу қонун Шерман қонунига қараганда анча мукаммаллашган

қонун бўлиб, у қонунни бажарилишини назорат қилишни федерал савдо комиссияси зиммасига юклаган эди. Бундан ташқари ушбу қонунда монополияни вужудга келишини олдини олиш бўйича қилинадиган чоратadbирлар белгиланди.

1938 йилдаги Уилер қонуни истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилишга қаратилди (товар тўғрисида нотўғри ахборот бериш ва нотўғри реклама беришга қарши).

Кейинги йилларда ҳам трестларга қарши қонунчилик АҚШда ривожланди. АҚШнинг трестларга қарши қонуни бошқа давлатларда монополияга қарши қонунларни ишлаб чиқишда ва ривожлантиришда муҳим рол ўйнади.

Нархларни назорат қилиш ва уларни мувофиқлаштириш кўпроқ табиий монополияларга қўлланилади. Эсласак, рақобатлашган бозорда нарх чекли харажатга тенг бўлар эди ($P_e = MC$) (3-расм). Лекин, бундай нархни табиий монополияларга қўллаб бўлмайди, чунки бу нархда бир қатор ишлаб чиқарувчилар зарар билан ишлаб ишдан чиқади. Нима учун деганда, ишлаб чиқарувчиларнинг харажатлари ҳар хил бўлгани учун нархлар ҳам ҳар хил бўлади.



3-расм. Табиий монополияда нархни мувофиқлаштириш.

Расмдан кўриниб турибдики, P_e нарх рақобатлашган бозор нархига тўғри келади ва у чекли харажат билан ўртача даромад чизиклари кесишган нуқта билан аниқланади. Нарх давлат томонидан мувофиқлаштирилмаса, монополист нархни P_m даражада белгилаб, Q_m миқдорда маҳсулот ишлаб чиқаради. Давлат эса нархни барча учун ўртача харажат даражасида (ўртача харажат чизиғи билан даромад чизиғи кесишган нуқта) белгилайди, яъни P_1 . Бу нархга тўғри келадиган ишлаб чиқариш ҳажми Q_1 га тенг. $P_1 = AC$ бўлиши табиий монополистларга (узок муддатли рақобатлашган бозордаги фирмалар каби) нормал фойда олиш имконини беради.

P_1 нархда ишлаб чиқарилган маҳсулот миқдори оптимал ҳажмдан кичик ($Q_1 < Q_e$) бўлса ҳам истеъмолчилар монополист нархи тартиблаштирилмагандагига қараганда ($Q_m < Q_1$) кўпроқ маҳсулот сотиб олиш имкониятига эга бўлади. Ўртача харажат даражасида ўрнатиладиган нарх P_1 ни «адолатли фойда олишни таъминлайдиган нарх» деб атайдилар. АҚШда «адолатли» нархни таъминланишини жуда кўп федерал комиссиялар кузатиб боради.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Салимов Б.Т. ва бошқалар. Микроиқтисодиёт. Дарслик. –Т.: ТДИУ, 2005. 10 б.т.
2. Нуриев Н. Курс микроэкономики. –М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. Пиндайк Р., Рубинфилд. Микроэкономика. -М.: ЮНИТИ, 2006.
4. Макконел Р., Брю С. Экономикс. –М.: Республика, 2012.
5. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат тўғрисида” ги Қонуни. 2011 йил 5-декабрь.
6. Ўзбекистон Республикасининг “Табийий монополиялар тўғрисида” ги Қонуни. 2001 йил 24-май.

2-МАВЗУ. ОЛИГОПОЛИЯ ВА КУРНО МОДЕЛИ.

Олигополия - бу шундай бозор турики, ундаги товар таклифининг ҳаммаси, ёки деярли ҳаммаси бир неча ишлаб чиқарувчи фирмалар томонидан бўлиб олинган ва бу бозорга янги фирмаларнинг кириши катта тўсиқ орқали чекланган бўлади.

Олигополия сўзи грекча бўлиб (*oligos* - бир неча, *poleo* - сотаман) сотувчиларнинг камлигини билдиради. Олигопол тармоқларга мисол сифатида АҚШнинг автомобиль саноати, пўлат, алюмин, электроускуналар ва компьютер тармоқларини келтириш мумкин. Бу тармоқларда ишлаб чиқариладиган умумий маҳсулот ҳажми бир неча фирмалар ҳиссасига тўғри келади.

Олигополик бозорни унинг қуйидаги учта хусусияти ажратиб туради:

- биринчидан, тармоқда фаолият кўрсатаётган фирмаларнинг камлиги;
- иккинчидан, тармоқга кирувчи фирмалар учун кучли тўсиқларнинг мавжудлиги;
- учинчидан, олигополик бозордаги фирмаларнинг ҳаракати бир-бирига боғлиқлиги.

Олигополик бозорнинг учинчи хусусиятига кўра, фирмаларнинг иқтисодий ҳаракатлари бир-бирига боғлиқ, яъни ҳар бир фирма бирор иқтисодий стратегияни танлаганда, бошқа фирмаларнинг ушбу стратегияга бўлган муносабатини эътиборга олиш керак бўлади.

Масалан, бир фирма ўз маҳсулотига талабни рағбатлантириш учун маҳсулотининг нархини 10 фоизга камайтирса, у асосан рақобатлашувчи

фирмалар ҳисобидан ўз маҳсулотини сотиш ҳажмини анчага ошириши мумкин ва улар ҳисобидан ыз фойдасини ошириши мумкин.

Лекин фирманинг бу нарх сиёсатига жавобан бошқа рақобатлашувчи фирмалар ҳар хил иқтисодий сиёсат олиб бориши мумкин:

- биринчидан, бошқа фирмалар эътибор бермаслиги мумкин;

- иккинчидан, улар ҳам нархни 10 фоизга тушириши мумкин, натижада фирмалар оладиган фойда миқдори камаяди, ҳатто нолга тенг бўлиши ҳам мумкин:

- учинчидан, бошқа фирма бу фирмани синдириш мақсадида маҳсулотига бўлган нархни 10 фоиздан юқорироқга пасайтириши мумкин, лекин бундай ҳолатни давом этиши нархлар жангига олиб келиши мумкин.

Нархлар жанги - бу рақобатлашадиган фирмалар томонидан олигополик бозорда нархларни босқичма-босқич туширишидир.

Умуман олганда, олигополик бозорда фирма томонидан қабул қилинган ҳар қандай иқтисодий сиёсат - нархларни ўзгартириш, ишлаб чиқариш ҳажмини ўзгартириш, рекламани кучайтириш - рақоботлашувчи фирмаларнинг ушбу сиёсатга бўлган муносабатини билишни ва уни прогноз қилишни талаб қилади.

Нархлар жанги нарх ўртача харажатга тенг бўлгунга қадар давом этади, яъни $P = AC = MC$. Бу тенглик олигополик бозор мувозанатини беради. Мувозанат ҳолатда ҳеч бир фирма нархини камайитиришдан кўшимча фойда олаолмайди. Мувозанат ҳолатда фирмаларнинг иқтисодий фойдаси нолга тенг.

Штакелберг модели – ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи белгилагандаги устунлик

Курно моделида иккита дуополист ишлаб чиқариш ҳажмини бир вақтда белгилайди. Энди фараз қилайлик, биринчи фирма ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилайди. Бу ҳолда қайси фирма кўпроқ ютиб чиқади ва ишлаб чиқариш ҳажми қандай ўзгаради?

Курно моделига мисолни қараймиз. Иккала фирманинг чекли харажатлари бир-бирига тенг: $MC_1 = MC_2 = 4$.

Бозор талаби чизиғи $Q = 40 - P$, тескари талаб чизиғи $P = 40 - Q$ формулалар орқали берилган.

Фараз қилайлик, 1-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгиласин. Биринчи фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмидан келиб чиқиб, 2-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини иккинчи бўлиб белгиласин. Бу ҳолда 2-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини белгиланган деб ҳисоблайди, чунки 1-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини маълум деб қарайди. Унда 2-фирманинг фойдасини максималлаштирувчи маҳсулот ҳажмини ифодаловчи тенглама, яъни Курно реакция формуласи қуйидагича:

Штакелберг модели – ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи белгилагандаги устунлик

Курно моделида иккита дуополист ишлаб чиқариш ҳажмини бир вақтда белгилайди. Энди фараз қилайлик, биринчи фирма ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилайди. Бу ҳолда қайси фирма кўпроқ ютиб чиқади ва ишлаб чиқариш ҳажми қандай ўзгаради?

Курно моделига мисолни қараймиз. Иккала фирманинг чекли харажатлари бир-бирига тенг: $MC_1 = MC_2 = 4$.

Бозор талаби чизиғи $Q = 40 - P$, тесқари талаб чизиғи $P = 40 - Q$ формулалар орқали берилган.

Фараз қилайлик, 1-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгиласин. Биринчи фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмидан келиб чиқиб, 2-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини иккинчи бўлиб белгиласин. Бу ҳолда 2-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини белгиланган деб ҳисоблайди, чунки 1-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини маълум деб қарайди. Унда 2-фирманинг фойдасини максималлаштирувчи маҳсулот ҳажмини ифодаловчи тенглама, яъни Курно реакция формуласи қуйидагича:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot Q_1 \quad (12.1)$$

1-фирма фойдасини максималлаштирувчи маҳсулот ҳажми Q_1 ни чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб аниқлайди.

Маълумки, 1-фирма даромади тенг:

$$R_1 = P \cdot Q_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - Q_2 \cdot Q_1 \quad (12.2)$$

1-фирма 2-фирманинг реакция формуласидан фойдаланиб, (12.2)га (12.1)ни қўйиб, даромад функциясини аниқлайди.

$$R_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - 18 \cdot Q_1 + 0,5 \cdot Q_1^2 = 22 \cdot Q_1 - 0,5 \cdot Q_1^2$$

Чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб,

$$MR = 22 - Q_1 = 4$$

тенгламани ечиб, 1-фирманинг оптимал ишлаб чиқариш ҳажми $Q_1 = 18$ га тенглигини кўрамиз. 2-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини (12.1) реакция формуласидан фойдаланиб аниқлаймиз:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot 18 = 9$$

1-фирма 2-фирмага нисбатан икки баробар кўп маҳсулот ишлаб чиқаради ва икки баробар кўп фойда олади. Ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилаш 1-фирмага устунлик беради. Бунинг сабаби шундаки, ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилаганда, 2-фирма шу белгилаган ҳажмдан келиб чиқиб, маҳсулот ҳажмини белгилайди. Чунки 2-фирманинг кўп маҳсулот ишлаб чиқариши нораціонал ҳисобланади, унинг даромади камайиб кетади.

Курно ёки Штакелберг моделидан фойдаланиш тармоқдаги ҳолатга боғлиқ. Тармоқда бир хил ҳажмдаги фирмалар фаолият юритаётган бўлса, лидер фирма бўлмаса, унда Курно модели кўпроқ мос келади. Тармоқда лидер фирма бўладиган бўлса, бундай ҳолатда Штакелберг модели яхши натижа бериши мумкин.

Нарх бўйича рақобат – Бертран модели

Биз кўрдикки, олигополистик фирмалар ишлаб чиқариш ҳажмини белгилаш орқали рақобатлашади. Лекин амалда олигополистик фирмалар нарх белгилаш орқали рақобатлашиши мумкин. Йирик компаниялар учун нарх стратегик кўрсаткич ҳисобланади ва ҳар бир фирма товарига нархни рақобатчилар ҳаракатидан келиб чиқиб белгилайди. (Олигополик бозорда нарх рақобати модели 1883 йилда француз иқтисодчиси Джозеф Бертран томонидан ишлаб чиқилган.)

Фараз қилайлик, энди фирмалар бир вақтда нархларни белгилаб рақобатлашади. Бу ҳолда фирмалар қандай нарх белгилашини ва қанча фойда олишини кўриб чиқамиз. Дуполик бозорда бир хил турдаги маҳсулот ишлаб чиқарилгани учун истеъмолчилар қайси фирманинг нархи паст бўлса, ўша фирманинг товарини сотиб олади. Демак, фирмалар ҳар хил нарх белгилаганда, паст нарх белгилаган фирма бутун бозорни эгаллаб олади. Агар фирмалар бир хил нарх белгилашса, истеъмолчилар учун қайси фирма товарини сотиб олишда фарқи қолмайди. Фирмалар бир хил ҳажмда маҳсулот сотади ва бир хил фойда олади, деб айтиш мумкин. Фирмалар қандай нарх белгилашини Неш мувозанати бўйича қарайдиган бўлсак, улар нархни чекли харажатга тенг қилиб белгилайди, яъни $P_1 = P_2 = 4$ долл.

Товарлар дифференциаллашган бўлганда, нарх бўйича рақобат модели

Олигополик бозорда бир турдаги товарлар ишлаб чиқарилса ҳам, бу товарлар дифференциаллашган бўлиши мумкин. Масалан, бензин бир турдаги товар бўлиши билан бирга у дифференциаллашган, маркаси бўйича ёқилғи қуйиш шохобчасининг жойлашиши ва хизмат кўрсатиши бўйича бири-биридан фарқ қилади.

Фараз қилайлик, дуополислар дифференциаллашган бир турдаги товар ишлаб чиқаради. Ҳар бир фирманинг ўзгармас харажати 40 долл. бўлсин, ўзгарувчан харажати нолга тенг. Иккала фирманинг талаб чизиқлари қуйидаги функциялар орқали берилган бўлсин:

$$Q_1 = 36 - 2P_1 - P_2 \quad (1)$$

$$Q_2 = 36 - 2P_2 + P_1 \quad (2)$$

Бу ерда: P_1 – биринчи фирма белгилаган нарх, P_2 – иккинчи фирма товари нархи, Q_1 – биринчи фирма товари ҳажми, Q_2 – иккинчи фирма товари ҳажми.

Фирмалар бир вақтда нархни белгиласа, мувозанат ҳолатни Курно моделидагидай аниқлаш мумкин. Ҳар бир фирма нархни белгилаганда, рақиб фирманинг нархи белгиланган ва ўзгармас деб ҳисоблайди. Биринчи

фирмининг фойдаси Π_1 ни аниқлаймиз, яъни даромаддан харajatни айирамиз:

$$\Pi_1 = P_1 Q_1 - 40 \quad (3)$$

Q_1 нинг ўрнига биринчи фирмининг талаб функциясини қўйиб, фойда функциясини аниқлаймиз:

$$\Pi_1 = 36 \cdot P_1 - 2P_1^2 + P_2 P_1 - 40 \quad (4)$$

P_2 – ўзгармас дейдиган бўлсак, P_1 нинг қайси қийматида 1-фирма максимал фойда олишини аниқлаш учун фойда функциясидан P_1 бўйича ҳосила олиб, натижани нолга тенглаштириб, P_1 ни аниқлаймиз:

$$\frac{\Delta \Pi_1}{\Delta P_1} = 36 - 4P_1 + P_2 = 0 \quad (5)$$

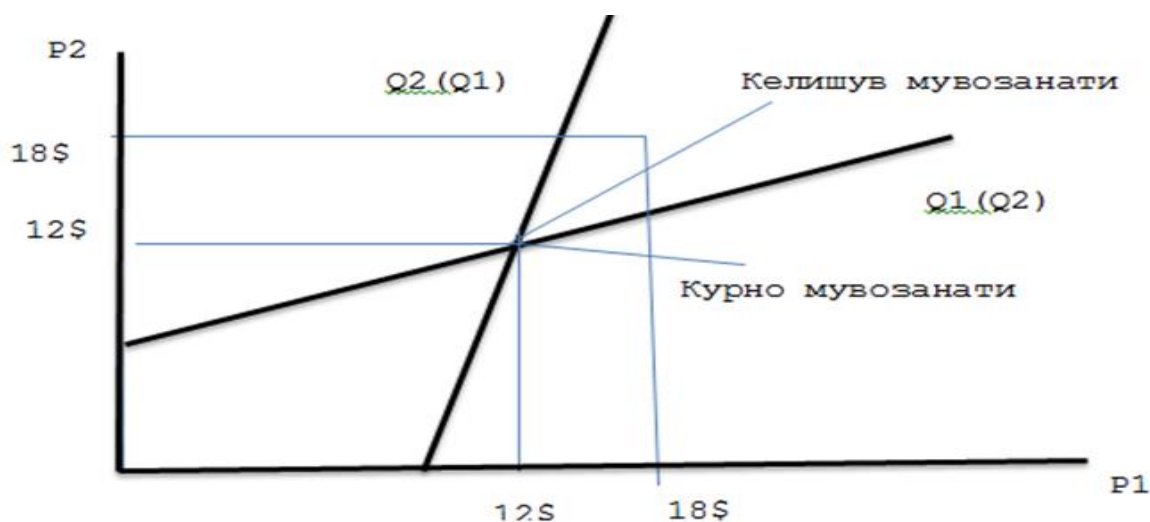
$$P_1 = 9 + \frac{1}{4} P_2$$

(5) тенгламадан 1-фирмининг реакция чизиғини аниқлаймиз

Худди шу йўл билан 2-фирмининг реакция чизиғини аниқлаймиз:

$$P_2 = 9 + \frac{1}{4} P_1$$

Бу реакция чизиғи 1-фирма нархни ўрнатганда, 2-фирма қандай нарх белгилашини билдиради. Реакция чизиқлари қуйидаги 1-расмда келтирилган:



1-расм. Курно мувозанати

Расмдан кўриш мумкин, фирмаларнинг реакция чизиқлари кесишган нуқта Нэш мувозанатини билдиради. Ҳар бир фирма 12 долл. нарх белгилаб, 24 бирлик товар сотади ва 248 доллардан фойда олади. Нэш мувозанатининг қоидасига кўра, иккала фирма ҳам нархни ўзгартиришдан манфаатдор эмас, уларнинг ҳар бири учун мувозанат нарх 12 долл. бўлганда, энг яхши ҳолат

бўлади. Фараз қилайлик, энди фирмалар келишиб, бир хил нарх белгилайди ва бу нарх иккала фирманинг ҳам фойдасини максималлаштирувчи нарх

3-Мавзу. Ўйинлар назарияси

1. Асосий тушунчалар

2. Товари танлаш муаммоси

3. Доминант стратегия ва Нэш мувозанати

4. Аралаш стратегия

4. Қамалган шахс муаммоси

5. Такрорланадиган ўйинлар ва “Қасдма-қасд стратегияси”

Ўйин – бу ҳар қандай вазият бўлиб, унда ўйинчилар стратегик қарор қабул қилади, яъни қолган ҳар бир ўйинчининг ҳаракатини ва реакциясини ҳисобга олиб қарор қабул қилади. Ўйинларга мисол сифатида бир-бири билан рақобатда бўлган фирмаларнинг нарх белгилаши, аукционда ноёб санъат асари учун нарх белгиловчи сотиб олувчилар гуруҳи.

Стратегик қарор қабул қилиш ўйинчиларнинг ютуғида ўз ифодасини топади. Фирмаларнинг нарх белгилашдаги ютуғи бўлиб фойда ҳисобланади.

Ўйинлар назариясининг бош масаласи, ҳар бир ўйинчи учун оптимал стратегияни танлаш. Стратегия – ўйинни ўтказишдаги режа ёки ҳаракатлар қоидаси. Нарх белгилашда фирмаларнинг стратегияси қуйидагича бўлиши мумкин, “Мен белгиланган нархимни юқори ушлаб тураман, то менинг менинг рақибларим ҳам шундай қилгунича, агар рақибларимдан бири нархни пасайтирса, мен нархни ундан кўпроқ пасайтираман”.

Ўйинчи учун оптимал стратегия – шундай стратегияки у ўйинчининг кутиладиган ютуғини максималлаштиради.

А ва В компаниялар рақобатлашган товар сотади ва реклама компаниясини амалга оширишга қарор қилади. Ҳар бир фирманинг стратегияси рақиб фирманинг стратегиясидан боғлиқ. Ўйиннинг натижаси тўлов матричасида ёки ютуқ матричасида берилган. 13.1 жадвал. Ҳар бир клеткадаги 1- рақам А фирманинг ютуғи, 2-рақам В фирманинг ютуғи. Иккала фирма ҳам реклама қиладиган бўлса А фирма 10 бирлик фойда олади, В фирма - 5 бирлик. Агар А реклама берса, В реклама бермаса А нинг ютуғи 15 бирликни ташкил этади, В ники – нул. Жадвалдан кўриш мумкин, А фирма учун реклама қилиш **доминант** стратегия ҳисобланади, чунки А реклама қилганда В қайси стратегияни танламасин А фирманинг ютуғи максимал бўлади, яни В рекламани танласа А нинг ютуғи $10 > 6$, В реклама қилмаса А нинг ютуғи $15 > 10$ бўлади. Худди шундай В учун ҳам реклама бериш доминант стратеги бўлади.

Таблица 13.1
Матрица выигрышей для рекламной игры

		ФИРМА В	
		Рекламирывать	Не рекламировать
ФИРМА А	Рекламирывать	10,5	15,0
	Не рекламировать	6,8	10,2

Иккала фирма ҳам рационал ҳаракат қилади деб фараз қилсак, ўйиннинг энг яхши натижаси иккала фирманинг реклама қилиши ҳисобланади. Ҳар бир ўйинчи доминант стратегияга эга бўлса ўйин натижасини **доминант стратегия мувозанати** дейилади.

Ўйинда ҳар бир ўйинчи учун ҳар дойим ҳам доминант стратегия бўлавермайди. 13.1 жадвалдаги ўйиннинг ўнг томондаги пастки клеткага ўзгартириш киритамиз 13.2 жадвал. Бу ўйинда А фирманинг доминант стратегияси йўқ. Лекин В ники бор – реклама бериш. В доминант стратегияни танлайди, А ҳам рекламани танласа мувозанат ҳолат содир бўлади. Бу мувозанатга Нэш мувозанати дейилади. Бу ўйинда А фирма В нинг қарорига кўра мумкин бўлган энг яхши стратегияни танлайди. В ҳам А нинг қарорига кўра энг яхши стратегияни танлойд.

Таблица 13,2
Модифицированная рекламная игра

		ФИРМА В	
		Рекламирывать	Не рекламировать
ФИРМА А	Рекламирывать	10,5	15,0
	Не рекламировать	6,8	20,2

Товарни танлаш муаммоси

Бозорда икки вариантдаги янги сухари нони сотилиши мумкин. Биттаси ширин, иккинчиси гижирлаган (хрустящий). Фараз қилайлик, фирмаларнинг ресурс имкониятлари фақат бир турдаги маҳсулотни ишлаб чиқариш учун етарли. Фирмалар учун ютуқ матрицаси 13.3 жадвалда келтирилган. Агар иккала фирма бир хил маҳсулот ишлаб чиқарса иккаласи ҳам зарар кўради. Фирмалар коалицияга бормасдан ҳаракат қилсин дейлик. Фараз қилайлик 1-фирма нашриёт орқали ширин сухари нонини ишлаб чиқаришини билдирди. 2-фирма бу ахборотга ишониб хрустящий сухарини бозорга чиқариш бўйича қарор қабул қилади. Агар 1-фирма эълон қилган маҳсулотини бозорга чиқарса унинг ютуғи 10 га тенг бўлади. Агар у бошқа вариантни танласа ва 2-фирма олдинги стратегияда қолса 1-фирманинг ютуғи

-5 га тенг бўлади. Демак чапдаги паст клеткадаги стратегиялар барқарор бўлиб, Нэш мувозанатини беради. Ўнгдаги юқори клеткадаги стратегиялар ҳам Нэш мувозанатини беради.

Таблица 13.3
Проблема выбора товара

		ФИРМА 2	
		Хрустящий	Сладкий
ФИРМА 1	Хрустящий	-5, -5	10, 10
	Сладкий	10, 10	-5, -5

Ҳар бир Нэш мувозанати барқарор, чунки ҳар бир ўйинчи бир томонлама мувозанат ҳолатдан четланишни хохламайди.

Айтиш керакки, бу ўйинда қўшимча ахборотсиз қайси мувозанат «хрустящий-ширин» ёки «ширин-хрустящий» содир бўлишини аниқлаш усули йўқ, умуман шу мувозанатлардан бири содир бўлиши мумкинми бу ҳам номаълум. Одатда бундай ҳолатларда фирмалар қайси тармоқда ҳаракат қилиши тўғрисида бир – бирига сигнал беради.

Доминант стратегия шундай стратегияки, рақиб томон қандай стратегияни танлашдан қатъи назар мен оптимал стратегияни танлайман. Ўйинчининг доминант стратегияси, унинг рақиби қандай стратегияни танламасин, 1-ўйинчи оптимал стратегияни танлайди.

Нэш мувозанати ўйинчиларнинг шундай стратегиялар тўпламики (ёки ўйинчиларнинг шундай ҳаракат стратегияларики), бунда ҳар бир ўйинчи, рақибининг танлаган стратегиясидан келиб чиқиб, мумкин бўлган энг яхши стратегияни танлайди. Энди **Нэш мувозанати** тушунчаси билан **доминант стратегия** тушунчасини таққослаймиз.

Доминант стратегия: рақибим қандай стратегияни танлашидан қатъи назар мен энг яхши стратегияни танлайман. Мен қандай стратегияни танлашимдан қатъи назар сиз энг яхши стратегияни танлайсиз.

Нэш мувозанати: сиз танлаган стратегияни ҳисобга олиб, мен энг яхши стратегияни танлайман. Мен танлаган стратегиядан келиб чиқиб, сиз энг яхши стратегияни танлайсиз.

Нэш мувозанати нокорпоратив стратегия ҳисобланади: рақиб фирманинг ҳаракатидан келиб чиқиб, ҳар бир фирма мумкин бўлган максимал фойда келтирувчи қарорни қабул қилади.

IV. АМАЛИЙ МАШҒУЛОТ МАТЕРИАЛЛАРИ

1 амалиёт. Монополия, соф монополия ва давлат томонидан тартибга солиш.

Соф монополия

Шаҳарда болалар велосипедини ишлаб чиқарадиган ягона фирма фаолият юритади.

Болалар велосипедига талаб функцияси куйидагича:

$$Q = 60 - P, \quad Q - 1 \text{ йилда ишлаб чиқарилган велосипед сони.}$$

Тескари талаб функцияси:

$$P = 60 - Q, \quad P - \text{велосипед нархи.}$$

Ялпи харажат функцияси:

$$TC = Q^2 + 180, \quad TC - \text{ялпи харажат.}$$

Ўлчов бирлиги:

$$Q - \text{минг дона, } TC, P - \text{минг сўм.}$$

Аниқлансин:

1. Оптимал монопол маҳсулот ҳажми, монопол нарх, монопол фойда, рентабеллик.
2. Рақобатлашган бозор параметрлари, рақобатлашган ва монопол бозорларни таққослама таҳлили.
3. Монопол маҳсулотга талаб эластиклиги, монопол ҳокимят.
4. Ўнг қол қويدаси бўйича оптимал монопол нарх.
5. Монополист маҳсулотига яқин маҳсулот ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг рентабеллиги 30% бўлса, монополист учун “Адолатли” фойда келтирувчи нарх аниқлансин.

а) оптималлик шартидан фойдаланамиз:

$$MR = MC$$

$$MR = R'(Q) = (P * Q)' = [(60 - Q) * Q] =$$

$$(60 * Q - Q^2)' = 60 - 2Q$$

$$MC = (Q^2 + 180)' = 2Q$$

$$60 - 2Q = 2Q$$

$$Q = \frac{60}{4} = 15 \text{ минг дона велосипед бир йилда ишлаб чиқаради.}$$

Нархни топамиз:

$$P = 60 - Q = 60 - 15 = 45 \text{ минг сўм.}$$

Монопол фойдани аниқлаймиз:

$$F = P * Q - [TC = Q^2 + 180] =$$

$$= 45 * 15 - [15^2 + 180] =$$

$$= 675 - 405 = 270 \text{ млн. сўм.}$$

$$\text{Рентабеллик} = 270/405 * 100 = 0.67$$

Монополистнинг 1 сўм сарфи 67 тийин фойда келтиради, 1 млн. сарфи эса 670 минг сўм фойда келтиради.

2. Рақобатлашган бозор параметрларни аниқлаймиз:

Расм 1. Монопол фойда, монопол нарх.

E – рақобатлашган бозорнинг мувозанат нуқтаси

B – монополистнинг мувозанати

S = MC – таклиф чизиғи

D = AR – талаб чизиғи

$$MC = TC' (Q) = [Q^2 + 180] = 2Q$$

$$R = P * Q = (60 - Q) * Q = 60 * Q - Q^2$$

$$AR = \frac{R}{Q} = 60 - Q = D$$

$$S = D$$

$$2Q = 60 - Q \rightarrow 3Q = 60$$

$$Q^* = 20 \text{ минг велосипед}$$

$$P^* = 60 - 20 = 40 \text{ минг сўм}$$

2. Рақобатлашган бозор бўлганида 20 минг дона велосипед ишлаб-чиқариларди ва у 40 минг сўмдан сотиларди.

Монополист истемолчилар ҳисобидан олган монопол фойда тенг.

$$\text{Монопол фойда} = 5000 * 15000 = 75 \text{ млн. сўм.}$$

Бошқа корхоналар 75 млн. сўмлик маҳсулотни сотаолмайди.

3. Монопол маҳсулотга талаб эластиклигини топамиз:

$$E_D = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q} = [D = 60 - Q]' * \frac{P}{Q} = -1 * \frac{45}{15} = -3$$

Монопол ҳоқимятни аниқлаймиз, Лернер индекси.

$$L = \frac{P-MC}{P} = -\frac{1}{E} = \frac{45-30}{45} = -\frac{1}{-3} = \frac{1}{3}$$

$$\text{Ёки: } L = \frac{(P-AC)Q}{P*Q} = \frac{(45-27)*15}{45*15} = 0.4$$

4. Ўнг кўл қоидасига кўра монопол нархни топамиз:

$$\frac{P-MC}{P} = -\frac{1}{E} \quad \text{Бундан}$$

$$P = \frac{MC}{(1+\frac{1}{E})} = \frac{2Q}{1-\frac{1}{3}} = \frac{30*3}{2} = 45 \text{ минг сўм}$$

5. Монополист “Адолатли” фойда келтирувчи нархни топамиз:

$$P_A = 35.1 \text{ минг сўм}$$

Сиз бу нархни аниқланг.

2 амалиёт. Олигиполия ва Курно модели. Штакелберг модели – ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи белгилагандаги устунлик

Курно моделида иккита дуополист ишлаб чиқариш ҳажмини бир вақтда белгилайди. Энди фараз қилайлик, биринчи фирма ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилайди. Бу ҳолда қайси фирма кўпроқ ютиб чиқади ва ишлаб чиқариш ҳажми қандай ўзгаради?

Олдинги Курно моделига мисолни қараймиз. Иккала фирманинг чекли харажатлари бир-бирига тенг: $MC_1 = MC_2 = 4$.

Бозор талаби чизиғи $Q = 40 - P$, тесқари талаб чизиғи $P = 40 - Q$ формулалар орқали берилган.

Фараз қилайлик, 1-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгиласин. Биринчи фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмидан келиб чиқиб, 2-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини иккинчи бўлиб белгиласин. Бу ҳолда 2-фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини белгиланган деб ҳисоблайди, чунки 1-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини маълум деб

карайди. Унда 2-фирманинг фойдасини максималлаштирувчи маҳсулот ҳажмини ифодаловчи тенглама, яъни Курно реакция формуласи қуйидагича:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot Q_1 \quad (12.1)$$

1-фирма фойдасини максималлаштирувчи маҳсулот ҳажми Q_1 ни чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб аниқлайди.

Маълумки, 1-фирма даромади тенг:

$$R_1 = P \cdot Q_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - Q_2 Q_1 \quad (12.2)$$

1-фирма 2-фирманинг реакция формуласидан фойдаланиб, (12.2)га (12.1)ни қўйиб, даромад функциясини аниқлайди.

$$R_1 = 40 \cdot Q_1 - Q_1^2 - 18 \cdot Q_1 + 0,5 \cdot Q_1^2 = 22 \cdot Q_1 - 0,5 \cdot Q_1^2$$

Чекли даромадни чекли харажатга тенглаштириб,

$$MR = 22 - Q_1 = 4$$

тенгламани ечиб, 1-фирманинг оптимал ишлаб чиқариш ҳажми $Q_1 = 18$ га тенглигини кўрамиз. 2-фирманинг ишлаб чиқариш ҳажмини (12.1) реакция формуласидан фойдаланиб аниқлаймиз:

$$Q_2 = 18 - 0,5 \cdot 18 = 9$$

1-фирма 2-фирмага нисбатан икки баробар кўп маҳсулот ишлаб чиқаради ва икки баробар кўп фойда олади. Ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилаш 1-фирмага устунлик беради. Бунинг сабаби шундаки, ишлаб чиқариш ҳажмини биринчи бўлиб белгилаганда, 2-фирма

шу белгилаган ҳажмдан келиб чиқиб, маҳсулот ҳажмини белгилайди. Чунки 2-фирманинг кўп маҳсулот ишлаб чиқариши нораціонал ҳисобланади, унинг даромади камайиб кетади.

Курно ёки Штакелберг моделидан фойдаланиш тармоқдаги ҳолатга боғлиқ. Тармоқда бир хил размердаги фирмалар фаолият юритаётган бўлса, лидер фирма бўлмаса, унда Курно модели кўпроқ мос келади. Тармоқда лидер фирма бўладиган бўлса, бундай ҳолатда Штакелберг модели яхши натижа бериши мумкин.

Нарх бўйича рақобат – Бертран модели

Биз кўрдикки, олигополистик фирмалар ишлаб чиқариш ҳажмини белгилаш орқали рақобатлашади. Лекин амалда олигополистик фирмалар нарх белгилаш орқали рақобатлашиши мумкин. Йирик компаниялар учун нарх стратегик кўрсаткич ҳисобланади ва ҳар бир фирма товарига нархни рақобатчилар ҳаракатидан келиб чиқиб белгилайди.

Олигополик бозорда нарх рақобати модели 1883 йилда француз иқтисодчиси Джозеф Бертран томонидан ишлаб чиқилган.

Курно модели мисолини қараймиз. Унда чекли харажатлар бир-бирига тенг бўлиб, 4 га тенг: $MC_1 = MC_2 = 4$.

Курно мувозанатида фирмалар бир хил ҳажмда маҳсулот ишлаб чиқаради ва ишлаб чиқариш ҳажмини бир вақтда белгилайди: $Q_1 = Q_2 = 12$. Мувозанат нарх 16 га тенг бўлиб, ҳар бир фирма 44 АҚШ доллари миқдоридан фойда олади.

Фараз қилайлик, энди фирмалар бир вақтда нархларни белгилаб рақобатлашади. Бу ҳолда фирмалар қандай нарх белгилашини ва қанча фойда олишини кўриб чиқамиз. Дуполик бозорда бир хил турдаги маҳсулот ишлаб чиқарилгани учун истеъмолчилар қайси фирманинг нархи паст бўлса, ўша фирманинг товарини сотиб олади. Демак, фирмалар ҳар хил нарх белгилаганда, паст нарх белгилаган фирма бутун бозорни эгаллаб олади. Агар фирмалар бир хил нарх белгилашса, истеъмолчилар учун қайси фирма товарини сотиб олишда фарқи қолмайди. Фирмалар бир хил ҳажмда

маҳсулот сотади ва бир хил фойда олади, деб айтиш мумкин. Фирмалар кандай нарх белгилашини Нэш мувозанати бўйича қарайдиган бўлсак, улар нархни чекли харажатга тенг қилиб белгилайди, яъни $P_1 = P_2 = 4$ долл.

Бу ҳолда жами 24 бирлик товар ишлаб чиқарилади, ҳар бир фирма 12 бирликда товар ишлаб чиқаради. Нархлар чекли харажатга тенг бўлгани учун иккала фирманинг фойдаси нолга тенг бўлади. Эътибор берадиган бўлсак, бу ҳолат Нэш мувозанатини ифодалайди. Чунки 1-фирма нархни 4 доллардан юқори белгиласа, у бирорта ҳам товар сота олмайди, 2-фирма эса бутун бозорни эгаллайди. Агар 1-фирма нархни пасайтирса, бутун бозорни эгаллайди, лекин зарар кўради. Шу сабабли 1-фирма ҳам, 2-фирма ҳам нархни ўзгартирмасликка ҳаракат қилади ва бу Нэш мувозанатидир.

Фирмалар нархни юқори белгилаб, масалан, 20 доллар қилиб, иккаласи ҳам фойда олиши мумкин. Лекин бу ҳолда фирмалардан бири нархни бироз пасайтириб, бозорни эгаллаб, юқори фойда олиши мумкин. Натижада ҳар бир фирма нархни бироз пасайтириб, юқори фойда олишга ҳаракат қилади ва оқибатда нарх 4 долларга тушади.

Демак, бир вақтда нарх белгилаш стратегияси бир вақтда ҳажм белгилаш стратегиясидан кескин фарқ қилиб, бутунлай бошқа натижага олиб келар экан.

Товарлар дифференциаллашган бўлганда, нарх бўйича рақобат модели Олигополик бозорда бир турдаги товарлар ишлаб чиқарилса ҳам, бу товарлар дифференциаллашган бўлиши мумкин. Масалан, бензин бир турдаги товар бўлиши билан бирга у дифференциаллашган, маркаси бўйича ёқилғи қуйиш шохобчасининг жойлашиши ва хизмат кўрсатиши бўйича бир-биридан фарқ қилади.

Фараз қилайлик, дуополислар дифференциаллашган бир турдаги товар ишлаб чиқаради. Ҳар бир фирманинг ўзгармас харажати 40 долл. бўлсин, ўзгарувчан харажати нолга тенг. Иккала фирманинг талаб чизиқлари қуйидаги функциялар орқали берилган бўлсин:

$$Q_1 = 36 - 2P_1 - P_2 \quad (1)$$

$$Q_2 = 36 - 2P_2 + P_1 \quad (2)$$

Бу ерда: P_1 – биринчи фирма белгилаган нарх, P_2 – иккинчи фирма товари нархи, Q_1 – биринчи фирма товари ҳажми, Q_2 – иккинчи фирма товари ҳажми.

Фирмалар товар нархини оширса, товарга талаб камаяди, камайтирса талаб ошади, яъни сотиладиган товар ҳажми ошади.

Фирмалар бир вақтда нархни белгиласа, мувозанат ҳолатни Курно моделидагидай аниқлаш мумкин. Ҳар бир фирма нархни белгилаганда, рақиб фирманинг нархи белгиланган ва ўзгармас деб ҳисоблайди. Биринчи фирманинг фойдаси Π_1 ни аниқлаймиз, яъни даромаддан харажатни айирамиз:

$$\Pi_1 = P_1 Q_1 - 40 \quad (3)$$

Q_1 нинг ўрнига биринчи фирманинг талаб функциясини қўйиб, фойда функциясини аниқлаймиз:

$$\Pi_1 = 36 \cdot P_1 - 2P_1^2 + P_2 P_1 - 40 \quad (4)$$

P_2 – ўзгармас дейдиган бўлсак, P_1 нинг қайси қийматида 1-фирма максимал фойда олишини аниқлаш учун фойда функциясидан P_1 бўйича ҳосила олиб, натижани нолга тенглаштириб, P_1 ни аниқлаймиз:

$$\frac{\Delta \Pi_1}{\Delta P_1} = 36 - 4P_1 + P_2 = 0 \quad (5)$$

(5) тенгламадан 1-фирманинг реакция чизигини аниқлаймиз:

$$P_1 = 9 + \frac{1}{4} P_2$$

1-фирманинг реакция чизиги 2-фирма нарх белгилагандан кейин нарх белгилаш қоидасини беради. Худди шу йўл билан 2-фирманинг реакция чизигини аниқлаймиз:

$$P_2 = 9 + \frac{1}{4} P_1$$

Бу реакция чизиғи 1-фирма нархни ўрнатганда, 2-фирма қандай нарх белгилашини билдиради.

Фирмаларнинг реакция чизиқлари кесишган нукта Нэш мувозанатини билдиради. Ҳар бир фирма 12 долл. нарх белгилаб, 24 бирлик товар сотади ва 248 доллардан фойда олади. Нэш мувозанатининг қоидасига кўра, иккала фирма ҳам нархни ўзгартиришдан манфаатдор эмас, уларнинг ҳар бири учун мувозанат нарх 12 долл. бўлганда, энг яхши ҳолат бўлади.

Фараз қилайлик, энди фирмалар келишиб, бир хил нарх белгилайди ва бу нарх иккала фирманинг ҳам фойдасини максималлаштирувчи нарх бўлади.

$$Q = 36 - P$$

$$\Pi = 36 \cdot P - P^2$$

$$\frac{\Delta \Pi}{\Delta P} = 36 - 2P = 0$$

$$P = 18 \text{ долл.}$$

Иккала фирма ҳам 18 доллардан нарх белгилайди ва 284 доллардан тенг фойда олади. Натижада иккала фирма ҳам юқори фойда олади.

3 амалиёт. Ўйинлар назарияси.

Мисол 1

12.6-расмдан кўриш мумкинки, ҳар бир ўйинчининг олдида қарор қабул қилишнинг икки варианты бор: нархни 4 сўм қилиб белгилаш ёки нархни 6 сўм қилиб белгилаш. Ушбу қарор қабул қилиш вариантларига қарор қабул қилиш стратегиялари дейилади. Томонларнинг ютуқларини ифодаловчи матрицага ютуқлар матрицаси ёки тўлов матрицаси дейилади. Матрицанинг ҳар бир клеткасидаги чап томондаги рақам 1-ўйинчи ютуғини, ўнг томондаги рақам 2-ўйинчи ютуғини ифодалайди.

Фирма-2

		4 сум	7 сум
Фирма-1	4 сум	12000 12000	18000 6000
	7 сум	6000 18000	15000 15000

1-расм

Доминант стратегия шундай стратегияки, рақиб томон қандай стратегияни танлашдан қатъи назар мен оптимал стратегияни танлайман. Ўйинчининг доминант стратегияси, унинг рақиби қандай стратегияни танламасин, 1-ўйинчи оптимал стратегияни танлайди. 1-расмда нархни 4 сўм қилиб белгилаш 1-фирма учун доминант стратегия ҳисобланади. Чунки 2-фирма нархни 4 сўм қилиб белгиласа, 1-фирма максимал ютуққа – 12 000 сўм ютуққа эришади (2-фирма нархни 7 сўм қилиб белгилаганда эди, у 6 000 сўм ютуққа эришарди), агар 2-фирма нархни 7 сўм қилиб белгиласа, у 18 000 сўмлик ютуққа эришади (1-фирма нархни 7 сўм қилиб белгилаганда эди, 15 000 сўм ютуққа эришарди).

Худди шундай, 2-фирма учун ҳам нархни 4 сўм қилиб белгилаш доминант стратегия ҳисобланади. Чунки 1-фирма қайси стратегияни танламасин, 2-фирманинг ютуғи максимал даражада ($12\ 000 > 6\ 000$, $18\ 000 > 15\ 000$) бўлади.

Нэш мувозанати ўйинчиларнинг шундай стратегиялар тўпламики (ёки ўйинчиларнинг шундай ҳаракат стратегияларики), бунда ҳар бир ўйинчи,

рақибининг танлаган стратегиясидан келиб чиқиб, мумкин бўлган энг яхши стратегияни танлайди.

Энди Нэш мувозанати тушунчаси билан доминант стратегия тушунчасини таққослаймиз.

Доминант стратегия: рақибим қандай стратегияни танлашидан қатъи назар мен энг яхши стратегияни танлайман. Мен қандай стратегияни танлашимдан қатъи назар сиз энг яхши стратегияни танлайсиз.

Нэш мувозанати: сиз танлаган стратегияни ҳисобга олиб, мен энг яхши стратегияни танлайман. Мен танлаган стратегиядан келиб чиқиб, сиз энг яхши стратегияни танлайсиз.

Энди 1-расмдаги ўйинни таҳлил қилсангиз, нархни 4 сўм қилиб белгилаш стратегияси иккала фирма учун ҳам доминант стратегия, ҳам Нэш мувозанати ҳисобланади.

Нэш мувозанати нокорпоратив стратегия ҳисобланади: рақиб фирманинг ҳаракатидан келиб чиқиб, ҳар бир фирма мумкин бўлган максимал фойда келтирувчи қарорни қабул қилади.

Яна шуни таъкидлаш керакки, Нэш мувозанати “барқарор ва “ўзини ўзи ушлаб турувчи” ҳолат бўлиб ҳисобланади. Нэш мувозанатида ҳеч қайси фирма ушбу ҳолатнинг бузилишидан манфаатдор эмас. Масалан, Курно моделида ҳар бир фирма ўзининг ишлаб чиқариш ҳажмини, рақобат фирманинг ишлаб чиқариш ҳажми маълум ва ўзгармас, деб белгилайди. Яъни рақиб фирманинг қароридан келиб чиқиб, энг яхши ишлаб чиқариш ҳажмини белгилайди ва улар ўзларининг ишлаб чиқариш ҳажмини бир томонлама ўзгартиришдан манфаатдор эмас. Ўзгартирадиган бўлса, фойда пасаяди. Демак, Курно мувозанати Нэш мувозанати дегани.

Нэш мувозанати тушунчаси ҳар бир ўйинчининг рационал ҳаракат қилишига асосланади. Стратегияни танлаш нафақат ўйинчининг рационал ҳаракат қилишига боғлиқ, балки рақибининг ҳам рационал ҳаракат қилишига боғлиқ.

Қамалган шахс муаммосида иккала томоннинг жиноятни бўйнига олиши Нэш мувозанати ҳисобланади.

МИСОЛ 2

Такрорланадиган ўйин

Биз кўрдикки, олигополик бозорларда фирмалар қамалган шахс муаммоси ҳолатига тушади. Қамалган шахс муаммоси статик ҳолатни ифодалайди, яъни қамаладиган шахслар бир марта бўйнига олиш керакми ёки йўқми деган имкониятга эга бўлади. Шу сабабли ҳам уни амалда қўллаш чекланган. Фирмалар реал ҳаётнинг даврида ишлаб чиқариш ҳажмини ва нархни қайта-қайта белгилаши мумкин. Фирмалар реал ҳаётда такрорланадиган ўйин ўйнайди.

Фараз қилайлик, иккита фирма қамалган шахс муаммоси ҳолатида бўлсин, тўлов матрицаси 1-жадвалда келтирилган. Агар сиз ва рақибингиз биргаликда юқори нархни белгиласангиз, иккалангиз ҳам паст нарх белгилагандагига қараганда, юқори фойда оласиз, яъни ҳар бир фирма 100 минг доллардан.

1-жадвал

Нарх белгилаш масаласи

		2-фирма	
		Паст нарх	Юқори нарх
1-фирма	Паст нарх	20; 20	200; -100
	Юқори нарх	-100; 200	100; 100

Такрорланадиган ўйинлар учун энг яхши стратегия – “қасдма-қасд” стратегияси¹. “Мен юқори нархни белгилайман ва уни сиз мен билан

¹ Robert Axelord. The Evolution of Cooperation (New York: Basic Books, 1984).

кооперацияда бўлиб, юқори нарх белгилаб турганингизга саклаб тураман. Лекин сиз нархни туширсангиз, мен ҳам нархни тушираман”. Ўйин такрорланадиган ўйин бўлсин.

Фараз қилайлик, ўйин ойма-ой чексиз такрорланиб турсин. Кооперацияда бўлиш дегани – “қасдма-қасд” стратегиясига рационал жавоб дегани. Фараз қилайлик, ўйинчилар “қасдма-қасд” стратегиясидан хабардор. Ойларнинг бирида мен юқори нарх белгиладим, рақиб паст нарх белгилаб, юқори фойда олди, лекин у биладикки, кейинги ойда мен ҳам нархни тушираман, натижада иккаламининг ҳам фойдамиз паст бўлади ва паст нархни белгилаш қанча давом этса, паст фойда олиш ҳам шунча сакланиб қолади. Бундай ҳолатнинг сакланиб қолиши йўқотилган фойда ҳажмининг тўпланиб боришига олиб келади. Шундай қилиб, нархни паст белгилаш нораціонал эканлигига ишонч ҳосил қилиш мумкин.

Агар рақиб менинг “қасдма-қасд” стратегиясини қўллашимга маълум эҳтимол билан ишонса, унинг учун юқори нарх белгилашдан бошлаш ва уни мен нархни пасайтирганимга ушлаб туриши рационал ҳисобланса, такрорланадиган ўйинда кооперациядан кутиладиган ютуқ маълум вақт оралиғида паст нарх белгилагандан юқори бўлади.

Энди ўйиннинг такрорланиши чекли миқдорда бўлсин. Фараз қилайлик, ўйин N марта, яъни N ой такрорланади. Агар 1-фирма рационал бўлса ва у 2-фирмани ҳам рационал ҳаракат қилади, деб ўйлайдиган бўлса, 1-фирма қуйидаги фикрга келади: “1-фирма “қасдма-қасд” стратегиясини қўллайдиган бўлса, мен (2-фирма) нархни охирига ойгача паст белгилай олмайман. Лекин охирига ойда нархни пасайтирсам, кўп фойда оламан, чунки ўйин тугайди, 1-фирма мендан қасдини ололмайди, деб ўйлайди 2-фирма.

Шундай қилиб, 2-фирма ҳам ўзича қуйидаги қарорга келади: охирига ойгача юқори нарх белгилайман ва охирига ойда паст нарх белгилайман”. Лекин 1-фирма ҳам рационал бўлгани учун у ҳам шу фикрга келади, яъни охирига ойда нархни пасайтиришни режалаштиради. Буни тушунган 2-фирма нархни охирига ойдан олдинги ойда пасайтиришни режалаштиради, чунки

охирги ойда кооперацияни бўлмаслигини аниқ билади. Худди шундай фикрга 1-фирма ҳам келади ва охирги ойдан олдинги ойда паст нархни белгилашни режалаштиради. Фирмалар ҳар бир олдинги ойда ҳам шундай фикрга келади ва натижада иккала фирма учун ҳам ҳар ойда паст нарх белгилаши оқилона натижа ҳисобланади.

Кўришиб турибдики, “қасдма-қасд” стратегияси бу ерда ҳам қамалган шахс муаммосига олиб келади. “Қасдма-қасд” стратегияси фойдани оширишга олиб келадими, деган савол туғилиши табиий. Агар рақиб фирмада сизнинг (1-фирманинг) рационал ҳаракат қилишингизга маълум даражада ишончсизлик уйғотса, фойданинг ортишига олиб келиши мумкин экан. Яъни у (2-фирма) сизнинг (1-фирманинг) рационал ҳаракат қилишингиз чекланган деб ўйласа, шу маънодаким, сиз юқорида кўрилган такрорланиши чекланган ўйиндаги вазиятни мантиқий таҳлил қилиш қобилиятингиз йўқ деб ўйлайдиган бўлса (маълум эҳтимол билан). Бундай ҳолатда рақиб фирма ўйлайдики, 1-фирма ўзи билмасдан “қасдма-қасд” стратегиясини ўйнаб, юқори нархни белгилайди ва уни мен (2-фирма) юқори нархни белгилаб тургунимга қадар ушлаб туради. Унда рақиб фирма учун нархни охирги ойгача юқори даражада ушлаб туриши рационал ҳисобланади (агар ўйин вақти маълум даражада узоқ бўлса). Рақиб фирманинг менинг (1-фирманинг) “қасдма-қасд” ўйинда рационал ҳаракат қилишимга маълум даражада ишончсизлиги (тўлиқ ишонмаслиги) кооператив ҳаракатнинг яхши стратегия бўлишига (иккала фирманинг юқори фойда олишига) олиб келиши мумкин (охирги ойдан ташқари ва ўйин вақти маълум даражада узоқ бўлса).

Узоқ вақт оралиғида ва рақиб фирманинг, рақиб фирма биринчи бўлиб нархни пасайтирганда ҳам мени (1-фирмани) хато ўйнашим тўғри бўлгандаги эҳтимоли билан ўлчанган жорий ва келажакда олинадиган фойдалар йиғиндиси нархлар жанги бўйича олинадиган фойда йиғиндисидан катта бўлади².

² Такрорланувчи қамалган шахс муаммоси учун бу хулоса биринчи бўлиб қуйидаги ишда қилинган: David Kreps, Paul Milgrom, John Roberts, Robert Wilson. Rational Cooperation in the Finitely Repeated Prisoners' Dilemma.

Шундай қилиб, қамалган шахс муаммоси такрорланиб ўйналганда, кооперацияга олиб келиши мумкин. Кўпгина бозорларда узок муддат давомида такрорланадиган ўйинлар содир бўлганда, фирмаларнинг менежерлари ва уларнинг рақиблари нораціонал ҳаракат қилиши мумкин. Талаб ва харажатлар барқарор бўлган тармоқларда рақобатлашувчи фирмалар ўртасида кооперация содир бўлади (улар келишиб ҳаракат қилмаганда ҳам). Талаб ва харажатлар тез-тез ўзгариб турадиган тармоқларда кооперация камроқ учрайди ва у умуман бўлмаслиги мумкин.

V. КЕЙСЛАР БАНКИ

«Корхона ишлаб чиқаришининг иқтисодий барқарорлиги ва рентабеллиги кўрсаткичлари таҳлили» бўйича

КЕЙС

I. ПЕДАГОГИК АННОТАЦИЯ

1. *Ўқув курсининг номланиши:* “Макроиқтисодий сиёсат” (Малака оширишдаги тингловчилар учун)

Мавзунинг номи: “Корхона ишлаб чиқаришининг иқтисодий барқарорлиги ва рентабеллиги кўрсаткичлари таҳлили”

2. *Яратилган кейснинг мақсади:* корхонада иқтисодий барқарорлик кўрсаткичларини яхшилашдаги асосий вазиятларни таҳлил қилишни ўрганиш.

Кейс муваффақиятли ўз ечимини топганда талабалар қуйидаги *натижаларга* эришадилар:

- корхонада иқтисодий барқарорлик кўрсаткичларини таҳлил қилишни;
- корхонада рентабелликни ошириш ва ундан самарали фойдаланиш йўллари ўрганадилар.

3. Мазкур кейс “**MUHAMMAD QODIR SHOH**” хусусий корхонаси *маълумотлари* асосида ишлаб чиқилган.

4. *Кейсда фойдаланилган маълумотлар манбаи:* “**MUHAMMAD QODIR SHOH**” хусусий корхонасининг 2018-2020 йиллардаги йиллик ҳисоботлар, молиявий ҳисоботлари, харажатлар калькуляцияси, бошқарув тузилмаси ҳамда жамиятнинг 2019 йил учун тузилган ижтимоий-иқтисодий ривожланиши акс этган Бизнес режаси асос қилиб олинган.

5. Яратилган ушбу кейс *дала тадқиқотлари* турига кириб, унда қўйилаётган савол ва топшириқлар сюжетли тарзда тузилган. *Кейснинг объекти* сифатида юқорида зикр этганимиздек, “**MUHAMMAD QODIR SHOH**” хусусий корхонаси олинган. Маълумотлар аниқлиги ва ишончилигига тўлиқ кафолат берилади. Кейс тузилиши жихатидан *ўрта*

хажмдаги кейс-стадилар турига киради.

6. *Дидактик мақсадларга кўра-синтез* ва тахлиллар қилиш жараёнларини ўргатиш ва баҳолаш ҳисобланади. Масаланинг қўйилиши изчиллик асосида кетма-кет тарзда тахлилий жараёнлар асосида ишлаб чиқилган. Муаммоли вазиятларга жавоб излаш ва ечиш мақсадида назарий билимлар турли хилдаги кўрсатмалар, қўлланмалар, эслатмалар тарзида берилган амалий машғулоти дарси кейс-технологияси асосида ташкил этилганда талабаларнинг ҳар бир хатти харакати, уларнинг қўйилган муаммога бўлган қарашлари, сабабий боғлиқликдаги тахлиллари ҳамда хулосалар яшашларини кузатиш ва баҳолаш осон кечади. Баҳолаш учун “Вазиятли тахлил варақаси”нинг мавжудлиги ишни енгиллаштиради, бу эса ўз навбатида кейснинг *афзал жиҳатларини* намоён этади.

7. Ишлаб чиқилган мазкур кейсдан “Саноат иқтисодиёти”, “Корхона иқтисодиёти”, “Бизнес режалаштириш”, “Тадбиркорлик асослари”, “Саноат корхоналари фаолиятини ташкил этиш” фанларининг амалий машғулотида кенг *фойдаланиш* мумкин.

Кириш

Кейснинг долзарблиги. Бугунги кунда айланма маблағларда, айниқса, корхоналарнинг моддий-товар бойликларида банд бўлган йирик миқдордаги пул маблағлари уларнинг тўлиқ сақланишига эътибор қаратиш, улардан мақсадларга мувофиқ ва самарали фойдаланиш, шунингдек, уларнинг айланишини тезлаштиришни талаб қилади. Бозор муносабатлари ва деярли барча ресурслар тақчиллиги шароитларида айланма маблағлар, биринчи ўринда моддий ресурслардан рационал фойдаланиш ва уларни шакллантириш заҳираларини излаб топиш ҳар бир корхона олдида турган муҳим вазифа ҳисобланади.

Кейснинг мақсади корхонада айланма маблағлардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш таъминлаш омилларини тадқиқ этиш ва улардан самарали фойдаланиш бўйича талабалар билимини чуқурлаштириб илмий-амалий ечимларни ишлаб чиқишдан иборат.

Кейсни ечими орқали эришиладиган ўқув натижалари. Муаммоли вазиятни қамраб олган ушбу кейсни ечиш давомида талабалар куйидагиларга:

- ўтилган мавзуларни мустахкамлашга;
- тасаввурларингизни тушунча даражасига келтириш имкониятига;
- маҳсулот ишлаб чиқариш режасининг бажарилиши ва динамикасининг таҳлил қилишга;
- маҳсулотлар номенклатураси ва ассортиментининг таҳлилини олиб боришга;
- корхонада маҳсулотлар сотиш режасининг бажарилиши ва динамикасининг таҳлилини амалга оширишга эришадилар.

1. «MUHAMMAD QODIR SHOH» хусусий корхонаси даги вазият билан танишиш

“MUHAMMAD QODIR SHOH” хусусий корхонаси Тошкент вилояти Зангиота тумани Хоқимлигининг 30.12.2000 йилдаги 518 сонли қарорига асосан давлат руйхатидан утган. Устав жамгармаси 102740 минг сўм миқдорида ташкил қилинди. Асосий фаолият трикотаж маҳсулотлари, катталар ва болалар ич кийимлари, футболка, майка маҳсулотлари ишлаб чиқариш. Ҳозирда корхона устав фондининг миқдори 155 млн. сўм.

Хусусий корхона мулкдори корхонани раҳбар сифатида яқка бошқаради, корхона номидан ишончномасиз иш кўради, унинг манфаатларини ифодалайди, хусусий корхонанинг пул маблағларини ҳамда бошқа мол-мулкни тасарруф этади, шартномалар, шу жумладан меҳнат шартномалари тузади, ишончномалар беради, банкларда ҳисобварақлар очади, штатларни тасдиқлайди, корхонанинг барча ходимлари учун мажбурий бўлган буйруқлар чиқаради ва кўрсатмалар беради.

2. Талабалар учун методик кўрсатмалар

Муаммо. Корхона иқтисодий барқарорлиги асосий курсаткичлари динамикасини таҳлил қилиш. Таҳлил натижалари асосида корхонани иқтисодий-молиявий ҳолатига баҳо бериш.

Вазифалар

• Корхонанинг иқтисодий натижаларини омилли таҳлил қилиш асосида ушбу кўрсаткичлар бўйича унинг молиявий ҳолатига баҳо бериш.

• Корхона иқтисодий барқарорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар тизимини аниқлаш ва уларнинг “Корхона йиллик ҳисоботи”да ифодаланишини ўрганиш.

• “Корхона йиллик ҳисоботи” 1-2-3-шакл маълумотлари асосида тавсия қилинган жадвалларни тўлдириш ҳамда жадвал маълумотлари асосида корхонанинг асосий воситаларининг ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичларни ўзгаришига таъсир этувчи омилларни комплекс ва системали тарзда омилли таҳлил қилиш.

Ечиш кетма-кетлиги

1. Корхонада юз берган вазият таҳлил қилинади, муаммо ва уни ечиш кетма-кетлиги, асосий вазифалари билан танишилади.

2. Кейсдаги ҳолатларни ойдинлаштириш: Корхона фаолияти натижаси қандай бўлган ва қандай бўлиши мумкин?

3. Комплекс ва системали тарзда таҳлил қилиш ёрдамида вазиятнинг асосий муаммоси ечилади, баҳоланади, яхшилаш чора-тадбирлари тавсия қилинади.

Амалий вазиятни таҳлил қилиш учун методик кўрсатма

Таҳлил босқичлари	Тавсия ва маслаҳатлар
1. Кейс билан танишиш	1. Кейсни ўқиш жараёнида вазиятни таҳлил қилишга шошилманг. 2. Берилган вазият билан танишинг. Вазиятга таъриф беришга ҳаракат қилинг. 3. Вазиятни таҳлили учун ахборот манбалари билан таъминланганликни аниқланг.
2. Вазиятнинг ташҳиси ва таҳлили	1. Корхона фаолиятида юзага келган ҳолатни ойдинлаштиринг. Вазиятнинг муҳим хусусиятларини, миқдор ва сифат томонларини белгиланг. Уларга асосан корхонанинг ҳақиқатда бўлган ва бўлиши мумкин бўлган ҳолатини аниқланг ҳамда уларни таққосланг. 2. Вазиятни таҳлил қилиш жараёнида муаммо қандай даражада ечилишини белгиланг. Уни ечиш мумкинми?, Қандай натижага эришиш мумкин? 3. Муаммони ечиш жараёнида бўладиган ёки бўлиши мумкин бўлган қийин ҳолатларни кўрсатинг.

3.Муаммоли вазиятнинг ечими бўйича таҳлил вариантларини танлаш ва баҳо бериш	1.Вазиятнинг ечимини ҳал қилинг. Берилган хулосаларни салбий ва ижобий томонларини кўрсатинг ва баҳоланг. Энг яхши вариантни танланг.
--	---

“Корхоналарнинг молиявий-иқтисодий аҳволи мониторинги ва таҳлилини ўтказиш мезонларини аниқлаш тартиби тўғрисида»ги Низомга кўра корхоналар қуйидаги гуруҳларга бўлинади: иқтисодий барқарор корхона, иқтисодий хатарли корхона, иқтисодий ночор корхона: ўз тўлов қобилиятини тиклаш имкониятига эга; ўз тўлов қобилиятини тиклаш имкониятига эга бўлмаган корхоналар.

Юқорида келтирилган хўжалик самарадорлигини баҳолаш усуллари ва кўрсаткичларидан ташқари бугунги кунда амалиётда Иқтисодий ночорлик кўмитаси томонидан ишлаб чиқилган корхоналарнинг иқтисодий ночорлик белгиларини аниқлаш учун мезонлар тизими ҳам қўлланилади. Уларнинг қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- тўлов қобилияти коэффиценти (K_{TK});
- хусусий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти ($K_{ХМ}$);
- Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги ($R_{ИХ}$),
- Активлар рентабеллиги. (R_A):
- хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффиценти ($K_{ХҚ}$);
- Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти:
- Эскириш коэффиценти ($K_{ЭСК}$)
- молиявий мустақиллик коэффиценти ($K_{ФН}$);

Бу кўрсаткичлар бир қарашда маҳсулот ишлаб чиқариш соҳасига, демак, ишлаб чиқариш самарадорлигига алоқаси йўқдай туюлади. Аслида эса айнан улар орқали корхонанинг самарали фаолиятини аниқлаш иқтисодий ва молиявий барқарорлик акс эттирилади. Бундан ташқари, маҳсулотнинг материал сифими, фонд қайтими, меҳнат унумдорлиги ва рентабеллик кўрсаткичлари, ишлаб чиқаришни режалаштириш ва таҳлил қилишда қўлланса, мезонлар тизими ёрдамида эса корхоналар ўзларининг фаолият

юритиш қобилиятини кўрсатади ҳамда турли хил муаммоли вазиятларда хўжалик судларида ўз манфаатларини ҳимоя қилади.

1. Тўлов қобилияти коэффиценти ($K_{тк}$) корxonанинг дебиторлар билан ўз вақтида ҳисоб-китоб қилиш ҳамда тайёр маҳсулот ва бошқа моддий воситаларини сотишнинг қулай шароитларда сотиш орқали баҳоланадиган тўлиқ имкониятларини кўрсатади. У қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$K_{тк} = \frac{\text{Жорий (айланма) активлар}}{\text{Жорий мажбуриятлар}} \cdot \frac{A2}{П2 - ДО}$$

Бу ерда: $A2$ – айланма активлар (ишлаб чиқариш захиралари, тайёр маҳсулот, пул маблағлари, дебиторлик қарзлари ва ҳоказолар);
 $П2$ – мажбуриятлар (қисқа муддатли қарзлар, қисқа муддатли кредитлар, бюджет олдидаги қарзлар, кредиторлик қарзлари ва ҳоказо), бухгалтерия балансининг 770 сатри;

$ДО$ – узоқ муддатли қарз ва кредитлар, бухгалтерия балансининг 490 сатри

Агар **тўлов қобилияти коэффиценти** ҳисобот йилининг охирида 1.25 дан кичик бўлса корхона тўлов қобилиятини йўқотган ҳисобланади

2. Хусусий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти ($K_{хм}$) корxonанинг барқарор ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятини юритиш учун зарур бўлган айланма воситалар мавжудлигини тавсифлайди. Шунингдек у, корхона эгалари ва кредиторлар манфаатларидаги муносабатларни ҳам акс эттиради. Мазкур коэффицент қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$K_{хм} = \frac{(П1 + Дзк2) - A1}{A2}$$

Π_1 – хусусий маблағлар манбалари (Низом жамғармаси, қўшилган капитал, тақсимланмаган фойда ва ҳоказо).

A_1 – узоқ муддатли активлар (асосий воситалар, капитал қўйилмалар, номоддий активлар ва ҳоказо). Дзк2 – узоқ муддатли активларни сотиб олиш учун йўналтирилган узоқ муддатли қарз ва кредитлар, бухгалтерия балансининг 570 ва 580 сатрларидан ҳисобланади.

Ушбу коэффицентнинг минимал қиймати - 0,2.

3. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги (P_{ix}),

$$P_{ix} = \frac{C\Phi}{МИТ}$$

4. Активлар рентабеллиги. (P_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{ЖАйк}$$

Агар 0.05 дан кичик бўлса паст рентабеллик деб ҳисобланади.

5. Хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффиценти ($K_{хк}$) (жорий молиявий мустақиллик коэффиценти) уларнинг шаклланиш манбаларини инобатга олган ҳолда, пул маблағлари билан таъминланганлик даражасини аниқлайди. У қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$K_{хк} = \frac{\Pi_1}{\Pi_2 - ДО}$$

6. Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти:

Q ҳақиқий

$$K_{кф} = \frac{Q_{лойиха.}}{Q_{ишара.} + Q_{консерв.}}$$

7. Эскириш коэффиценти ($K_{эск}$) эскириш суммасининг асосий воситалар бошланғич қийматига нисбати сифатида қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$K_{эск} = \frac{Ав.эс}{Ав.бқ}$$

Рентабеллик кўрсаткичлари барча корхоналар фаолиятининг энг асосий ва якуний кўрсаткичидир.

Корхона фаолиятини таҳлил қилишда фойданинг умумий суммаси билан бирга, у қандай харажатлар эвазига олинаётганлини, маблағлар қандай даражада айланаётганлигини билиш мулкдорлар, шериклар ва кредиторлар учун ўта аҳамиятли ҳисобланади. Шунинг учун корхонанинг молиявий ҳисоботида фойдалилик даражаси ва маблағлар айланишини ифода этувчи куйидаги кўрсаткичлар акс эттирилади:

1. Активлар рентабеллиги. (P_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{ЖАйк}$$

бу ерда: $C\Phi$ – соф фойда;

$ЖАйк$ – корхона жами активларининг ўртача йиллик қиймати.

2. Сотилган маҳсулот рентабеллиги (P_{CM}):

$$P_{CM} = \frac{C\Phi}{CCT}$$

Бу ерда: P_{CM} – сотилган маҳсулот рентабеллиги;

$Я\Phi$ – ялпи фойда;

$C\Phi$ – соф фойда;

CCT – маҳсулот сотишдан соф тушум.

3. Хусусий капитал рентабеллиги (P_{XK}):

$$P_{XK} = \frac{C\Phi}{XK}$$

Бу ерда: $C\Phi$ – соф фойда; XK – хусусий капитал ўртача йиллик қиймати.

4. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги (P_{ix}),

$$P_{ix} = \frac{C\Phi}{МИТ}$$

Бу ерда: $C\Phi$ – соф фойда; $МИТ$ – маҳсулот ишлаб чиқариш таннархи.

5. Асосий воситалар рентабеллиги.

$R = \text{Соф фойда} * 100\% / \text{Асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати}$

6. Айланма (оборот) активлар рентабеллиги.

$R = \text{Соф фойда} * 100\% / \text{Оборот активлар ўртача йиллик қиймати}$

7. Қарз маблағлари рентабеллиги. Ушбу кўрсаткич корхона соф фойдасини қарзга олинган маблағларига нисбати асосида аниқланади. Бу кўрсаткич ҳар бир сўмлик қарз маблағига тўғри келадиган фойда суммасини ифодалайди.

$\text{Соф фойда} * 100\% / \text{Қарз маблағлари жами}$

3. Тўлдириш учун тавсия қилинган жадваллар

9-жадвал

Корхона ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятининг асосий кўрсаткичлари динамикаси

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2017 й.	2018й.	2019й.	2019 й. 2017 й.га нисбатан ўзгариш, %
1. Махсулот ҳажми	Минг сўм	1340528	1921424	2054768	
1. Сотув ҳажми	Минг сум	1340528	1921424	2054768	
2. Ишлаб чиқариш харажатлари	Минг сум	841913	1116421	1251824	
3. Сотишдан олинган ялпи фойда (даромад)	Минг сум	498615	805003	802944	
4. Ходимлар сони	Киши	65	71	76	
5. Асосий фондларнинг бошланғич қиймати	Минг сўм	374506	381618	694427	
6. Асосий воситаларнинг эскириш суммаси	Минг сум	273094	298834	556298	
7. Асосий фондларнинг қолдиқ қиймати	Минг сум	101412	82784	138129	
8. Иш ҳақи фонди	Минг Сум	230490	298370,4	373920	
9. Меҳнат унумдорлиги	Минг сўм	20623	27062	27036	
10. Ўртача иш ҳақи	Сўм	295500	350200	410000	
11. Солиқ тўлагунча фойда	Минг сум	53699	226730	76252	
12. Соф фойда	Минг сум	7762	120500	1374	

13. Ишлаб чиқариш рентабеллиги	%	0,9	10,8	0,1	
14. Корхонанинг умумий маблағлари (барча активлар)	Минг сум	502347	696200	819485	
15. Айланма маблағларнинг ўртача йиллик қиймати, минг сўм	Минг сум	278532	610937	500401	
16. Корхонанинг ўз маблағлари	Минг сум	165250	199250	310657	
17. Асосий воситаларнинг фаол қисми	Минг сум	181458	184732	218965	
18. Ишлаб чиқариш ускуналари суммаси	Минг сум	159549	140921	165233	

10- ж а д в а л

**Иқтисодий ва молиявий барқарорликни ҳисоблаш учун
маълумотлар**

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2017 й.	2018 й.	2019 й.
1. Активларнинг умумий ўртача қиймати	минг сўм	502347	696200	819485
2. Узоқ муддатли активлар	минг сўм	374506	381618	694427
3. Жорий активлар	минг сўм	278532	610937	819485
4. Корхонанинг ўз маблағлари	Минг сум	165250	199250	310657
5. мажбуриятлар (П2)	Минг сум	251300	265800	301205
6. узоқ муддатли қарз ва кредитлар (ДО)	Минг сум	-	-	-
7. узоқ муддатли активларни сотиб олиш учун йўналтирилган узоқ муддатли қарз ва кредитлар (Дзк2)	Минг сум	301500	320600	475800
8. Қлойиха.- максимал, лойиҳавий ишлаб	Минг сум	1450210	2025100	2105700

чиқариш қуввати				
9. Қижара. –ижарага бериб юборилган қувватларга мос келувчи маҳсулот хажми	Минг сум	-	-	-
10. Q консерв. – консервация қилинган қувватларга мос келувчи маҳсулот хажми	Минг сум	-	-	-

11- ж а д в а л

Иқтисодий барқарорлик кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	2017 йилга	2018 йилга	2019 йилга	Ўзгариши (+,-)
1		2	3	4=3-2
1. Тўлов қобилияти коэффиценти				
2. Хусусий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти				
3. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги				
4. Активлар рентабеллиги				
5. Хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффиценти				
6. Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти				
7. Асосий воситаларни эскириш коэффиценти				

12-жадвал

Корхонанинг рентабеллик кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	Хисобот маълумотлари			2019 й.да 2017 й.га нисбатан фарқи,(+,-)
	2017й.	2018й.	2019й.	
1.Активлар рентабеллиги				

2. Сотиш рентабеллиги				
3. Хусусий капитал рентабеллиги				
4. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги				
5. Асосий воситалар рентабеллиги.				
6. Оборот активлар рентабеллиги.				
7. Қарз маблағлари рентабеллиги.				

1. Кейсологнинг жавоб варианти

13-жадвал

Корхона ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятининг асосий курсаткичлари динамикаси

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2017й.	2018й.	2019й.	2019й. 2017 й.га Нисбатан ўзгариш, %
2. Маҳсулот ҳажми	Минг сўм	1340528	1921424	2054768	153
19. Сотув ҳажми	Минг сум	1340528	1921424	2054768	153
20. Ишлаб чиқариш харажатлари	Минг сум	841913	1116421	1251824	148
21. Сотишдан олинган ялпи фойда (даромад)	Минг сум	498615	805003	802944	161
22. Ходимлар сони	Киши	65	71	76	116
23. Асосий фондларнинг бошланғич қиймати	Минг сўм	374506	381618	694427	185
24. Асосий воситаларнинг эскириш суммаси	Минг сум	273094	298834	556298	203
25. Асосий фондларнинг қолдиқ қиймати	Минг сум	101412	82784	138129	136

26. Иш хаки фонди	Минг Сум	230490	298370,4	373920	162
27. Меҳнат унумдорлиги	Минг сўм	20623	27062	27036	131
28. Ўртача иш ҳақи	Сўм	295500	350200	410000	305
29. Солиқ тўлагунча фойда	Минг сум	53699	226730	76252	141
30. Соф фойда	Минг сум	7762	120500	1374	17
31. Ишлаб чиқариш рентабеллиги	%	0,9	10,8	0,1	-
32. Корхонанинг умумий маблағлари(барча активлар)	Минг сум	502347	696200	819485	163
33. Айланма маблағларнинг ўртача йиллик қиймати, минг сўм	Минг сум	278532	610937	500401	179
34. Корхонанинг ўз маблағлари	Минг сум	165250	199250	310657	187
35. Асосий воситаларнинг фаол қисми	Минг сум	181458	184732	218965	120
36. Ишлаб чиқариш ускуналари суммаси	Минг сум	159549	140921	165233	103

Корхона охириги уч йиллик фаолияти давомида (13-жадвал) маҳсулот ишлаб чиқариш ўсиш тенденциясига эга бўлиб, 2019 йилга келиб 153%га ортган. Ишлаб чиқариш ҳаражатлари маҳсулот хажми га мос равишда ортиб борган ва таҳлил даврининг охирида 2017 йилга нисбатан 148% га ортган. Корхонанинг ходимлари сони ҳам ортиб борган таҳлил даврининг бошида 65 кишидан 2013 йили 76 кишигача ортган. Корхонанинг асосий воситалари ҳам таҳлил даври давомида ошиб борган ва 2019 йили 2017 йилига нисбатан 185%ни ташкил этган. Лекин асосий воситаларнинг эскириши ҳам тез суръатларда ўсиб борган ва уч йил давомида икки баробарни ташкил этган.

Корхонанинг иш ҳақи фонди ва ўртача иш ҳақи қиймати ошиб борган, бу корхонада кучли ижтимоий сиёсат олиб борилаётганлигига ишорадир.

Корхона соф фойдаси 2017 йилда 7762 минг сўмни ташкил этган, бунда кичик сумма бўлишига сабаб асосий фаолиятнинг бошқа жараёнлари бўйича харажатлар ва солиқ ҳамда бошқа тўловлар бўйича ажратмалар кўп бўлган. 2018 йилга келиб маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотиш хажмининг ортиши, ортиқча харажатларнинг камайтирилиши оқибатида фойда 120500 минг сўмга чиққан, шунга кўра рентабеллик ҳам кескин ортиб 10.8% ни ташкил этган. 2019 йилда соф фойда кредитларни қайтариш ҳисобига камайиб 1374 минг сўмга тушиб қолган, рентабеллик эса 0.1%ни ташкил этган.

3.1. “MUHAMMAD QODIR SHOH” хусусий корхонаси иқтисодий барқарорлиги кўрсаткичлари ва уни яхшилаш йўналишлари

14- ж а д в а л

Иқтисодий ва молиявий барқарорликни ҳисоблаш учун маълумотлар

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2017 й.	2018 й.	2019 й.
1. Активларнинг умумий ўртача қиймати	минг сўм	502347	696200	819485
2. Узоқ муддатли активлар	минг сўм	374506	381618	694427
3. Жорий активлар	минг сўм	278532	610937	819485
4. Корхонанинг ўз маблағлари	Минг сум	165250	199250	310657
5. мажбуриятлар (П2)	Минг сум	251300	265800	301205
6. узоқ муддатли қарз ва кредитлар (ДО)	Минг сум	-	-	-
7. узоқ муддатли активларни сотиб олиш учун йўналтирилган узоқ муддатли қарз ва	Минг сум	301500	320600	475800

кредитлар (Дзк2)				
8. Қлойиҳа.- максимал, лойиҳавий ишлаб чиқариш қуввати	Минг сум	1450210	2025100	2105700
9. Қижара. –ижарага бериб юборилган қувватларга мос келувчи маҳсулот хажми	Минг сум	-	-	-
10. Қ консерв. – консервация қилинган қувватларга мос келувчи маҳсулот хажми	Минг сум	-	-	-

Манба: Корхона маълумотлари асисида муаллиф томонидан тузилди.

1. Тўлов қобилияти коэффиценти ($K_{\text{тк}}$) корхонанинг дебиторлар билан ўз вақтида ҳисоб-китоб қилиш ҳамда тайёр маҳсулот ва бошқа моддий воситаларини сотишнинг қулай шароитларда сотиш орқали баҳоланадиган тўлиқ имкониятларини кўрсатади. У қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$K_{\text{тк}} = \frac{\text{Жорий (айланма) активлар}}{\text{Жорий мажбуриятлар}} = \frac{A2}{\text{П2 - ДО}}$$

Агар тўлов қобилияти коэффиценти ҳисобот йилининг охирида 1.25 дан кичик бўлса корхона тўлов қобилиятини йўқотган ҳисобланади

$$2011 \text{ й. } 278532 / 251300 = 1.10$$

$$2012 \text{ й. } 610937 / 265800 = 2.29$$

$$2013 \text{ й. } 819485 / 301205 = 2.72$$

2. Хусусий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти ($K_{\text{хм}}$) корхонанинг барқарор ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятини юритиш учун зарур бўлган айланма воситалар мавжудлигини тавсифлайди. Шунингдек у, корхона эгалари ва кредиторлар

манфаатларидаги муносабатларни ҳам акс эттиради. Мазкур коэффициент куйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$K_{xM} = \frac{(П_1 + Дзк2) - A_1}{A_2}$$

$П_1$ – хусусий маблағлар манбалари (Низом жамғармаси, қўшилган капитал, тақсимланмаган фойда ва ҳоказо).

A_1 – узоқ муддатли активлар (асосий воситалар, капитал қўйилмалар, номоддий активлар ва ҳоказо).

$Дзк2$ – узоқ муддатли активларни сотиб олиш учун йўналтирилган узоқ муддатли қарз ва кредитлар, бухгалтерия балансининг 570 ва 580 сатрларидан ҳисобланади.

Ушбу коэффициентнинг минимал қиймати - 0,2.

$$2011 \text{ й. } (165250+301500-374506) / 278532 = 92244 / 278532 = 0.33$$

$$2012 \text{ й. } (199250+320600 - 381618) / 610937 = 138232 / 610937 = 0.22$$

$$2013 \text{ й. } (310657 + 475800 - 694427) / 819485 = 92030 / 819485 = 0.11$$

3. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги (P_{ix}),

$$P_{ix} = \frac{C\Phi}{МИТ}$$

$$2011 \text{ йилда } P_{ix} = 7762 / 841913 = 0.009$$

$$2012 \text{ йилда } P_{ix} = 120500 / 1116421 = 0.10$$

$$2013 \text{ йилда } P_{ix} = 1374 / 1251824 = 0.001$$

4. Активлар рентабеллиги. (P_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{ЖАйк}$$

Агар 0.05 дан кичик бўлса паст рентабеллик деб ҳисобланади.

$$2011 \text{ йилда } P_a = 7762 / 502347 = 0.015$$

$$2012 \text{ йилда } P_a = 120500 / 696200 = 0.17$$

$$2013 \text{ йилда } P_a = 1374 / 819485 = 0.0016$$

5. Хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффиценти ($K_{хк}$) (жорий молиявий мустақиллик коэффиценти) уларнинг шаклланиш манбаларини инобатга олган ҳолда, пул маблағлари билан таъминланганлик даражасини аниқлайди. У қуйидаги формула асосида ҳисобланади:

$$K_{хк} = \frac{\text{П1}}{\text{П2} - \text{ДО}}$$

$$2011 \text{ й. } 165250 / (251300 - 0) = 0.65$$

$$2012 \text{ й. } 199250 / (265800 - 0) = 0.74$$

$$2013 \text{ й. } 310657 / (301205 - 0) = 1.03$$

6. Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти:

Q ҳақиқий

$$K_{кф} = \frac{\text{Q}_{\text{лойиха}} - (\text{Q}_{\text{ижара}} + \text{Q}_{\text{консерв}})}{\text{Q}_{\text{ҳақиқий}}}$$

$$2011 \text{ й. } 1340528 / (1450210 - 0) = 0.92$$

$$2012 \text{ й. } 1921424 / (2025100 - 0) = 0.94$$

$$2013 \text{ й. } 2054768 / (2105700 - 0) = 0.97$$

7. Эскириш коэффиценти ($K_{эск}$) эскириш суммасининг асосий воситалар бошланғич қийматиغا нисбати сифатида қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$K_{эск} = \text{Ав.эс} / \text{Ав.бқ}$$

$$2011 \text{ йил } 273094 / 374506 = 0.72$$

$$2012 \text{ йил } 298834 / 381618 = 0.78$$

$$2013 \text{ йил } 556298 / 694427 = 0.8$$

15- ж а д в а л

Иқтисодий барқарорлик кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	2017 йилга	2018 йилга	2019 йилга	Ўзгариши (+,-)
	1	2	3	4=3-2
1. Тўлов қобилияти коэффиценти	1.10	2.29	2.72	+1.62
2. Хусусий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти	0.33	0.22	0.11	-0.22

3. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги	0.009	0.10	0.001	-0.008
4. Активлар рентабеллиги	0.015	0.17	0.0016	-0,0134
5. Хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффиценти	0.65	0.74	1.03	+0.38
6. Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти	0.92	0.94	0.97	+0.05
7. Асосий воситаларни эскириш коэффиценти	0.72	0.78	0.8	+0.08

Манба: Корхона маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилди.

Юқоридаги жадвал маълумотларига кўра, корхонанинг иқтисодий барқарорлик ҳолатига тўғри баҳо бериш учун бухгалтерия балансига асосланган ҳолда коэффицентлардан фойдаланамиз. Шунга кўра, Тўлов қобилияти коэффиценти 2017 йилга нисбатан 1.62 коэффицентга ўсган. 2017 йилдан ташқари ҳар бир йил учун тўлов қобилияти коэффиценти ҳисобот йилининг охирида меъердаги 1.25 дан юқори бўлган. Хусусий айланма маблағлар билан таъминланганлик коэффиценти давр охирида - 0.22 пунктга камайган, бу ўз навбатида белгиланган меъёрдан, яъни бирдан анча кам. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги ҳам меъердаги 0.05дан 2017 ва 2019 йиллари кам бўлган.

Даврнинг 2018 йили давомида 10% бўлган. Активлар рентабеллиги давр охирида 2017 йилга нисбатан камайган бўлиб, 2018 йили меъёрда бўлган. Хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффиценти 2019 йили давр бошидан +0,38 пунктга ортган. Хусусий ва қарзга олинган маблағлар нисбати коэффицентининг қиймати давр охирида 2019 йил бирдан юқори бўлган, бу корхонада молиявий хавф хатар (риск) мавжуд эмаслигининг аломатидир. Ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш коэффиценти ҳар йили 0.5 дан юқори бўлган. Корхонада ишлаб чиқариш қувватидан фойдаланиш юқори даражада деб қабул қилиш мумкин. Асосий воситаларни эскириш коэффиценти 0.5 дан юқори бўлган, яъни меъёрлар даражасида эмасдир.

Мазкур коэффицентларнинг бундай тартибда ўзгариши корхонанинг молиявий ҳолатини жорий 2019 йилдаа нисбатан 2017 йилда бирмунча нотекис ўзгариб бораётганлигидан далолат беради. Умуман олганда корхона

маълумотлари асосида унинг иқтисодий барқарорлик коэффициентлари ўрганилганда, ушбу коэффициентларнинг ўзгариши ижобий бўлмаган.

3.2. Корхона фаолияти рентабеллик даражаси

Рентабеллик кўрсаткичлари барча корхоналар фаолиятининг энг асосий ва якуний кўрсаткичидир. Корхона фаолиятини таҳлил қилишда фойданинг умумий суммаси билан бирга, у қандай харажатлар эвазига олинаётганлини, маблағлар қандай даражада айланаётганлигини билиш мулкдорлар, шериклар ва кредиторлар учун ўта аҳамиятли ҳисобланади. Шунинг учун корхонанинг молиявий ҳисоботида фойдалилик даражаси ва маблағлар айланишини ифода этувчи қуйидаги кўрсаткичлар акс эттирилади:

1. Активлар рентабеллиги. (P_a):

$$P_a = \frac{C\Phi}{ЖАйк} * 100$$

бу ерда: $C\Phi$ – соф фойда;

$ЖАйк$ – корхона жами активларининг ўртача йиллик қиймати.

$$2017 \text{ йилда } P_a = 7762 / 502347 = 0.015$$

$$2018 \text{ йилда } P_a = 120500 / 696200 = 0.17$$

$$2019 \text{ йилда } P_a = 1374 / 819485 = 0.0016$$

2. Сотилган маҳсулот рентабеллиги (P_{CM}):

$$P_{CM} = \frac{Я\Phi}{CCT}$$

ёки

$$P_{CM} = \frac{C\Phi}{CCT}$$

Бу ерда: P_{CM} – сотилган маҳсулот рентабеллиги;

$Я\Phi$ – ялпи фойда;

$C\Phi$ – соф фойда;

CCT – маҳсулот сотишдан соф тушум.

$$2017 \text{ йилда } P_{CM} = 7762 * 100 / 1340528 = 0.57 \%$$

$$2018 \text{ йилда } P_{CM} = 120500 * 100 / 1921424 = 6.3 \%$$

$$2019 \text{ йилда } P_{CM} = 1374 * 100 / 2054768 = 0.07 \%$$

3. Хусусий капитал рентабеллиги ($P_{хк}$):

$$P_{хк} = \frac{C\Phi}{ХК}$$

Бу ерда: $C\Phi$ – соф фойда;

$ХК$ – хусусий капитал ўртача йиллик қиймати.

2017 йилда $P_{хк} = 7762 * 100 / 165250 = 4.69 \%$

2018 йилда $P_{хк} = 120500 * 100 / 199250 = 60\%$

2019 йилда $P_{хк} = 1374 * 100 / 310657 = 0.44 \%$

4. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги ($P_{их}$),

$$P_{их} = \frac{C\Phi}{МИТ}$$

Бу ерда:

$C\Phi$ – соф фойда;

$МИТ$ – маҳсулот ишлаб чиқариш таннари.

2017 йилда $P_{их} = 7762 / 841913 = 0.009$

2018 йилда $P_{их} = 120500 / 1116421 = 0.10$

2019 йилда $P_{их} = 1374 / 1251824 = 0.001$

5. Асосий воситалар рентабеллиги.

$P = \text{Соф фойда} * 100\% / \text{Асосий воситаларнинг ўртача йиллик қиймати}$

2017 йил $7762 * 100 / 374506 = 2\%$

2018 йил $120500 * 100 / 381618 = 31\%$

2019 йил $1374 * 100 / 694427 = 0.1\%$

6. Айланма (оборот) активлар рентабеллиги.

$P = \text{Соф фойда} * 100\% / \text{Оборот активлар ўртача йиллик қиймати}$

2017й. $7762 * 100 / 278532 = 2.8\%$

2018й. $120500 * 100 / 610937 = 19\%$

2019й $1374 * 100 / 500401 = 2.7\%$

7. Қарз маблағлари рентабеллиги. Ушбу кўрсаткич корхона соф фойдасини қарзга олинган маблағларига нисбати асосида аниқланади. Бу кўрсаткич ҳар бир сўмлик қарз маблағига тўғри келадиган фойда суммасини ифодалайди.

Соф фойда*100% / Қарз маблағлари жами

$$2017 \text{ йил } 7762 * 100 / 251300 = 3.1 \%$$

$$2018 \text{ йил } 120500 * 100 / 265800 = 45 \%$$

$$2019 \text{ йил } 1374 * 100 / 301205 = 0.45 \%$$

Таҳлил корхонанинг молиявий ҳисоблари асосида охириги уч йилдаги молиявий кўрсаткичлардан фойдаланган ҳолда амалга оширилади (15-жадвал).

«MUHAMMAD QODIR SHOH» хусусий корхонаси нинг рентабеллик кўрсаткичлари, уларнинг турлари ва таъсир этувчи омиллар таҳлили (16-жадвал) маълумотларидан кўринадикки, биз таҳлил қилаётган «MUHAMMAD QODIR SHOH» хусусий корхонаси да 2019 йилда ўтган йилларга нисбатан барча рентабеллик турлари бўйича камайиш кузатилган.

Бу шундан далолат бермоқдаки, 2019 йилда корхонанинг самарадорлиги тушиб бораётганлигидан ҳамда унинг молиявий ҳолати ёмонлашаётганлигидан далолатдир. Маълумотлардан кўринадикки, 2019 йилда маҳсулот (иш, хизмат)ларни сотишдан олинган соф тушум миқдори бироз ортган бўлса, бунга мос равишда маҳсулотларнинг ишлаб чиқариш таннари ҳам ортган, бошқа турдаги активлар эса ўсган. Соф фойда миқдори эса олдинги йилларга нисбатан 2019 йилда кнскин камайган. Натижада аксарият рентабеллик кўрсаткичларида камайиш тенденцияси ҳосил бўлган.

Корхонанинг рентабеллик кўрсаткичлари таҳлили

Кўрсаткичлар	Ҳисобот маълумотлари			2019й.да 2017й.га нисбатан фарқи,(+,-)
	2017й.	2018й.	2019й.	
1.Активлар рентабеллиги	0.015	0.17	0.0016	-0,0134
2. Сотиш рентабеллиги	0.57	6.3	0.07	-0.5
3.Хусусий капитал рентабеллиги	4.69	60	0.44	-4,25
4. Маҳсулот ишлаб чиқариш харажатлари рентабеллиги	0.009	0.10	0.001	-0.008
5. Асосий воситалар рентабеллиги.	2	31	0.1	-1.9
6. Оборот активлар рентабеллиги.	2.8	19	2.7	-0.1
7. Қарз маблағлари рентабеллиги.	3.1	45	0.45	-2,65

Манба: корхона йиллик ҳисоботлари асосида муаллиф томонидан тузилди.

Маҳсулотлар сотишдан олинган соф тушум ҳажми товарлар сифати, миқдори, шартнома ва бозордаги баҳоларнинг ўзгаришлари билангина боғлиқ бўлиб қолмасдан, сотиш учун мўлжалланган товарларнинг туриб қолишидан сифатининг бузилиши, ишлаб чиқаришдаги браклар ҳажмига ҳам боғлиқдир. Ишлаб чиқариш жараёнидаги технологик ўзгаришлар эвазига, бажарувчиларнинг лаёқатсизлиги ва масъулиятсизлиги туфайли йўл қўйилган камчиликлар таъсирида товарлар сифатининг пасайиши ва брак маҳсулотлар пайдо бўлишига сабаб бўлади.

VI. ГЛОССАРИЙ

Иборалар	Ўзбек тилидаги изоҳи
Almashtirish samarasi	ish haqini ortishi natijasida bo`sh vaqtning qisqarishi.
Alternativ xarajatlar (opportunity cost)	tanlashda voz kechilgan eng yaxshi alternativ variantdan olinadigan natija (qiymat, foyda, naflik).
Alternativ qiymat (foydalanilmagan imkoniyat deb ham qaraladi)	biror ne`mat qiymatini voz kechilgan boshqa bir nechta ne`mat qiymati bilan ifodalanishi.
Amortizasiya	bosqichma-bosqich asosiy kapital qiymatining ma`lum bir qismini ishlab chiqariladigan mahsulot qiymatiga o`tkazish yo`li bilan uni qoplash.
Asimmetrik axborot	bu shunday holatki, bunda bozorda bo`ladigan savdo-sotiqda bozor qatnashchilaridan bir qismi kerakli, muhim axborotga ega bo`lgan qism ega emas.
Auksion	tovarni oldi-sotdisini tashkil qilish usullaridan biri bo`lib unda transaksiya xarajatlari real vaqt rejimida o`tadi.
Bertran muvozanati (Bertrand equilibrium)	bozor duopolik bo`lganda firmalar tovar narxini tushirish va mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirish orqali bir biri bilan raqobatlashadi. 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) kombinasiyalarini ifodalovchi egri chiziq (bu yerda bo`sh vaqt va ish vaqti 0 dan 24 soatgacha qiymat qabul qiladi va har bir ish vaqti ma`lum daromadni, ish haqini ifodalaydi).
Bozor muvozanati	bozorda taklif miqdorini talab miqdoriga teng bo`lgan hol, taklif chizig`i bilan talab chizig`i kesishgan nuqtaga muvozanat nuqta deyiladi.
Byudjet	iste`molchining ma`lum vaqt oralig`ida oladigan barcha daromadlari yig`indisi.
Byudjet chegarasi (budget constraint)	“umumiy vaqt – daromad” koordinatalariga ega bo`lgan to`g`ri chiziq bo`lib, uning yotqlik
Yer narxi	cheklanmagan vaqt davomida yerdan olingan barcha daromadlar yig`indisining keltirilgan (boshlang`ich

	yilga) qiymati.
Ijara haqi (to`lovi)	yerdan foydalanuvchi tomonidan bir yilda yer egasiga to`lanadigan pul miqdori.
Izokvanta	bir xil hajmda mahsulot ishlab chiqarishni ta`minlovchi omillar sarflari kombinasiyalarini ifodalovchi egri chiziq.
Izokosta	yig`indisi bir xil yalpi xarajatga teng bo`lgan resurslar sarflari kombinasiyalarini ifodalovchi chiziq.
Iqtisodiy ne`mat	ehtiyojni qondirish vositasi.
Iqtisodiy renta	resursni sotilishi mumkin bo`lgan narx bilan muvozanat narx ayirmasiga teng. Noyob, cheklangan resur va ishchining yuqori malakasi uchun to`lanadigan qo`shimcha to`lov
Iqtisodiy o`shish	ishlab chiqarishda foydalaniladigan resurslar miqdorini oshirish yoki texnologiyani takomillashtirish orqali jamiyatning ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish.
Investision loyihani oqlash muddati	joriy foydalar yi?indisini investisiya qiymatiga teng bo`lishini ta`minlovchi minimal vaqt oralig`i.
Investisiyalash	asosiy kapitalni to`ldirish va o`stirish uchun vapital qo`yish jarayoni.
Investisiyani ichki oqlash normasi	investision loyiha samaradorligi ko`rsatkichi. Investisiyani qiymati bilan kelajakda olinadigan sof foydaning diskontirlangan qiymati yig`indisini nolga aylantiruvchi ichki qaytim normasi.
Inson kapitali nazariyasi	inson kapitaliga investisiya qo`yish natijasida ish haqining har xil darajada bo`lishi sabablarini tushuntirib beruvchi nazariya.
Inson kapitaliga investisiya (human capital investment)	insonning qobiliyatini, malakasini, ishchining mehnat unumdorligini oshirishga olib keladigan har qanday harakat (shu bilan birga bilim olishiga, sog`liqini tiklashga sarflar).
Institutlar	iqtisodiy sub`ektlar harakatini cheklovchi, ularning o`zaro munosabatlarini tartibga soluvchi me`yorlar, qoidalar hamda ushbu me`yor va qoidalarni bajarilishini nazorat qilish mexanizmlari.
Iste`molchi ortiqchaligi (yutug`i)	iste`molchi tovarlar uchun to`lashi mumkin bo`lgan narxlar bilan tovarlarga bozorda haqiqiy to`langan narxlar ayirmalarining yig`indisi.
Ish haqi (wage rate)	foydalanilgan mehnat uchun berilgan pul miqdori yoki narx.
Ishlab chiqarish (production)	ishlab chiqarish omillaridan foydalangan holda mahsulot yaratish jarayonini yoki ishlab chiqarish omillarini tayyor mahsulotga aylantirish jarayoni.

Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig`i	mavjud bo`lgan ishlab chiqarish resurslaridan to`liq va samarali foydalanish orqali ishlab chiqariladigan tovarlar kombinasiyasini ifodalovchi chiziq.
Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig`i	mavjud texnologiyada kapital va mehnatdan to`liq foydalangan holda ikkita tovar kombinasiyalarini maksimal darajada ishlab chiqarishni ifodalaydigan chiziq.
Ishlab chiqarish omillari	cheklangan bo`lib, ularga mehnat (labour), kapital (kapital), materiallar (xomashyo, butlovchi qismlar, elektr energiyasi, gaz, suv va boshq.), yer (land) kiradi.
Ishlab chiqarish funksiyasi	ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan shu mahsulotni ishlab chiqarishdagi sarflangan ishlab chiqarish omillari miqdori o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalovchi funksiya.
Ishlab chiqarish shartnomalari chizig`i	resurslarni Pareto samarali joylashtirish chizig`i bo`lib, bunda quyidagi shart bajariladi: ishlab chiqaruvchi muvozanati yoki maksimal mahsulot ishlab chiqarish uchun optimal sarflanadigan mehnat va kapital miqdorini aniqlash sharti - ishlab chiqarishning shunday holatiki bunda har qanday omil uchun sarflangan bir birlik pul miqdori bir xil miqdordagi mahsulot ishlab chiqarishni ta`minlaydi.
Ishlab chiqaruvchi ortiqchaligi (yutug`i)	tovarlarnig haqiqiy narxlaridan chekli (bir birlik qo`shimcha tovar ishlab chiqarishga ketgan) xarajatlarni ayirmalari yig`indisiga teng.
Ishchining nafliligini maksimallashtirish sharti (utility maximization rule)	bo`sh vaqtni daromad bilan chekli almashtirish normasini ish haqiga tengligi.
Kapital	uzoq muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish uchun foydalaniladigan resurs. Kapitalni mehnat bilan chekli texnologik almashtirish normasi ikkala ishlab chiqariladigan A va B tovarlar uchun bir xil bo`lib, ular mehnat narxini kapital narxi nisbatiga teng.
Kasaba uyushmasi	bu ishchilar uyushmasi bo`lib, u o`zining a`zolari nomidan va 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 harash mumkin).
Kurno muvozanati	duopolik bozorda har bir firma mustaqil ravishda shunday optimal ishlab chiqarish hajmini tanlaydiki ushbu mahsulot hajmi ikkinchi firmani qanoatlantiradi. Kurno muvozanati firmalarning aks ta'sir qiluvchi funksiyalari grafiklarining kesishish nuqtasida vujudga keladi.
Lorens chizig'i	biror bir ko'rsatkichni taqsimlanish darajasini ifodalovchi egri chiziq. Bu amerikalik olim Maks Otto Lorens (1876-1944) tomonidan aholi daromadlarining taqsimlanishini narxlash uchun ishlab chiqilgan. Aholidan daromad solig'i olinib, ularga transfert berilgandan keyin Lorens chizig'ining botiqligi kamayadi.
Masshtab samarasi	bu ishlab chiqarish masshtabining kengayishi surati bilan mahsulot ishlab chiqarishni o'sish surati o'rtasidagi bog'liqlikni ifodalaydi. Ishlab chiqarishda foydalaniladigan omillar miqdoriga ishlab chiqarish masshtabi deyiladi.
Ma'naviy tavakkalchilik	yo'qotishlar sug'urta kompaniyasi tomonidan to'liq qoplanishiga ishonch hosil qilgan holda vujudga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar ehtimolini ongli ravishda oshirib ko'rsatishga intiluvchi shaxsning hatti-harakati.
Mehnat bozorida monopsoniya	bu mukammallashtirilgan raqobatdagi mehnat bozorining alohida bir chetki ko'rinishi bo'lib, bunda biror kichik shahardagi yagona firma mahalliy aholining ko'p qismini ish bilan ta'minlaydi.
Mehnatni chekli mahsuloti	boshqa ishlab omillari sarfi o'zgarmaganda bir birlik qo'shimcha mehnat sarfi hisobidan ishlab chiqarilgan qo'shimcha mahsulot.
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.
Muvozanat narx	talab bilan taklifni tenglashtiruvchi narx. Muvozanat narxga to'g'ri keladigan tovar miqdoriga muvozanat mahsulot miqdori deyiladi.

Mukammal raqobatlashgan bozor	agar bozor quyidagi xususiyatlarga ega bo`lsa: bozor sub`ektlar tovar narxiga tasir qila olmaydi; firmalarni bozorga kirish va chiqishi erkinligi; sotuvchilar birgalikda xarakat qilmaydi; bozor tugrisidagi barcha axborotlar bilan bozor sub`ektlari tanish.
Narx	bir birlik tovarni sotib olish uchun to`lanadigan pul miqdori.
Naflik	iqtisodiy ne`matlarni, shaxs ehtiyojini qondirish darajasi. Ne`mat inson ehtiyojini qancha to`laroq qondirsa, uning nafli shuncha yuqori bo`ladi.
Naflik funksiyasi	iste`mol qilingan ne`matlar miqdorini o`zgarishi natijasida olinadigan naf.
Noaniqlik	axborotlar yetarli, to`liq bo`lmaganda qabul qilingan harorlarda noaniqlik vujudga keladi. Noaniqlik sharoitida qabul qilingan harorlar natijasida tavakkalchilik vujudga keladi.
Nokooperativ o`yin	bu o`yinda hatnashchilar mustaqil ravishda haror qabul qiladi (iqtisodiyotda misol sifatida oligopolik bozorda harakat qiluvchi firmalar o`rtasidagi "narxlar jangini" keltirish mumkin).
Nol sum yutuqqa ega bo`lgan o`yin (zero sum game)	o`yinda bir kishining yutuqi boshqa o`yinchilarning yutqazgan summalari yiqindisiga teng.
Nolga teng bo`lmagan sumga ega bo`lgan o`yin (non zero sum game)	bu uyinda bir guruq o`yinchilar yo yutadi yoki boy beradi.
Nominal ish xaqi (nominal wage rate)	yollanma ishchi tomonidan olingan pul miqdori.
Noratsional talab	bu rejalashtirilmagai talab bo`lib, shaxsning xozirgi qoqishini, kayfiyatini, injiqligini uchratishi bilan vujudga keladigan vaqtinchalik talab.
Nofunksional talab	tovarni sifati bilan bog`liq bo`lmagan omillarga asoslangan talab.
Ob`ektiv (matemati) ehtimol	voqea va hodisalar jarayonida takrorlanishlarni hisob-kitob qilishga asoslangan.
Oliy kategoriyali tovar	daromad oshganda talab oshib ketadigan tovarlar.
Pareto optimum (Pareto samaradorlik)	ne`matlarni shunday ta`simlanishiki, bunda biror kishining turmush farovonligini pasaytirmasdan boshqa kishining turmush farovonligini oshirib

		bo`lmaydi.
Real ish haqi (real wage rate)		olingan pul mablag`i hisobidan sotib olinishi mumkin bo`lgan tovarlar va xizmatlar miqdorini ifodalovchi ish haqining sotib olish imkoniyati.
Real foiz stavkasi		inflyasiyadan tozalangan foiz stavkasi
Renta		taklifi qat`iy cheklangan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.
Resurslarga xarajat	chekli	qo`shimchabir birlik resurs sotib olish uchun sarflangan qo`shimcha xarajat.
Resursning daromadliligi	chekli yoki	resursdan qo`shimcha bir birlik foydalanish natijasida olingan qo`shimcha mahsulotni sotishdan tushgan qo`shimcha daromad.
resursning ifodalangan mahsuloti	pulda chekli	
Sof diskontirlangan (keltirilgan) (NPV)	qiymat	bu kelajakda olinadigan sof daromadning diskontirlangan qiymatidan diskontirlangan investisiya ayirmasi.
Sof iqtisodiy renta (pure economic rent)		narx bo`yicha absolyut elastik bo`lmagan taklifga ega bo`lgan resurs egasi tomonidan olinadigan daromad.
Ssuda foizi		kapital egasiga uni kapitalidan foydalangani uchun iqtisodiy sub`ekt tomonidan to`lanadigan narx.
Standart kvadratik) chetlanish	(o`rta	dispersiyadan olingan kvadrat ildiz/
Tavakkalchilik (risk)		qo`yilgan maqsadga erishidagi yo`qotishlar.
Tavakkalchilikka befarq harovchi shaxs		kutiladigan daromadda u kafolatlangan daromad bilan tavakkal daromaddan qaysi birini tanlashga befarq haraydigan shaxs.
Tavakkalchilikka harshi inson (zist orvezse person)		kutilgan daromadga nisbatan kafolatlangan daromadni ustun ko`radigan inson.
Tavakkalchilikka moyillik (zist prefeped)		kutiladigan daromadda kafolatlangan natijaga ko`ra ko`proq tavakadchilik bilan bog`liq bo`lgan natijani ustun ko`radigan shaxs.
Tavakkalchiliklarni qo`shish		ushbu usul tasodifiy yo`qotishlarni o`zgarmas xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga haratilgan (mulkni sug`urtalash).
Tavakkalchilikni taqsimlash		ushbu usulga ko`ra zarar ko`rish ehtimoli bilan bog`liq bo`lgan tavakkalchilik qatnashuvchi sub`ektlar o`rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir sub`ektning kutiladigan zarari nisbatan kichik bo`ladi. Yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni tavakkalchilikdan qo`rqmasdan moliyalashtiradi.

Boshharuv axboroti	biror ob`ekt to`g`risida va unda bo`layotgan jarayonlar to`g`risidagi ma`lumotlar.
Taklif	bu ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar tomonidan berilgan narxlarda sotilishi mumkin bo`lgan tovarlar miqdori.
Taklif qonuni	to`g`ridan-to`g`ri narx o`zgarishi bilan bog`liq holda taklifning o`zgarishi.
Taklif funksiyasi (supply function)	taklifga ta`sir qiluvchi omillar miqdori bilan taklif miqdori urtasidagi bog`liqlikni ifodalaydi.
Taklif chizig`i (supply curve)	tovar narxi bilan taklif qilinadigan ushbu tovar, miqdori o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalovchi egri chiziq.
Talab (demand)	berilgan narxlarda xaridorlar tomonidan sotib olinishi mumkin bo`lgan tovarlar miqdori.
Talab qonuni	narxdan boshqa omillar o`zgarmaganda talab miqdori bilan narx o`rtasidagi bog`liqlik.
Talab funksiyasi (demand function)	talabga ta`sir diluvchi omillar miqdori bilan talab miqdori o`rtasidagi bog`liqlikni ifodalaydi.
Talab chiziqi (demand curve)	tovar narxi bilan sotib olinadigan ushbu tovar miqdori o`rtasida bog`liqlikni ifodalovchi egri chiziq.
Transaksion xarajatlar (transaction costs)	bozorda tovarlarni sotishda egalik xuquqini aniqlash va uni berish bilan bog`liq xarajatlar.
To`ldiruvchi tovarlar (complementary goods)	birgalikda, komplektlarda iste`mol qilinadigan tovarlar.
To`lov funksiyasi	o`yin natijasi bo`lib o`yinchining yutug`ini yoki yo`qotishini bildiradi.
Umumiy mahsulot (total product, TR)	ishlab chiqarish omili sarfiga tug`ri keladigan mahsulot miqdori.
Umumiy muvozanatlik	barcha bozorlarning o`zaro bir-biriga ta`siri natijasida o`rnatiladigan muvozanatlik. Barcha bozorlarni muvozanat holatda bo`lishi. Bunda biror bozorda muvozanatlik buzulsa boshqa bozorlarda ham muvozanatlik buziladi.
Umumiy naflik (total utility)	iste`mol qilingan ne`matlardan olingan jami naflik.
O`yin	oldindan belgilangan qoidalar asosida iqtisodiy sub`ektlar o`rtasidagi o`zaro munosabatlar (harorlar qabul qilish).
O`yinlar nazariyasi	fan yo`nalishi bo`lib u o`yin qatnashuvchilarining vaziyat bo`yicha harakat qilish va haror qabul

	qilishni matematik usullar yordamida o`rganadi.
O`rindosh tovarlar (substitution goods)	iste`mol qilishda bir-birini o`rnini 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. Firma (firm) - jismoniy yoki yuridik shaxs sifatida mahsulot ishlab chiqarish va sotish bilan shug`ullanuvchi iqtisodiy sub`ekt.
Firmaning bozordagi strategik harakati	bunda firma o`zining harakatini raqobatlashuvchi firmaning harakatiga ko`ra ishlab chiqadi.
Foiz stavkasi	nominal foiz stavkasi inflyasiyani hisobga olmagandagi joriy kursdagi foiz stavkasi.
Foyda (buxgalteriya)	mahsulotni sotishdan tushgan tushumdan ushbu mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun ketgan yalpi xarajatni (tashqi xarajatni) ayirilganiga teng.
Maksimal foyda olish sharti	$MR=MC$ - raqobatlashgan bozorda maksimal foyda olish sharti $MC=P$, raqobatlashuvchi firmaning zararsiz ishlash nuqtasini ifodalovchi shart.
Fyuchersh	hozirgi narxlarda ma`lum miqdordagi tovarni kelajakda ma`lum kunda yetkazib berish uchun tuzilgan muddatli shartnoma. Tavakkalchilik bilan bog`liq bo`lmagan aktivlar - aktiv tomonidan tushadigan pullar miqdor oldindan belgilangan miqdorda bo`lishi.
Xarajatlari	mahsulot ishlab chiqarish uchun qilingan sarflar.
Chekli mahsulot (marginal product, MR)	boshqa omillar sarfi o`zgarmaganda bir birlik biror omildan qo`shimcha foydalanish hisobidan ishlab chiqarilgan qo`shimcha mahsulot.
Chekli naflik (marginal utility)	oxirgi yoki navbatdagi birlik ne`matni iste`mol qilishdan olinadigan naflik.
Chekli texnologik almashtirish normasi (marginal rate of technological substitution, $MRTS_{xy}$)	ishlab chiqarish xajmi o`zgarmaganda bir birlik X omilini necha birlik Y omil bilan almashtirish mumkinligini ko`rsatadi.
Chekli transformatsiya 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.
Shartnomalar chizig`i	- ikki iste`molchi o`rtasida ikkita ne`matning samarali taqsimlanish variantlarini ifodalovchi chiziq.
Shaxs talabi (individual demand)	bitta iste`molchining 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.
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`zgarmaganda joriy iste`moldan bir birlik kechishni to`liq qoplaydigan kelajakdagi qo`shimcha iste`mol qiymati.
Vaqlararo byudjet chegarasi	shaxsning daromadi va ssuda foizi stavkasi bilan aniqlanadigan vaqlaro ustun ko`rish kartasidagi chiziqning holati.
Vaqlararo muvozanatlik	joriy va kelajakda iste`mol qilish o`rtasida tanlayotgan shaxs uchun maksimal naflik keltiruvchi holat.

VII. АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

I. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

1. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қураимиз. – Т.: “Ўзбекистон”, 2017. – 488 б.
2. Мирзиёев Ш.М. Миллий тараққиёт йўлимизни қатъият билан давом эттириб, янги босқичга кўтарамиз. 1-жилд. – Т.: “Ўзбекистон”, 2017. – 592 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Халқимизнинг розилиги бизнинг фаолиятимизга берилган энг олий баҳодир. 2-жилд. Т.: “Ўзбекистон”, 2018. – 507 б.
4. Мирзиёев Ш.М. Нияти улуғ халқнинг иши ҳам улуғ, ҳаёти ёруғ ва келажаги фаровон бўлади. 3-жилд.– Т.: “Ўзбекистон”, 2019. – 400 б.
5. Мирзиёев Ш.М. Миллий тикланишдан – миллий юксалиш сари. 4-жилд.– Т.: “Ўзбекистон”, 2020. – 400 б.

II. Норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар

6. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. – Т.: Ўзбекистон, 2018.
7. Ўзбекистон Республикасининг 2020 йил 23 сентябрда қабул қилинган “Таълим тўғрисида”ги ЎРҚ-637-сонли Қонуни.
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 9 декабрь “2020 йил учун Ўзбекистон Республикасининг Давлат бюджети тўғрисида”ги ЎРҚ-589-сонли Қонуни
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2015 йил 12 июнь “Олий таълим муассасаларининг раҳбар ва педагог кадрларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ги ПФ-4732-сонли Фармони.
10. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февраль “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони.
11. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 1 август “Ўзбекистон Республикасида инвестиция мухитини тубдан яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5495-сонли Фармони.
12. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 сентябрь “2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини инновацион ривожлантириш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5544-сонли Фармони.
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 май “Ўзбекистон Республикасида коррупцияга қарши курашиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5729-сон Фармони.
14. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 июнь “Солиқ ва божхона имтиёзлари берилишини янада тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-5755-сонли Фармони.
15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 27 август “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг узлуксиз малакасини ошириш тизимини жорий этиш тўғрисида”ги ПФ-5789-сонли Фармони.

16. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 октябрь “Ўзбекистон Республикаси олий таълим тизимини 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-5847-сонли Фармони.

17. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 29 октябрь “Илм-фанни 2030 йилгача ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПФ-6097-сонли Фармони.

18. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 20 апрел “Олий таълим тизимини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-2909-сонли Қарори.

19. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 21 ноябрь ПҚ-4022-сонли “Рақамли иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида рақамли инфратузилмани янада модернизация қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори.

20. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 17 июнь “2019-2023 йилларда Мирзо Улуғбек номидаги Ўзбекистон Миллий университетда талаб юқори бўлган малакали кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш ва илмий салоҳиятини ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4358-сонли Қарори.

21. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 4 октябрь “2019 – 2030 йиллар даврида Ўзбекистон Республикасининг «яшил» иқтисодиётга ўтиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПҚ-4477-сонли Қарори.

22. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 9 январь “Ўзбекистон Республикасининг 2020-2022 йилларга мўлжалланган инвестиция дастурини амалга ошириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4563 -сонли Қарори.

23. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2020 йил 25 январдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси.

24. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 23 сентябрь “Олий таълим муассасалари раҳбар ва педагог кадрларининг малакасини ошириш тизимини янада такомиллаштириш бўйича кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 797-сонли Қарори.

Ш. Махсус адабиётлар

25. Вахабов А.В., Бутабоев М.Т. Макроиқтисодиёт. Ўқув қўлланма. – Фарғона: “Наврўз” нашриёти, 2019. – 319 бет.

26. Вахабов А.В., Разыкова Г.Х., Модернизация экономики. Учебное пособие. Тошкент: Iqtisod-Moliya. 2014. – С. 200.

27. Вахабов А.В., Иминов Т.К., Тешабоев Т.З., Бутабоев М.Т. “Зелёная экономика”, как основа устойчивого развития (Экономический рост без ущерба для экологии). Монография. Т.: “Aloqachi”, 2019, 480 стр.

28. Гулямов С.С., Аюпов Р.Ҳ., Абдуллаев О.М., Балтабаева Г.Р.. Рақамли иқтисодиётда блокчейн технологиялар. Т.: ТМИ, “Иқтисод-Молия” нашриёти, 2019, 447 бет

29. Станковская И.К., Стрелец И.А.. Экономическая теория. Учебник. 3-е изд., испр. – М.: «Эксмо», 2012. – 448 стр.

30. Ўлмасова А., Ваҳобов А. Иқтисодий назарияси (дарслик) «Шарқ» нашриёти, 2014 – 485 б.

38. Макконнел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Учебник. 19-изд. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 916 стр.

39. Martin Weale, Andrew Blake, Nicos Christodoulakis, James E Made, David Vines., Macroeconomic Policy. UK, 2015, English.

40. James H. Stock. Introduction to Econometrics. Third edition. Addison – Wesley. 2011.

IV. Интернет сайтлар

41. www.lex.uz- Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси.

42. www.gov.uz – Ўзбекистон Республикаси Давлат ҳокимияти портали.

43. www.edu.uz.-Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги.

44. www.press-service.uz – Ўзбекистон Республикаси Президентининг Матбуот хизмати расмий сайти.

45. www.stat.uz- Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси.

46. www.mfer.uz – Ўзбекистон Республикаси Ташқи иқтисодий алоқалар, инвестиция ва савдо Вазирлигининг расмий сайти.

47. www.uza.uz – Ўзбекистон миллий ахборот агентлиги расмий сайти.

48. www.sciencedirect.com – жаҳоннинг энг илғор тадқиқотлари базаси.

49. www.uzreport.com – бизнес ахборотлари портали.

50. <https://openedu.ru/> Открытое образование

51. [www. ZiyoNet.uz](http://www.ZiyoNet.uz) – ахборот таълим тармоғи.

52. www.bimm.uz- Бош илмий-методик марказ.

53. www.tsue.uz- Тошкент давлат иқтисодий университети.