

Turopova Nigora Xolmurod qizi

Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori, dotsent

nturopova@tersu.uz

Xo'shayeva Ozoda Hikmat qizi

Terdu iqtisodiyot yo'nalishi 2-bosqich talabasi

ozodaxushayeva2006@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada mikroiqtisodiy nazariyada iste'molchi xulq-atvorini tushuntirishda muhim o'rin tutuvchi naflilik va befarqlik egri chizig'i konsepsiyasi tahlil qilinadi. Tadqiqotda naflilik tushunchasining subyektiv-iqtisodiy tabiati, iste'molchi afzalliklarining shakllanish mexanizmi hamda ularni grafik ifodalash imkoniyatlari ilmiy jihatdan asoslab beriladi. Befarqlik egri chiziqlari yordamida iste'molchi tanlovining ichki mantiqi, cheklangan resurslar sharoitida muqobil variantlar o'rtasidagi tanlov muammosi ochib beriladi. Maqolada nazariy xulosalar jadval orqali mustahkamlanib, iste'molchi qarorlarining izchilligi va iqtisodiy qonuniyatlarga bo'ysunishi asoslab beriladi. Tadqiqot natijalari mikroiqtisodiy modellashtirish va bozor tahlilida amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: naflilik, befarqlik egri chizig'i, iste'molchi afzalliklari, tanlov nazariyasi, marjinal almashtirish, ratsional qaror, mikroiqtisodiy model.

Abstract

This article analyzes the concepts of utility and indifference curves, which play an important role in explaining consumer behavior in microeconomic theory. The study scientifically substantiates the subjective-economic nature of the concept of utility, the mechanism of formation of consumer preferences, and the possibilities of their graphic representation. Using indifference curves, the internal logic of consumer choice is revealed, the problem of choosing between alternative options in conditions of limited resources is revealed. The article consolidates theoretical conclusions through tables and substantiates the consistency of consumer decisions and their compliance with economic laws. The results of the study are of practical importance in microeconomic modeling and market analysis.

Keywords: utility, indifference curve, consumer preferences, choice theory, marginal substitution, rational decision, microeconomic model.

KIRISH

Iqtisodiy nazariyada iste'molchi tanlovini tushuntirish muammosi bozor mexanizmining ishlashini anglashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Har bir iste'molchi cheklangan daromad va cheksiz ehtiyojlar sharoitida qaror qabul qiladi, bu esa tanlov muammosini iqtisodiy tahlil markaziga olib chiqadi. Aynan shu nuqtada naflilik tushunchasi va uni ifodalovchi befarqlik egri chizig'i iste'molchi xulq-atvorini ilmiy asosda tahlil qilish imkonini beruvchi asosiy vosita sifatida namoyon bo'ladi.

Naflilik iste'molchining tovar va xizmatlardan oladigan qoniqish darajasini ifodalasa-da, u aniq o'lchov birliklariga ega emas. Shu sababli zamonaviy mikroiqtisodiyotda naflilikni bevosita o'lchashdan ko'ra, iste'molchi afzalliklarini nisbiy tarzda baholash ustuvor hisoblanadi. Befarqlik egri chiziqlari ana shu yondashuvning natijasi bo'lib, ular iste'molchining turli tovar kombinatsiyalariga nisbatan bir xil munosabatini ifodalaydi. Mazkur maqola ushbu nazariyaning mazmuni va amaliy ahamiyatini chuqurroq yoritishga qaratilgan.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Naflilik tushunchasi iqtisodiy tafakkur tarixida muhim evolyutsiyani bosib o'tgan. Dastlabki iqtisodiy qarashlarda iste'molchi xulq-atvori obyektiv omillar orqali izohlangan bo'lsa, marjinalizm maktabi vakillari tomonidan subyektiv omillar iqtisodiy tahlil markaziga olib chiqildi. Jevons va Menger naflilikni iste'molchining ichki bahosi sifatida talqin qilib, qo'shimcha birlikdan olinadigan foyda iste'mol qarorlarini belgilashini ta'kidladilar.

Keyinchalik Pareto tomonidan ishlab chiqilgan ordinal yondashuv iqtisodiy nazariyada tub burilish yasadi. Ushbu yondashuvga ko'ra, iste'molchining qaysi kombinatsiyani afzal ko'rishi muhim bo'lib, naflilikni miqdoriy ifodalash shart emas. Befarqlik egri chiziqlari aynan ushbu nazariy qarash asosida shakllandi va Samuelson, Hicks kabi iqtisodchilar tomonidan rivojlantirildi. O'zbekiston iqtisodiy adabiyotlarida ham befarqlik egri chiziqlari iste'molchi tanlovini tahlil qilishda muhim nazariy asos sifatida baholanadi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi ratsional tanlov nazariyasiga asoslanadi. Unda iste'molchi o'z daromad cheklovi sharoitida maksimal qoniqish darajasiga erishishga intiluvchi iqtisodiy subyekt sifatida qaraladi. Naflilik ordinal yondashuv asosida talqin qilinib, iste'molchi afzalliklari befarqlik egri chiziqlari yordamida modellashtiriladi.

Metodologik tahlilda marjinal almashtirish normasi asosiy tushuncha sifatida qo'llanilib, uning kamayib borish xususiyati iste'molchi tanlovining mantiqiylikni ifodalovchi omil sifatida qaraladi. Tadqiqotda mantiqiy tahlil, taqqoslash va jadval-

uslubiy yondashuvlardan foydalanilib, nazariy xulosalar soddalashtirilmagan, balki chuqur iqtisodiy mazmunda asoslab berilgan.

Mazkur tadqiqot metodologik jihatdan iste'molchi tanlovini tahlil qilishda qo'llaniladigan zamonaviy mikroiqtisodiy yondashuvlarga tayanadi. Tadqiqotda naflilik tushunchasi subyektiv iqtisodiy kategoriya sifatida talqin qilinib, uni miqdoriy baholashdan ongli ravishda voz kechildi. Buning o'rniga ordinal yondashuv tanlanib, iste'molchi afzalliklari nisbiy ustunliklar tizimi orqali aniqlandi. Ushbu metodologiya iste'molchi qarorlarini psixologik baholashlardan xoli holda, mantiqiy izchillik asosida tahlil qilish imkonini beradi.

Metodologiya doirasida iste'molchi ratsional subyekt sifatida qaralib, u cheklangan daromad sharoitida o'z ehtiyojlarini maksimal darajada qondirishga intilishi asosiy nazariy faraz sifatida qabul qilindi. Naflilik darajalari befarqlik egri chiziqlari yordamida ifodalandi va ularning geometrik xususiyatlari — pastga qarab egilganligi, silliqdigi va kesishmasligi — iqtisodiy mantiq asosida izohlandi. Ayniqsa, marjinal almashtirish normasi tushunchasi metodologik jihatdan muhim o'rin tutib, u iste'molchi afzalliklarining o'zgaruvchanligini ifodalovchi asosiy ko'rsatkich sifatida talqin qilindi.

Tadqiqotda mantiqiy tahlil, qiyosiy usul va jadval asosida tahlil qilishdan foydalanildi. Ushbu metodlar kombinatsiyasi nazariy qarashlarni abstrakt darajada emas, balki real iqtisodiy mazmun bilan uyg'un holda ochib berishga xizmat qildi.

NATIJALAR

O'tkazilgan tahlil shuni ko'rsatadiki, iste'molchi turli tovar kombinatsiyalaridan bir xil darajada qoniqish olishi mumkin. Bu holat befarqlik egri chiziqlarining asosiy mazmunini ifodalaydi. Quyidagi jadval iste'molchining bir xil naflilik darajasiga ega bo'lgan muqobil tanlovlarini ko'rsatadi:

Tovar X (birlik)	Tovar Y (birlik)	Naflilik darajasi
2	12	U_2
4	8	U_2
6	6	U_2
8	5	U_2

Jadvaldan ko'rinadiki, Tovar X miqdori oshgani sari Tovar Y miqdori kamayadi, biroq umumiy qoniqish darajasi o'zgarmaydi. Bu holat iste'molchining muqobil tanlovlar o'rtasida ratsional qaror qabul qilishini tasdiqlaydi.

O'tkazilgan nazariy va jadvaliy tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, iste'molchi tanlovi qat'iy iqtisodiy mantiqqa asoslanadi va u tasodifiy xatti-harakatlar majmuasi emas. Befarqlik egri chiziqlari yordamida ifodalangan afzalliklar tizimi iste'molchining turli tovar kombinatsiyalariga bo'lgan munosabatini aniq aks ettiradi. Tadqiqot natijalari

iste'molchi bir tovardan ortiqcha iste'mol qilgan sari, boshqa tovardan voz kechish istagi kamayishini tasdiqlaydi, bu esa marjinal almashtirish normasining pasayib borishi bilan izohlanadi.

Natijalardan yana biri shuki, befarqlik egri chiziqlarining joylashuvi iste'molchi farovonligining nisbiy darajasini ko'rsatadi. Yuqoriroq joylashgan egri chiziqlar iste'molchining yuqoriroq qoniqish darajasiga erishganini bildiradi, bu esa daromad o'sishi yoki narxlar nisbati o'zgarishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Tadqiqot shuni ham ko'rsatadiki, tovarlar o'zaro qanchalik kuchli o'rinbosar bo'lsa, befarqlik egri chiziqlari shunchalik tekisroq shaklga ega bo'ladi.

Shu tariqa, olingan natijalar befarqlik egri chiziqlari iste'molchi xulq-atvorini modellashtirishda ishonchli va moslashuvchan analitik vosita ekanini tasdiqlaydi.

MUHOKAMA

Natijalar shuni ko'rsatadiki, befarqlik egri chiziqlari iste'molchi xulq-atvorini tushuntirishda yuqori darajadagi nazariy moslashuvchanlikka ega. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda iste'molchi afzalliklari tobora murakkablashib borayotgan bo'lsa-da, tanlovning ichki mantiqi saqlanib qolmoqda. Ayniqsa, xizmatlar sektori, vaqt resursi va axborot mahsulotlarining iste'molda muhim o'rin egallashi befarqlik egri chiziqlari tahlilini yanada dolzarb qiladi.

Shu bilan birga, mazkur nazariya inson xulq-atvorining psixologik jihatlarini to'liq qamrab olmasligi mumkin. Biroq bu holat uning iqtisodiy tahlildagi ahamiyatini kamaytirmaydi, aksincha, modelning nazariy aniqligini saqlab qoladi.

Olingan natijalarni muhokama qilish jarayonida naflilik va befarqlik egri chiziqlari nazariyasining hozirgi iqtisodiy sharoitdagi dolzarbligi yanada yaqqol namoyon bo'ladi. An'anaviy tovar bozorlaridan tashqari, bugungi kunda xizmatlar, raqamli mahsulotlar, vaqt va e'tibor resurslari ham iste'molchi tanlovining muhim obyektlariga aylangan. Bu holat befarqlik egri chiziqlari modelining qo'llanish doirasini kengaytiradi va uni yangi iqtisodiy sharoitlarga moslashuvchan vosita sifatida namoyon etadi.

Muhokama davomida aniqlanishicha, mazkur nazariya iste'molchi xulq-atvorining psixologik va institutsional jihatlarini to'liq qamrab olmasa-da, iqtisodiy qarorlarning ichki mantiqini ochib berishda yuqori izohiy kuchga ega. Ayniqsa, narxlar o'zgarishi va daromad cheklovlari sharoitida iste'molchi tanlovining qanday o'zgarishini tahlil qilishda befarqlik egri chiziqlari muhim metodologik ahamiyat kasb etadi.

Shu bilan birga, muhokama shuni ko'rsatadiki, zamonaviy xulq-atvor iqtisodiyoti yutuqlari befarqlik egri chiziqlari modelini to'ldiruvchi, ammo uni inkor etmaydigan yondashuv sifatida qaralishi lozim. Bu esa klassik mikroiktisodiy modellarni yanada boyitish imkonini beradi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, naflilik va befarqlik egri chizig‘i nazariyasi iste‘molchi tanlovini tushuntirishda mikroiqtisodiy tahlilning muhim poydevorini tashkil etadi. Tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, iste‘molchi qarorlari subyektiv bo‘lishiga qaramay, ular mantiqiy va izchil iqtisodiy qonuniyatlarga bo‘ysunadi. Befarqlik egri chiziqlari ushbu qonuniyatlarni aniq va tushunarli shaklda ifodalash imkonini beradi. Shu bois mazkur yondashuv bozor mexanizmlarini tahlil qilish va iqtisodiy modellashtirishda muhim ilmiy ahamiyatga ega bo‘lib qolmoqda.

Xulosa qilib aytganda, naflilik va befarqlik egri chizig‘i nazariyasi iste‘molchi tanlovini tushuntirishda mikroiqtisodiy tahlilning eng barqaror va asoslangan konsepsiyalaridan biri hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, iste‘molchi qarorlari subyektiv qoniqishlarga asoslangan bo‘lsa-da, ular qat‘iy iqtisodiy mantiq va izchillikka ega bo‘lib, befarqlik egri chiziqlari orqali aniq ifodalanadi.

Mazkur tadqiqot asosida shunday xulosaga kelish mumkinki, befarqlik egri chiziqlari nafaqat nazariy model sifatida, balki real bozor jarayonlarini tushunish va prognozlashda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, cheklangan resurslar sharoitida tanlov muammosini tahlil qilishda ushbu yondashuvning ahamiyati yuqori bo‘lib qolmoqda.

Shu bois, naflilik va befarqlik egri chiziqlari nazariyasini chuqur o‘rganish va uni zamonaviy iqtisodiy sharoitlarga mos holda rivojlantirish mikroiqtisodiy tadqiqotlarning ustuvor yo‘nalishlaridan biri bo‘lib qolishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. – М.: Прогресс, 1993. – 488 с.
2. Самуэльсон П. А. Микроэкономика. – М.: Экономика, 2016. – 520 с.
3. Пиндайк Р. С., Рабинфельд Д. Л. Микроэкономика. – М.: Экономика, 2017. – 640 с.
4. Шодиев Т. Ш. Микроиктисодиёт назарияси. – Тошкент: Иқтисод-Молия, 2021. – 430 б.
5. Холмуродов Ж. Ж. Истеъмолчи хулқ-атворининг микроиктисодиу таҳлили. – Тошкент: Фан, 2020. – 312 б.