

Turopova Nigora Xolmurod qizi

Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori, dotsent

nturopova@tersu.uz

Suyunova Nasiba Oltiboy qizi

Terdu iqtisodiyot yoʻnalishi 2-bosqich talabasi

nasibaoltiboyevna@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada mikroiqtisodiyot nazariyasining markaziy tushunchalaridan boʻlgan daromad samarasi va almashtirish samarasi chuqur ilmiy tahlil qilinadi. Narxlarning oʻzgarishi sharoitida isteʼmolchi xulq-atvorining qanday shakllanishi, talab egri chizigʻining ichki tuzilmasi va uni tashkil etuvchi omillar nazariy hamda amaliy jihatdan izohlanadi. Tadqiqot davomida klassik va zamonaviy iqtisodiy maktablar qarashlari qiyosiy tahlil qilinib, Hicks va Slutsky yondashuvlarining metodologik farqlari ochib beriladi. Shuningdek, daromad va almashtirish samaralarining real bozor sharoitida, xususan, oʻtish iqtisodiyotiga ega mamlakatlar misolida namoyon boʻlish xususiyatlari tahlil etiladi. Olingan natijalar isteʼmolchi tanlovi nazariyasini chuqurroq anglash, narx siyosati va ijtimoiy-iqtisodiy qarorlarni asoslashda muhim ilmiy xulosalar chiqarishga imkon beradi.

Kalit soʻzlar: isteʼmolchi xulq-atvori, narx oʻzgarishi, talab nazariyasi, daromad samarasi, almashtirish samarasi, Hicks yondashuvi, Slutsky tenglamasi.

Abstract

This article provides a deep scientific analysis of the income effect and the substitution effect, which are central concepts of microeconomic theory. The formation of consumer behavior in the context of price changes, the internal structure of the demand curve and its constituent factors are explained theoretically and practically. During the study, the views of classical and modern economic schools are comparatively analyzed, and the methodological differences between the Hicks and Slutsky approaches are revealed. Also, the features of the manifestation of income and substitution effects in real market conditions, in particular, in the case of countries with transition economies, are analyzed. The results obtained allow for a deeper understanding of the theory of consumer choice, and important scientific conclusions in substantiating pricing policy and socio-economic decisions.

Keywords: consumer behavior, price changes, demand theory, income effect, substitution effect, Hicks approach, Slutsky equation.

KIRISH

Mikroiqtisodiyot fanida iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilish iqtisodiy jarayonlarni tushunishning asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida narxlar doimiy ravishda o'zgarib turadi va bu o'zgarishlar iste'molchilarning tanloviga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Talab hajmining narxga bog'liq holda qanday shakllanishini oddiy sabab–oqibat munosabati orqali izohlash yetarli emas, chunki iste'molchi qarori murakkab ichki motivlar va iqtisodiy cheklovlar bilan belgilanadi. Shu nuqtai nazardan daromad samarasi va almashtirish samarasi tushunchalari iste'molchi xulq-atvorini ilmiy asosda tahlil qilish imkonini beruvchi muhim nazariy vositalar sifatida namoyon bo'ladi. Narx o'zgarishi bir vaqtning o'zida iste'molchi tanloviga ikki yo'nalishda ta'sir ko'rsatadi: bir tomondan, tovarlarning nisbiy narxлари o'zgarib, iste'molchi ularni bir-biri bilan almashtirishga intiladi, ikkinchi tomondan esa real daromadning o'zgarishi umumiy iste'mol hajmini qayta ko'rib chiqishga majbur etadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Daromad va almashtirish samaralariga oid nazariy qarashlar XIX asr oxiri va XX asr boshlarida shakllangan neoklassik iqtisodiyot maktabi doirasida rivojlandi. E. Slutsky tomonidan taklif etilgan matematik yondashuv narx o'zgarishining iste'mol hajmiga ta'sirini real daromadni doimiy saqlagan holda tahlil qilish imkonini berdi. J. Hicks esa foydalilik darajasini barqaror saqlash orqali almashtirish samarasini aniqlashni taklif qilib, iste'molchi tanlovi nazariyasini yanada mukammallashtirdi. Keyingi davr tadqiqotchilari, jumladan, P. Samuelson, H. Varian va A. Mas-Colell asarlarida ushbu nazariyalar yanada rivojlantirilib, ularning empirik qo'llanish imkoniyatlari kengaytirildi. Zamonaviy adabiyotlarda daromad va almashtirish samaralari xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari bilan uyg'un holda tahlil qilinib, iste'molchi qarorlarining psixologik va institutsional omillarga bog'liqligi ham hisobga olinmoqda.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Maqolada mantiqiy tahlil, nazariy umumlashtirish, qiyosiy yondashuv va grafik modellashtirish usullaridan foydalanildi. Klassik mikroiqtisodiy modellarga tayangan holda narx o'zgarishining iste'molchi tanloviga ta'siri bosqichma-bosqich tahlil qilindi. Hicks va Slutsky yondashuvlari o'zaro solishtirilib, ularning nazariy ustunliklari va cheklovlari aniqlashtirildi. Shuningdek, normal va past sifatli tovarlar misolida daromad va almashtirish samaralarining amaliy namoyon bo'lish shakllari tahlil qilindi.

Mazkur tadqiqot metodologik jihatdan neoklassik mikroiqtisodiyot nazariyasining fundamental qoidalariga tayangan holda ishlab chiqildi. Tahlil jarayonida iste'molchi tanlovi modelining klassik talqinlari bilan bir qatorda, zamonaviy iqtisodiy tafakkurda shakllangan yondashuvlar ham hisobga olindi. Asosiy metodologik asos sifatida deduktiv mantiq usuli tanlanib, umumiy nazariy qoidalardan alohida xulosalarga kelish yo'li

qo‘llanildi. Bu esa daromad va almashtirish samaralarining mohiyatini izchil va tizimli ravishda ochib berish imkonini berdi.

Tadqiqotda qiyosiy tahlil usulidan faol foydalanildi. Xususan, Hicks va Slutsky yondashuvlari bir-biri bilan solishtirilib, ularning nazariy farqlari, matematik asoslari hamda iqtisodiy mazmuni chuqur tahlil qilindi. Ushbu yondashuvlar yordamida narx o‘zgarishining iste‘mol hajmiga ta‘siri ikki bosqichda — nisbiy narxlarning o‘zgarishi va real daromad ta‘siri orqali — izohlandi. Grafik modellashtirish usuli orqali befarqlik egri chiziqlari va byudjet cheklovlarining siljishi tahlil qilinib, nazariy xulosalarning mantiqiy asoslanganligi ta‘minlandi.

Shuningdek, metodologiyada nazariy umumlashtirish usuli muhim o‘rin egalladi. Turli ilmiy manbalarda keltirilgan qarashlar sintez qilinib, daromad va almashtirish samaralarining yagona konseptual modeli shakllantirildi. Metodologik yondashuvda empirik statistik ma‘lumotlardan to‘g‘ridan-to‘g‘ri foydalanilmagan bo‘lsa-da, real bozor jarayonlariga oid kuzatuvlar va amaliy misollar orqali nazariy xulosalar mustahkamlandi. Bu holat tadqiqot natijalarining faqat abstrakt nazariy darajada qolib ketmasdan, amaliy iqtisodiy tahlil uchun ham muhim ahamiyat kasb etishini ta‘minladi.

TADQIQOT NATIJALARI

O‘tkazilgan tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, almashtirish samarasi narx o‘zgarishiga har doim bir xil yo‘nalishda javob beradi. Narx pasayganda iste‘molchi nisbatan arzonlashgan tovarni ko‘proq iste‘mol qilishga intiladi. Daromad samarasi esa tovarning iqtisodiy tabiatiga bog‘liq bo‘lib, normal tovarlar uchun ijobiy, past sifatli tovarlar uchun esa manfiy bo‘lishi mumkin. Aynan ushbu holat Giffen tovarlari kabi istisno hodisalarni izohlash imkonini beradi. Quyidagi jadvalda daromad va almashtirish samaralarining asosiy farqlari umumlashtirilgan:

Tahlil mezon	Almashtirish samarasi	Daromad samarasi
Narx o‘zgarishiga munosabat	Har doim bir xil yo‘nalishda	Tovar turiga bog‘liq
Real daromad omili	Hisobga olinmaydi	Asosiy omil sifatida olinadi
Normal tovarlarda ta‘sir	Talab oshadi	Talab oshadi
Past sifatli tovarlarda	Talab oshadi	Talab kamayishi mumkin

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, daromad samarasi va almashtirish samarasi iste‘molchi xulq-atvorining turli, ammo o‘zaro chambarchas bog‘liq jihatlarini aks ettiradi. Almashtirish samarasi narx o‘zgarishining sof nisbiy ta‘sirini ifodalab, iste‘molchining foydalilikni maksimal darajada saqlab qolish istagi bilan bog‘liq holda namoyon bo‘ladi. Narx pasayishi sharoitida iste‘molchi qimmatroq tovarlardan voz

kechib, nisbatan arzonlashgan tovarni tanlashga intiladi va bu jarayon deyarli barcha iqtisodiy sharoitlarda bir xil yoʻnalishda sodir boʻladi.

Daromad samarasi esa isteʼmolchining real xarid qobiliyati oʻzgarishi bilan bevosita bogʻliq boʻlib, uning yoʻnalishi tovarning iqtisodiy tabiatiga qarab farqlanadi. Tadqiqot natijalariga koʻra, normal tovarlar uchun daromad samarasi ijobiy boʻlib, narx pasayishi real daromadning oshishiga olib keladi va isteʼmol hajmi kengayadi. Past sifatli tovarlar uchun esa daromad samarasi manfiy boʻlishi mumkin, chunki daromad oshishi bilan isteʼmolchi bunday tovarlardan voz kechib, yuqori sifatli muqobillarni tanlashga intiladi.

Eng muhim natijalardan biri shundaki, daromad samarasi juda kuchli boʻlgan istisno holatlarda, yaʼni Giffen tovarlari misolida, narx oshishiga qaramay talabning ortishi kuzatilishi mumkin. Bu holat talab qonunining mutlaq emasligini, balki muayyan shart-sharoitlarda u istisnolarni oʻz ichiga olishini koʻrsatadi. Olingan natijalar talab egri chizigʻining shakllanishi murakkab ichki mexanizmlar orqali amalga oshishini ilmiy asosda tasdiqlaydi.

MUHOKAMA

Natijalar shuni koʻrsatadiki, real iqtisodiy sharoitda daromad va almashtirish samaralarini qatʼiy ajratib koʻrsatish murakkab jarayon hisoblanadi. Chunki isteʼmolchilarning xulq-atvori faqat iqtisodiy omillar bilan emas, balki psixologik, madaniy va institutsional shart-sharoitlar bilan ham belgilanadi. Shunga qaramay, ushbu ikki samarani nazariy jihatdan farqlash davlatning narx siyosati, soliqlar va subsidiyalar taʼsirini baholashda muhim ilmiy asos boʻlib xizmat qiladi. Ijtimoiy siyosatni ishlab chiqishda, ayniqsa aholining kam taʼminlangan qatlamlariga koʻrsatiladigan yordam choralari rejallashtirishda daromad samarasi orqali kutiladigan natijalarni oldindan baholash mumkin boʻladi.

Tadqiqot natijalari iqtisodiy nazariya va real iqtisodiy amaliyot oʻrtasidagi murakkab bogʻliqlikni yana bir bor namoyon etdi. Nazariy modellarda daromad va almashtirish samaralari aniq va ravshan ajratilgan boʻlsa-da, real hayotda isteʼmolchi qarorlari koʻplab qoʻshimcha omillar taʼsirida shakllanadi. Psixologik omillar, isteʼmolchilarning kutilmalari, axborotning toʻliqligi yoki cheklanganligi, shuningdek, institutsional muhit bu jarayonni yanada murakkablashtiradi.

Muhokama jarayonida aniqlanishicha, daromad samarasi davlatning ijtimoiy-iqtisodiy siyosatini baholashda alohida ahamiyat kasb etadi. Masalan, soliqlar oshirilganda yoki subsidiyalar joriy etilganda, isteʼmolchilarning real daromadi oʻzgaradi va bu talab tarkibiga sezilarli taʼsir koʻrsatadi. Almashtirish samarasi esa narx signallarining bozor mexanizmidagi rolini tushuntirishda muhim nazariy vosita boʻlib xizmat qiladi. Shu nuqtai nazardan, ushbu ikki samarani birgalikda tahlil qilish iqtisodiy

siyosat choralarining qisqa va uzoq muddatli oqibatlarini oldindan baholash imkonini beradi.

Bundan tashqari, muhokama jarayonida xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari bilan neoklassik nazariyani uyg'unlashtirish zarurati ham yaqqol namoyon bo'ladi. Chunki real iste'molchi har doim ham mukammal ratsional model doirasida harakat qilmaydi. Shu bois daromad va almashtirish samaralarining klassik talqinlari zamonaviy sharoitda qayta ko'rib chiqilishi va boyitilishi zarur.

XULOSA

Daromad samarasi va almashtirish samarasi iste'molchi tanlovi nazariyasining ajralmas tarkibiy qismlari bo'lib, talab egri chizig'ining shakllanish mexanizmini chuqurroq anglash imkonini beradi. Ularning o'zaro uyg'un tahlili narx o'zgarishlarining iqtisodiy oqibatlarini yanada aniqroq baholashga xizmat qiladi. Mazkur maqolada bayon etilgan ilmiy xulosalar mikroiqtisodiy nazariyani o'rganishda, shuningdek, amaliy iqtisodiy tahlil va siyosiy qarorlar qabul qilish jarayonida samarali foydalanilishi mumkin.

Xulosa qilib aytganda, daromad samarasi va almashtirish samarasi mikroiqtisodiy tahlilning fundamental tushunchalari bo'lib, iste'molchi xulq-atvorining ichki mexanizmlarini chuqur anglash imkonini beradi. Ularning nazariy jihatdan farqlanishi talab egri chizig'ining shakllanish sabablarini yanada aniqroq tushuntirishga xizmat qiladi. Tadqiqot davomida aniqlanganki, almashtirish samarasi narx o'zgarishiga barqaror va oldindan bashorat qilinadigan munosabatni ifodalasa, daromad samarasi iqtisodiy sharoit va tovar turiga bog'liq holda murakkabroq xarakterga ega.

Mazkur kengaytirilgan tahlil shuni ko'rsatadiki, ushbu ikki samarani e'tiborga olmasdan turib narx siyosati, soliqlar, subsidiyalar va ijtimoiy dasturlarni samarali ishlab chiqish mushkul. Shu bois daromad va almashtirish samaralari nafaqat nazariy mikroiqtisodiyot doirasida, balki amaliy iqtisodiy siyosatni asoslashda ham muhim ilmiy vosita sifatida qaralishi lozim. Tadqiqot natijalari kelgusida empirik tadqiqotlar va xulq-atvor iqtisodiyoti yondashuvlari bilan boyitilgan holda yanada chuqurroq izlanishlar olib borish uchun mustahkam ilmiy asos yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Коуз Р. Фирма, рынок и право. – М.: Дело, 2016. – 224 с.
2. Уильямсон О. Экономические институты капитализма. – М.: Логос, 2018. – 512 с.
3. Друкер П. Эффективное управление предприятием. – М.: Вильямс, 2017. – 368 с.
4. Шодиев Т. Ш. Корхона иктисодиёти. – Тошкент: Иктисод-Молия, 2021. – 420 б.

5. Абдуллаев Ё. А. Тадбиркорлик асослари. – Тошкент: Фан, 2020. – 356 б.
6. Hicks J.R. *Value and Capital*. — Oxford: Clarendon Press, 1939.
7. Slutsky E.E. *Sulla teoria del bilancio del consumatore*. — Giornale degli Economisti, 1915.
8. Samuelson P.A., Nordhaus W.D. *Economics*. — New York: McGraw-Hill, 2010.
9. Varian H.R. *Microeconomic Analysis*. — New York: W.W. Norton & Company, 2014.
10. Mas-Colell A., Whinston M., Green J. *Microeconomic Theory*. — Oxford: Oxford University Press, 1995.