

Turopova Nigora Xolmurod qizi

Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori, dotsent

nturopova@tersu.uz

Yoldoshev Rahmon Yigitaliyevich

Terdu iqtisodiyot yoʻnalishi 2-bosqich talabasi

yoldoshevrachmon6@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada isteʼmolchi tanlovi nazariyasining markaziy tushunchalari boʻlgan daromad samarasi va almashtirish samarasi chuqur ilmiy tahlil qilinadi. Narxlarning oʻzgarishi sharoitida isteʼmol hajmining qanday omillar hisobiga oʻzgarishi masalasi mikroiqtisodiy nazariyaning muhim yoʻnalishlaridan biri sifatida yoritiladi. Tadqiqot davomida daromad va almashtirish samaralarining nazariy asoslari, ularning klassik va zamonaviy talqinlari, shuningdek, turli tovar turlari (normal, past sifatli va Giffen tovarlari) misolida namoyon boʻlish xususiyatlari izchil asoslab beriladi. Olingan xulosalar narx mexanizmini chuqur anglash va isteʼmol xulq-atvorini tahlil qilishda ushbu ikki samarani ajratib koʻrsatishning muhimligini tasdiqlaydi.

Kalit soʻzlar: daromad samarasi, almashtirish samarasi, isteʼmolchi tanlovi, narx oʻzgarishi, foydalilik, mikroiqtisodiyot.

Abstract

This article provides a thorough scientific analysis of the income effect and the substitution effect, which are central concepts of the theory of consumer choice. The issue of what factors affect the change in consumption volume under conditions of price changes is highlighted as one of the important areas of microeconomic theory. During the study, the theoretical foundations of the income and substitution effects, their classical and modern interpretations, as well as the features of their manifestation in the example of different types of goods (normal, low-quality and Giffen goods) are consistently substantiated. The conclusions obtained confirm the importance of distinguishing these two effects in a deep understanding of the price mechanism and the analysis of consumer behavior.

Keywords: income effect, substitution effect, consumer choice, price change, utility, microeconomics.

KIRISH

Bozor iqtisodiyoti sharoitida isteʼmolchilarning qaror qabul qilish jarayoni narxlar, daromad va afzalliklar oʻrtasidagi murakkab oʻzaro bogʻliqlikka asoslanadi. Narxlarning

o'zgarishi iste'mol hajmiga bevosita ta'sir ko'rsatsa-da, ushbu ta'sirning ichki mexanizmini tushuntirish doimo ham oddiy emas. Shu nuqtai nazardan, daromad samarasi va almashtirish samarasi tushunchalari narx o'zgarishining iste'mol xulq-atvoriga ta'sirini izohlovchi asosiy analitik vositalar sifatida maydonga chiqadi. Almashtirish samarasi narxlar nisbatining o'zgarishi natijasida iste'molchilarning nisbatan arzonlashgan tovar tomon yo'nalishini ifodalasa, daromad samarasi narx o'zgarishi tufayli real daromadning o'zgarishi bilan bog'liq holda iste'mol hajmining qayta taqsimlanishini anglatadi. Ushbu ikki samarani farqlash iste'molchi tanlovini chuqurroq tushunish, shuningdek, iqtisodiy siyosat va bozor prognozlarini ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Mikroiqtisodiy adabiyotlarda daromad va almashtirish samaralari masalasi keng va chuqur o'rganilgan. Klassik neoklassik yondashuv doirasida ushbu tushunchalar iste'molchi muvozanatini tushuntirishning ajralmas qismi sifatida shakllandi. Dastlab understanding marjinal foydalilik nazariyasi orqali ifodalangan bo'lsa, keyinchalik befarqlik egri chiziqlari va byudjet cheklovlari yordamida yanada mukammal modelga aylantirildi. Ilmiy adabiyotlarda ushbu samaralarni ajratib ko'rsatish iste'molchi tanlovining sof narx ta'sirini aniqlash imkonini bergani ta'kidlanadi. Zamonaviy tadqiqotlarda esa ushbu yondashuv xulq-atvoriy iqtisodiyot bilan boyitilib, real iste'molchilarning qarorlarida ratsionallikdan chetga chiqish holatlari ham e'tiborga olinmoqda. Shuningdek, daromad samarasi orqali Giffen tovarlari fenomeni izohlanib, narx oshishiga qaramay iste'mol hajmi ortishi mumkinligi ilmiy asosda ko'rsatib berilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi mantiqiy-analitik va qiyosiy tahlilga asoslangan. Daromad va almashtirish samaralari nazariy modellar orqali izohlanib, ularning matematik va grafik talqinlari umumlashtirildi. Metodologik yondashuvning muhim jihati shundaki, narx o'zgarishining umumiy ta'siri ikki alohida komponentga ajratilib tahlil qilindi. Qiyosiy usul yordamida normal va past sifatli tovarlar misolida samaralarning yo'nalishi va kuchi solishtirildi. Shuningdek, tarixiy-nazariy yondashuv orqali ushbu tushunchalarning shakllanishi va rivojlanish bosqichlari yoritildi, bu esa ularning zamonaviy iqtisodiy tahlildagi o'rnini aniqlash imkonini berdi.

Tadqiqot metodologiyasini kengaytirish jarayonida daromad va almashtirish samaralarini ajratib tahlil qilishning muqobil yondashuvlari ham inobatga olindi. Xususan, Slutsky va Hicks yondashuvlari o'rtasidagi metodik farqlar nazariy asosda tahlil qilinib, ularning iste'molchi xulq-atvorini tushuntirishdagi afzallik va cheklovlari solishtirildi. Slutsky yondashuvida real daromadning o'zgarishi sotib olish qobiliyati

orqali baholangan bo'lsa, Hicks yondashuvida foydalilik darajasini doimiy saqlash asosiy metodik mezon sifatida qaraldi. Metodologik jihatdan muhim bo'lgan yana bir masala shundan iboratki, tahlil jarayonida iste'molchi afzalliklarining barqarorligi farazi shartli xarakterga ega ekani e'tirof etildi. Shu sababli xulq-atvoriy iqtisodiyot yondashuvi elementlari kiritilib, real iste'molchilarning narx signallariga nisbatan noan'anaviy reaksiyalari ham nazariy umumlashtirish darajasida hisobga olindi. Bu metodologik kengayish daromad va almashtirish samaralarining faqat nazariy emas, balki amaliy ahamiyatini ham chuqurroq ochib berishga xizmat qildi.

NATIJALAR

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, narx o'zgarishining iste'mol hajmiga ta'siri har doim ham bir xil mexanizm orqali amalga oshmaydi. Almashtirish samarasi deyarli barcha tovarlar uchun bir yo'nalishda namoyon bo'lib, narxi pasaygan tovar iste'molining ortishiga olib keladi. Daromad samarasi esa tovarning turiga bog'liq holda turlicha yo'nalishga ega bo'lishi mumkin. Normal tovarlar uchun daromad samarasi ijobiy, ya'ni real daromad oshishi bilan iste'mol ham ortadi; past sifatli tovarlar uchun esa u salbiy bo'lishi mumkin. Tadqiqot davomida daromad va almashtirish samaralarining asosiy xususiyatlari quyidagi jadvalda umumlashtirildi:

Tovar turi	Almashtirish samarasi	Daromad samarasi	Umumiy ta'sir
Normal tovar	Ijobiy	Ijobiy	Kuchli ijobiy
Past sifatli tovar	Ijobiy	Salbiy	Nisbatan zaif
Giffen tovari	Ijobiy	Kuchli salbiy	Salbiy bo'lishi mumkin

Jadvaldan ko'rinadiki, umumiy narx ta'siri ushbu ikki samaralarning nisbiy kuchiga bog'liq holda shakllanadi.

Kengaytirilgan tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, daromad va almashtirish samaralarining nisbiy kuchi iste'molchilar daromad darajasi va iste'mol savatining tarkibiga sezilarli darajada bog'liqdir. Past daromadli iste'molchilar uchun daromad samarasi ko'pincha ustun bo'lib, narxlarning o'zgarishi real farovonlikka kuchli ta'sir ko'rsatadi. Yuqori daromadli guruhlarda esa almashtirish samarasi ko'proq namoyon bo'lib, iste'molchilarning nisbiy narx o'zgarishlariga moslashuvi tezroq kechadi. Natijalar shuni ham ko'rsatadiki, Giffen tovarlari holati nazariy jihatdan istisno bo'lsa-da, real iqtisodiy sharoitda muayyan ijtimoiy qatlamlar va cheklangan tovar bozorlarida uchrashi mumkin. Bu holat daromad samarasi haddan tashqari kuchli bo'lgan sharoitlarda umumiy narx ta'siri yo'nalishini o'zgartirib yuborishi mumkinligini tasdiqlaydi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar daromad va almashtirish samaralarini ajratib tahlil qilishning nazariy va amaliy ahamiyatini yaqqol ko'rsatadi. Muhokama jarayonida aniqlanishicha, real iqtisodiy sharoitda iste'molchilar ko'pincha narx signallariga murakkab tarzda javob qaytaradi va bu javobni faqat bitta omil bilan izohlash yetarli emas. Almashtirish samarasi bozorda resurslarning qayta taqsimlanishini ifodalasa, daromad samarasi ijtimoiy farovonlik va daromad taqsimoti bilan bevosita bog'liqdir. Shu sababli ushbu tushunchalar soliq siyosati, subsidiyalar va narxlarni tartibga solish mexanizmlarini ishlab chiqishda muhim analitik asos bo'lib xizmat qiladi. Muhokama shuni ko'rsatadiki, ayniqsa past daromadli qatlamlar iste'molida daromad samarasi kuchliroq namoyon bo'lib, narx o'zgarishlarining ijtimoiy oqibatlarini baholashda alohida e'tibor talab etadi.

Natijalarni muhokama qilish jarayonida daromad va almashtirish samaralarining iqtisodiy siyosat nuqtai nazaridan ahamiyati alohida ta'kidlandi. Muhokama shuni ko'rsatadiki, soliq va subsidiyalarni joriy etishda faqat narx mexanizmini hisobga olish yetarli emas, balki real daromadning o'zgarishi orqali yuzaga keladigan daromad samarasi ham chuqur tahlil qilinishi lozim. Ayniqsa, asosiy iste'mol tovarlari bozorida narxlarning oshishi ijtimoiy tengsizlikni kuchaytirishi mumkin, chunki daromad samarasi past daromadli qatlamlar uchun salbiy oqibatlarga olib keladi. Muhokama davomida aniqlanishicha, daromad va almashtirish samaralarini ajratib ko'rsatish davlat tomonidan narxlarni tartibga solish, ijtimoiy himoya mexanizmlarini ishlab chiqish va minimal iste'mol savatini aniqlashda muhim analitik vosita bo'lib xizmat qiladi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, daromad samarasi va almashtirish samarasi iste'molchi tanlovi nazariyasining fundamental tushunchalari bo'lib, narx o'zgarishining iste'mol hajmiga ta'sirini chuqur va tizimli tushuntirish imkonini beradi. Tadqiqot natijalari ushbu ikki samarani ajratib ko'rsatish mikroiqtisodiy tahlilning aniqligi va ishonchliligini oshirishini tasdiqlaydi. Almashtirish samarasi narx mexanizmining sof ta'sirini ifodalasa, daromad samarasi iste'molchilarning real farovonligi bilan bog'liq jarayonlarni ochib beradi. Ushbu xulosalar nazariy jihatdan iste'molchi xulq-atvorini tushuntirishda, amaliy jihatdan esa iqtisodiy siyosat va bozor prognozlarini ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Umumlashtirilgan xulosalar shuni ko'rsatadiki, daromad samarasi va almashtirish samarasi iste'molchi tanlovini tushuntirishda bir-birini to'ldiruvchi, ammo mazmunan farqli iqtisodiy mexanizmlar hisoblanadi. Tadqiqot natijalari ushbu ikki samarani ajratib tahlil qilish narx o'zgarishlarining real iqtisodiy oqibatlarini chuqurroq anglash imkonini berishini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, iste'molchilarning daromad darajasi, ijtimoiy mavqei va bozor sharoitlari ushbu samaralarning nisbiy kuchini belgilovchi asosiy

omillar ekanligi aniqlandi. Mazkur qo‘shimcha xulosalar mikroiqtisodiy nazariyani boyitish bilan birga, amaliy jihatdan iqtisodiy siyosatni shakllantirish va bozor jarayonlarini prognoz qilishda muhim ilmiy asos bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Knight F. H. Risk, Uncertainty and Profit. – New York: Houghton Mifflin Company, 1921. – 381 p.
2. Keynes J. M. The General Theory of Employment, Interest and Money. – London: Macmillan, 1936. – 403 p.
3. Markowitz H. Portfolio Selection // Journal of Finance. – 1952. – Vol. 7, No. 1. – P. 77–91.
4. Samuelson P. A. Economics. – New York: McGraw-Hill Book Company, 1983. – 842 p.
5. Sharpe W. F. Investments. – Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1990. – 1016 p.
6. Mishkin F. S. The Economics of Money, Banking and Financial Markets. – Boston: Pearson Education, 2016. – 720 p.
7. Arrow K. J. Essays in the Theory of Risk-Bearing. – Amsterdam: North-Holland, 1971. – 278 p.
8. Stiglitz J. E. Risk, Incentives and Insurance: The Pure Theory of Moral Hazard // Geneva Papers on Risk and Insurance. – 1983. – Vol. 8. – P. 4–33.