1. “Bazarlar iqtisadi fəaliyyəti təşkil etmək üçün daha yaxşı vasitədir” - prinsipini Adam Smitin “görünməz əl” anlayışından istifadə etməklə əsaslandırın.

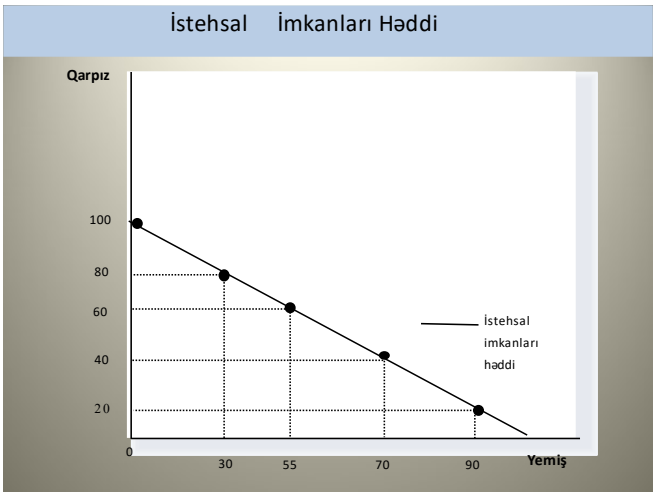
Cavab: Ekonomiksin 10 prinsipindən birinə görə bazarlar iqtisadi fəaliyyəti təşkil etmək üçün adətən yaxşı üsuldur. Bazar iqtisadiyyatı çoxlu müəssisə və ailə təsərrüfatlarının əmtəə və xidmətlər bazarlarında qarşılıqlı münasibətdə olarkən verdikləri müstəqil qərarları vasitəsilə sərvətləri bölüşdürən iqtisadiyyatdır. Bazar iqtisadiyyatında müəssisələr kimi işə götürəcəklərinə və nə istehsal edəcəklərinə, ailələr isə nə istehlak edəcəklərinə və hansı müəssisədə işləyəcəklərinə özləri qərar verirlər. Bu da onların bazarda qarşılıqlı münasibətdə olmasını təmin edir. Axı bazar iqtisadiyyatında heç kəs cəmiyyətin bütövlükdə iqtisadi rifahını düşünmür. Sərbəst bazarlar ilk növbədə öz rifahlarını düşünən müxtəlif əmtəə və xidmətlərin alıcı və satıcılarından təşkil olunur. Adam Smit belə bir müşahidə aparmışdır ki, bazarlarda qarşılıqlı əlaqədə olan ailə və müəssisələr sanki "görünməz əl" yəni bazar mexanizmi tərəfindən arzu olunan nəticələrə doğru yönəldilir. Qiymətlər, həm bir malın cəmiyyət üçün dəyərini, həm də bu malın istehsalının cəmiyyətə nəyin bahasına başa gəldiyini göstərir. Çünki nəyi alıb, nəyi satmaq kimi qərarları qəbul edərkən ailə və müəssisələr qiymətə nəzər saldıqlarına görə özləri də bilmədən öz hərəkətlərinin ictimai fayda və məsrəfərini nəzərə almış olurlar. Nəticədə qiymətlər həmin fərdi qərar verənlərin hərəkətlərini elə şəkildə yönləndirir ki, cəmiyyətin bütövlüklə rifahı maksimal dərəcədə artmış olsun.

2. Bazar iflasının mahiyyətini və onun baş verməsinin əsas səbəblərini izah edin. (prinsip7)

Cavab: Ekonomiksin 10 prinsipindən birinə görə bazarlar iqtisadi fəaliyyəti təşkil etmək üçün adətən yaxşı üsuldur. O cümlədən A.Smitə görə də bazarlar gözəgörünməz əl tərəfindən idarə olunur. Lakin gözə görünməz əl çox zaman bazarlarda sərvətləri səmərəli şəkildə bölüşdürməyə nail olsada, bəzən bunu bacara bilmir. Bu zaman yaranan vəziyyətdə iqtisadçılar bazarın iflası terminini verirlər. Bazar iflası kənar müdaxilələr olmadan bazarın öz sərvətlərini səmərəli şəkildə bölüşdürə bilmədiyi bir vəziyyətdir. Bazarın iflasının iki mümkün səbəbi var. Birincisi yan təsirlərdir. Yan təsirlər bir şəxsin hərəkətlərinin digərlərinin maddi rifahına olan təsiridir. Buna misal olaraq ətraf mühitin çirklənməsini göstərə bilərik. İkinci səbəb bazar gücüdür. Bazar gücü bir şəxsin və ya bir qrupun bazar qiymətlərinə olan əhəmiyyətli təsiridir. Buna da misal məsələn bir şəhərdə bir su quyusu var, sakinlərin də suya ehtiyyacı var. Həmin bu su quyusunun sahibi rəqabət olmadığı üçün istədiyi qiyməti müəyyənləşdirə bilər. Yan təsirlərin yaxud bazar gücünün mövcud olduğu halda, yaxşı düşünülmüş ictimai siyasət iqtisadi səmərəliliyi yüksəldə bilər.

***3. Tutaq ki, komandanız müxtəlif kombinasiyalarda iki məhsulu (qarpız və yemiş) yığa bilər:**
a) Cədvəldəki məlumatlardan istifadə edərək istehsal imkanları həddini çəkin.
b) Əgər siz qarpızın məhsul yığımını 40-dan 60-a qədər 20 vahid artırmaq qərarına gəlsəniz, qarpızın alternativ dəyərini hesablayın.

Qarpız	Yemiş
20	90
40	75
60	55
80	30
100	0



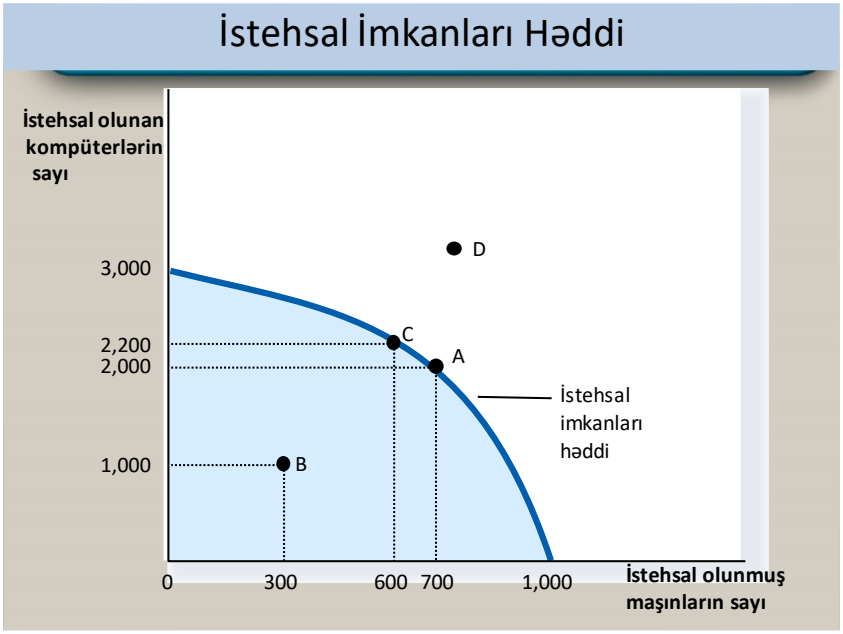
Komanda 1 saata 40 ədəd qarpız, 55 ədəd yemiş yığa bilir. Əgər qarpız yığımını 40 vahiddən 60 vahidə artırmaq istəsəniz, yemişdən müəyyən qədər qurban verməlisiniz. Qarpız yığımını 20 vahid artırmaq üçün 20 vahid yemişdən imtina etməlisiniz. İmtina etdiyiniz 20 vahid yemiş sizin əlavə yığdığınız 20 vahid qarpızın alternativ dəyəridir.

4. İqtisadi modelin mahiyyətini izah edin və modelin reallığı necə əks etdirdiyini nümunə üzərində əsaslandırın.

Cavab: İqtisadçılar dünyanı öyrənmək üçün modellərdən istifadə edirlər. Bu modellər diaqram və tənliklərdən ibarətdir və burada iqtisadiyyatın hər bir xüsusiyyəti öz əksini tapmır. Bütün modellər fərziyyələr əsasında qurulur və iqtisadi nəzəriyyədə olan bu modellər bizim daha yaxşı başa düşməyimiz üçün reallığı sadələşdirirlər. Fiziklər düşən mərmər parçasını öyrənməyə sürtünmə qüvvəsinin olmadığını fərz etməklə başladığı kimi, iqtisadçılar da qoyulmuş məsələni öyrənməyə iqtisadiyyatın bir çox detallarının mövcud olmadığını fərz etməklə başlayırlar. Əgər iqtisadçılar dünyanı model üzərində öyrənirsə deməli bu modellər daha çox reallığı əks etdirməlidir.İqtisadi modelə iki misal göstərək:
Birinci Modelimiz: Dövri-Axın Diaqram- diaqramı bazarlar vasitəsi ilə ailələr və müəssisələr arasında pulun necə hərəkət etdiyini göstərən vizual model.
İkinci Modelimiz: İstehsal İmkanları Həddi-mövcud olan istehsal faktorları və istehsal texnologiyasını istifadə edərək iqtisadiyyatın əldə edə biləcəyi istehsal miqdarlarının kombinasiyasını göstərir.

5. İstehsal imkanları modelindən istifadə edərək "səmərəlilik" ideyasını izah edin

Cavab: İstehsal imkanları həddi iqtisadiyyatın istehsal edə biləcəyi məhsulların mümkün kombinasiyasının miqdarını göstərir. İqtisadiyyat həddin üzərində və ya daxilində olan istənilən kombinasiyanı istehsal edə bilər. İqtisadiyyatın mövcüd resursları ilə həddin çöl tərərfində olan nöqtələrə nail olmaq mümkün deyil.



Hər hansı bir istehsal miqdarı o vaxt səmərəli sayılır ki, qıt olan resurslardan maksimum istifadə olunsun. İstehsal imkanları həddinin içərisində deyil, üzərində olan nöqtələr səmərəli istehsal miqdarlarını göstərir. Bu nöqtələrin hər hansı birinin üzərində, məsələn A nöqtəsində, hər hansı bir məhsulun istehsalını artırmaq üçün digər məhsulun istehsalını mütləq azaltmaq lazımdır. B nöqtəsi qeyri-səmərəli nəticəni göstərir. Bəzi səbəblərdən, qaynaqlanaraq iqtisadiyyat mövcud olan resurslarla istehsal edə biləcəyindən daha az məhsul istehsal edir. B nöqtəsində yalnız 300 avtomobil və 1 000 kompüter istehsal olunur. Səmərəsizliyin səbəbi ortadan qaldırılsa, iqtisadiyyat B nöqtəsindən A nöqtəsinə keçə bilər və bununla da həm maşın həm də kompüter istehsalını müvafiq olaraq 700 və 2 000 ədədə qədər artıra bilər.

6. Pozitif və normativ təhlilin mahiyyətini izah edin və onlar arasındakı fərqi nümunə üzərində əsaslandırın.

Cavab: Bizi əhatə edən aləm haqqında iki tip yanaşma mövcuddur. İqtisadçıların üzərinə götürdükləri bu ikili rolu aydınlaşdırmaq üçün biz onların iqtisadi dili necə istifadə etdiklərinə nəzər yetirək. Pozitiv yanaşma təsviri xarakterə malikdir və həyatı bizə olduğu kimi təsvir edir. İkinci tip yanaşma normativdir. Normativ yanaşma təklif xarakterinə malikdir, burada həyatın necə olacağı haqqında danışılır. Məsələn, Polli: «Minimum əmək haqqı qanunları işsizliyə səbəb olur». Norma: «Hökümət minimum əmək haqqını qaldırmalıdır». Pollinin iddiası doğru olarsa, bu, Normanın minimum əmək haqqının qaldırılması haqqında fikrinin qəbul olunmamasına gətirib çıxara bilər. Pozitiv və normativ fikirlər arasındakı əsas fərq bizim onların doğruluğunu necə müəyyən etməmizdən ibarətdir. Pozitiv təhlil izahedici, normativ təhlil isə göstərişverici təhlil adlanır.

7. İnsanların qərarları necə qəbul etdiklərini ifadə edən əsas iqtisadi prinsipləri (4 prinsip) qeyd edin və onların hər birinin mahiyyətini açıqlayın.

Cavab: İqtisadiyyatdakı dəyişmələr insanların davranışlarından asılıdır və resurslar qıt olduğu üçün insanlar fayda və məsrəfi nəzərə alaraq qərarlar qəbul edirlər. İlk 4 prinsip insanların necə qərar qəbul etməsi ilə bağlıdır.
Prinsip 1. İnsanlar seçimlərlə üzləşir: qərarları qəbul etmək bir neçə seçimdən yalnız birini seçmək tələb edir, silah və ya qida, səmərəlilik və ya ədalət və.s
Prinsip 2. Bir şeyin dəyəri onu əldə etmək üçün imtina olunanlarla ölçülür: İnsanlar bir-birini əvəz edən seçimlərlə qarşılaşdıqlarına görə hər hansı bir qərarın qəbul edilməsi üçün bir neçə alternativ qərarın gətirə biləcəyi fayda və məsrəflərin müqayisəsi zəruridir. Universitetə getmək yoxsa işləmək? Dərsə getmek yoxsa yatmaq?
Prinsip 3. Rasional insanlar marjinal faydanı düşünürlər: İqtisadçılar, mövcud fəaliyyət planında kiçik artımlara səbəb olan əlavələrə marjinal dəyişmə deyirlər. Bir çox hallarda ən yaxşı qərarlar marjinal faydanı düşünməklə verilir. Ağıllı bir qərar verən şəxs hər hansı hərəkəti yalnız onun marjinal faydası marjinal maya dəyərini üstələdikdə baş verir.
Prinsip 4. İnsanlar stimullara cavab verirlər: Stimul-hər hansı bir işi görmək üçün həvəs oyadıcı amil və ya vadaredici səbəbdir. İnsanlar fayda və məsrəfləri müqayisə etmək vasitəsilə qərar verdiklərinə görə, fayda və məsrəflər dəyişdiyi təqdirdə insanların davranışları da dəyişə bilər. Məsələn: Benzinin qiymətinin qalxması və nəticəsi, sürücülərin təhlükəsizlik kəmərindən istifadəsi ilə bağlı qanun və onun nəticələri və.s. Əgər stimullar dəyişdirilərsə, insanların davranışları da dəyişəcəkdir.

8. "Dövrü axın" modelinin təsvirini çəkin. Modeldəki axınlara ixtiyari nümunə göstərməklə iqtisadiyyatın necə fəaliyyət göstərməsini izah edin.

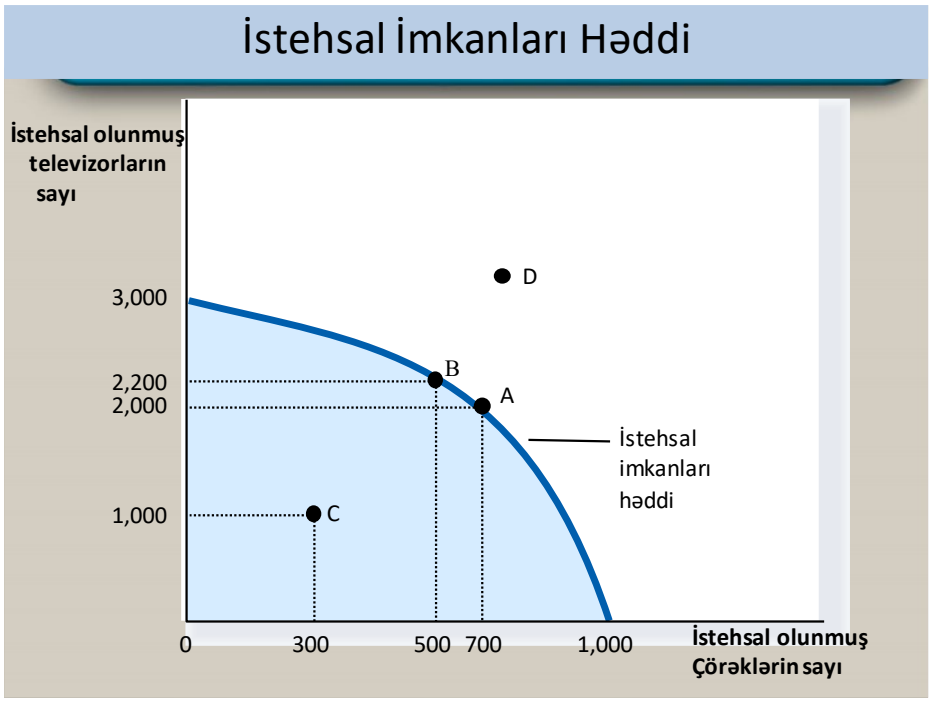
Cavab: İqtisadiyyat müxtəlif fəaliyyətlərlə - almaq, satmaq, işləmək, işə götürmək, istehsal etmək və s. - məşğul olan milyonlarla insandan ibarətdir. İqtisadiyyatın necə işləməsini başa düşmək üçün bu fəaliyyətlər haqqında düşüncələrimizi sadələşdirən bir yol tapmalıyıq. Başqa sözlə, iqtisadiyyatın necə təşkil olunduğunu və iqtisadiyyatda müxtəlif iştirakçıların bir-biri ilə necə əlaqəli olduğunu ümumi halda izah edən modelə ehtiyacımız var.Bu diaqram iqtisadiyyatın təşkil olunmasının sxematik modelidir.Bu modeldə, sadələşdirilmiş iqtisadiyyat yalnız iki növ qərar verənlərdən ibarətdir - ailə təsərrüfatları və müəssisələr. Müəssisələr əmək, torpaq və kapital (binalar və avadanlıqlar) kimi amillər istifadə edərək məhsul istehsal edir. Bu amillər istehsal amilləri adlanır. Ailə təsərrüfatları istehsal amillərinə sahibdirlər və müəssisələrin istehsal etdiyi bütün əmtəə və xidmətləri istehlak edirlər. Ailə təsərrüfatları və müəssisələr iki növ bazarda bir-biri ilə əlaqəyə girir. Əmtəə və xidmətlər bazarında ailə təsərrüfatları alıcı, müəssisələr isə satıcıdır. Daha dəqiq desək, ailə təsərrüfatları müəssisələrin istehsal etdiyi əmtəə və xidmətləri alırlar. İstehsal amilləri bazarında ailə təsərrüfatları satıcı, müəssisələr isə alıcıdır. Bu bazarda, ailə təsərrüfatları mənsub olduqları istehsal amillərini

müəssisələrə əmtəə və xidmət istehsalı üçün təqdim edirlər. Dövri-axın diaqramının iç halqası istehsal amili və əmtəə axınlarını göstərir. Dövri-axın diaqramının çöl halqası müvafiq olaraq pulun hərəkətini göstərir.



9. Çörək və televizor istehsal edən iqtisadiyyat üçün istehsal imkanları həddini çəkin və izah edin.

Cavab: İstehsal imkanları həddi, mövcud olan istehsal faktorları və istehsal texnologiyalarını istifadə edərək, iqtisadiyyatın əldə edə biləcəyi istehsal miqdarlarının kombinasiyasını göstərir. Burada, əgər bütün resurslar çörək istehsalına sərf olunsa, bu zaman 1000 çörək, 0 televizor istehsal olunacaq. Əgər bütün resurslar televizor istehsalına sərf olunsa, o zaman 3000 televizor, 0 çörək istehsal olunacaq. İstehsal imkanları həddinin iki kənar nöqtəsi bu halları göstərir. Əgər iqtisadiyyat öz resurslarını iki sənayə sahəsi arasında bölüşdürərsə 700 çörək, 2000 televizor (və ya 500 çörək, 2200 televizor) istehsal oluna bilər və bu da səmərəli sayılır (A və B nöqtələrində göstərildiyi kimi). Buradan aydın olur ki, bir məhsulun istehsalını artırmaq üçün hökmən digər məhsulun istehsalını azaltmaq lazımdır. D nöqtəsinin ifadə etdiyi istehsal miqdarını əldə etmək mümkün deyil. Çünki, bu istehsal miqdarını təmin etmək üçün kifayət qədər istehsal amili yoxdur. Başqa sözlə desək istehsal imkanları həddinin üzərində və ya içərisində olan bütün nöqtələrin ifadə etdiyi istehsal miqdarına nail olmaq mümkündür, lakin həddin çöl tərəfində olan nöqtələrə nail olmaq mümkün deyil. Qrafikdəki C nöqtəsi qeyri-səmərəli nöqtədir. Çünki, bütün resurslardan istifadə edilməyib. Əgər televizor sənayesində işçinin məhsuldarlığı artarsa, bu zaman iqtisadiyyat hər bir ədəd çörəyin əvəzinə daha çox televizor istehsal edə bilər.



10. Məhsuldarlığın məzmununu və onun ölkədəki həyat səviyyəsindəki rolunu izah edin.

Cavab: İllər boyunca yaxud ölkədən ölkəyə mövcud olan həyat səviyyəsindəki bu cür fərqləri nə ilə izah etmək olar? Cavab olduqca sadədir. Həyat səviyyəsindəki, demək olar ki, bütün fərqlər ölkələrin məhsuldarlığı - yəni, bir işçinin hər saat başına istehsal etdiyi əmtəə və xidmətlərin miqdarı ilə əlaqəlidir. İşçinin bir vaxt vahidi ərzində daha böyük həcmdə əmtəə və xidmətləri istehsal edə bilən ölkələrdə cəmiyyətin əksəriyyəti yüksək həyat səviyyəsinə malikdir. Bunun əksinə, məhsuldarlığı aşağı olan ölkələrdə insanlar yoxsul və ağır həyat yaşayırlar. Müvafiq olaraq, ölkənin məhsuldarlıq dərəcəsindəki artım, orta gəlirin artımını müəyyən edir.
Həyat səviyyəsini yaxşılaşdırmaq üçün, siyasətçilər işçilərin təhsilli olmalarını, istehsal alətlərinə və mövcud olan ən müasir texnologiyaya sahib olmalarını təmin edib məhsuldarlığın artmasına nail olmağa çalışmalıdırlar.

11. Mütləq üstünlük anlayışının məzmununu nümunə əsasında izah edin.

Cavab: Mütləq üstünlük – məhsul istehsalçılarının əmək məhsuldarlığına əsasən müqayisə edilməsidir. İqtisadçılar bir şəxsin, firmanın və ya ölkənin məhsuldarlığını digərininki ilə müqayisə edərkən mütləq üstünlük anlayışından istifadə edirlər. Əgər məhsulun bir vahidini istehsal etmək üçün hansı istehsalçıya daha az zaman və xərc lazım olarsa o, bu sahədə mütləq üstünlüyə sahibdir. Nümunə olaraq, fərz edək ki, maldar və əkinçi hər ikisi də kartof və ət istehsal edir. Bir unsiya ət istehsal etmək üçün maldara 20 dəqiqə, əkinçiyə isə 60 dəqiqə vaxt lazımdır. Müvafiq olaraq, bir unsiya kartof istehsal etmək üçün maldara 10 dəqiqə, əkinçiyə isə 15 dəqiqə vaxt lazımdır. Bu misalda maldar həm ət istehsalı, həm də kartof yetişdirmək sahəsində mütləq üstünlüyə malikdir. Ona görə ki, hər bir məhsulun bir vahidini istehsal etmək

üçün maldara əkinçi ilə müqayisədə daha az vaxt lazımdır. Bu məlumatdan istifadə etməklə yanaşı, istehsal xərclərini məhsulun bir vahidinin istehsalına sərf edilən xərclərin miqdarı ilə ölçsək, kartof istehsalında maldarın xərclərinin daha aşağı olduğunu deyə bilərik.

12. Ticarət baxımından nisbi və mütləq üstünlüklərdən hansının daha mühüm olmasını izah edin və fikrinizi nümunə üzərində əsaslandırın

Cavab: Əgər hər bir şəxs nisbi üstünlüyə malik olduğu sahədə əmtəə istehsalı üzrə ixtisaslaşarsa, iqtisadiyyatda ümumi məhsul istehsalı artar və ümumi istehsalın bu artımı hamı üçün faydalı olar. Əgər bir şəxs məhsulu digər şəxsə nisbətən daha az xərc sərf etməklə istehsal edə bilirsə onda deyirlər ki, həmin şəxs bu məhsulun istehsalı sahəsində mütləq üstünlüyə malikdir. Əgər hər hansı bir şəxs üçün məhsulun istehsalmda alternativ dəyər daha aşağıdırsa onda deyirlər ki, həmin şəxs bu məhsulun istehsalında nisbi üstünlüyə malikdir. Ticarətdən əldə edilən faydanın mənbəyi mütləq üstünlük deyil, nisbi üstünlükdür.Ticarət hamı üçün faydalıdır, belə ki, ticarətin sayəsində insanlar nisbi üstünlüyə malik olduqları fəaliyyət sahəsində ixtisaslaşırlar.Nisbi üstünlük prinsipi ayrı-ayrı şəxslərə aid olduğu kimi, ölkələrə də şamil edilə bilər. İqtisadçılar nisbi üstünlük prinsipini əsas götürərək ölkələr arasında azad ticarəti təbliğ edirlər.Ölkələrin ticarətdən necə faydalandığını izah etmək üçün fərz edək ki, iki ölkə - ABŞ və Yaponiya və iki məhsul – taxıl və avtomobil var. Amerikalı işçi bir aya 2 ton ərzaq və 1 avtomobil, Yaponiyalı işçi isə bir aya 1 ton ərzaq və 1 avtomobil istehsal edir.
Nisbi üstünlük prinsipinə əsasən, hər bir ölkə hansı məhsulun istehsalında daha az alternativ dəyərə malikdirsə elə həmin məhsulun istehsalı üzrə ixtisaslaşmalıdır. Avtomobil istehsalının alternativ dəyəri ABŞda 2 ton ərzaq, Yaponiyada isə 1 ton ərzaq olduğu üçün Yaponiya avtomobil istehsalı sahəsində nisbi üstünlüyə malikdir. Deməli, Yaponiya öz daxili bazarında tələb olunandan daha artıq avtomobil istehsal edərək ABŞ-a avtomobil ixrac etsə daha yaxşı olar. Müvafiq olaraq, 1 ton ərzağın alternativ dəyəri Yaponiya üçün 1 avtomobil, ABŞ üçün isə 0,5 avtomobil olduğu üçün, ABŞ ərzaq istehsalı sahəsində nisbi üstünlüyə malikdir. Yəni, ABŞ öz daxili bazarında tələb olunandan daha çox ərzaq istehsal edib müəyyən hissəsini Yaponiya bazarına ixrac etsə daha yaxşı olar. İxtisaslaşma və ticarətin sayəsində hər iki ölkə hər iki maldan, ərzaq və avtomobildən, daha artıq istehlak edə bilərlər.

13. Nisbi üstünlük anlayışının məzmununu nümünə əsasında izah edin.
Cavab: Nisbi üstünlük məhsul istehsalçılarının istehsalının alternativ dəyərinə əsasən müqayisə edilməsidir. Məhsulun istehsalında daha az alternativ dəyəri olan istehsalçı nisbi üstünlüyə malikdir. Alternativ dəyər- hər hansı bir neməti əldə etmək üçün qurban verilən digər alternativ nemətin dəyəridir
İqtisadçılar iki istehsalçının məhsulunun alternativ dəyərini müqayisə etmək üçün nisbi üstünlük anlayışmdan istifadə edirlər. Əgər bir istehsalçı başqa istehsalçılara nisbətən, X məhsulunu istehsal etmək üçün digər məhsullann daha az miqdarda istehsalından imtina etməli olursa, onda bu istehsalçı üçün X məhsulunu istehsal etməyin alternativ dəyərinin daha aşağı olduğu və onun həmin məhsulun istehsalında nisbi üstünlüyə malik olduğunu deyə

bilərik. Əkinçi və maldar aid bir misal göstərək: Fərz edək ki, maldar və əkinçi hər ikisi də kartof və ət istehsal edir. Bir unsiya ət istehsal etmək üçün maldara 20 dəqiqə, əkinçiyə isə 60 dəqiqə vaxt lazımdır. Müvafiq olaraq, bir unsiya kartof istehsal etmək üçün maldara 10 dəqiqə, əkinçiyə isə 15 dəqiqə vaxt lazımdır. Əkinçi üçün 1 unsiya kartof istehsal etmək 0,25 unsiya ət, maldar üçün isə 1 unsiya kartof istehsal etmək 0,5 unsiya ət istehsal etməyə bərabərdir. Tərsinə: ət istehsalının alternativ dəyəri maldar üçün əkinçiyə nisbətən daha aşağıdır. Bir unsiya ət istehsal etmək maldara 2 unsiya kartof istehsalına, əkinçi üçün isə 4 unsiya kartof istehsalına bərabərdir. Beləliklə, əkinçi kartof becərmək sahəsində, maldar isə ət istehsal etmək sahəsində nisbi üstünlüyə malikdir. Və onu da qeyd edək ki, bir şəxsin hər iki məhsulun istehsalı sahəsində nisbi üstünlüyə malik olması qeyri-mümkündür.

***14. Tutaq ki, siz ad günü hədiyyəsi olaraq 1000 dollar almısınız. Bu pulu bu gün xərcləyə bilərsiniz və ya 1 il ərzində bank hesabına qoyub 8% qazana bilərsiz. 1 ildən sonra əldə edə biləcək gəliri bu gün pul xərcləməmənizin alternativ dəyərini tapın.**

Cavab: Ekonomiksin 10 prinsipindən birinə görə bir əşyanın alternativ dəyəri onun üçün imtina olunanlarla ölçülür.
Alternativ dəyəri tapmaq üçün, 1 il ərzində bankda 8% faiz ilə necə qazanc əldə edə biləcəyimizi hesablamaq lazımdır. Bunun üçün 1000 dolları 1 il müddətinə banka yatırdığınızı və faizlərin il sonunda əlavə olaraq əldə edilən məbləği hesaplamaq üçün aşağıdakı formulu istifadə edə bilərik.

Gəlir = Əvvəlki məbləğ x Faiz dərəcəsi

Burada:

Əvvəlki məbləğ = 1000 dollar
Faiz dərəcəsi = 8% (0.08)

Gəliri hesablayaq:

Gəlir = 1000 dollar x 0.08 = 80 dollar

Bu deməkdir ki, 1 il ərzində bank hesabında saxladığınız 1000 dollar ilə 80 dollar gəlir əldə edərsiniz.
Alternativ dəyər, 80 dollar gəliri tapmaq üçün əldə ediləcək gəliri dəyərləndirir. Bu səbəbdən alternativ dəyər 80 dollardır. Bu pulu xərcləməməklə, 1 il ərzində 80 dollar gəlir əldə edə bilərik.

15. Bazarın məzmununu və mükəmməl və qeyri-mükəmməl rəqabətli bazarın xüsüsiyyətlərini izah edin.

Cavab: Bazar müəyyən bir əmtəə və xidmətin alıcı və satıcılarından təşkil olunmuş qrupdur.. Alıcılar bir qrup olaraq müəyyən bir əmtəəyə olan tələbi , Satıcılar isə həmin əmtəə üzrə təklifi müəyyənləşdirirlər. Bazarlar rəqabətli olur. RƏQABƏTLİ bazarlar–eyni məhsul satan çoxlu sayda bazar qiymətinə təsir edə bilməyən kiçik müəssisələr arasındakı bazardır.
2 cür olur:mükəmməl və qeyri mükəmməl bazarlar. Mükəmməl bazarlar yüksək səviyyədə təşkil olunur.Bu bazarlar alıcılar və satıcılar təyin edilmiş bir zamanda müəyyən bir yerə yığışır və auksionerlərin köməyi ilə qiymətlərin müəyyənləşdirilməsi və satışların həyata keçirilməsi prosesi baş verir.Burada satış üçün təklif olunan əmtəə və xidmətlərin hamısı eyni forma və keyfiyyətə malik olmalıdır,satıcı və alıcıların sayı o qədər böyük olur ki,onların heç birinin qiymət üzərində güclü təsiri olmur.Burada alıcı və satıcılar müəyyən edilmiş qiyməti qəbul etməli olurlar. Məsələn, buğda bazarında buğda istehsal edib satan minlərlə kəndli təsərrüfatı,eləcə də buğdanı istehsal edən milyonlarla istehlakçı vardır. Bu alıcı və satıcıların heç biri ayrı ayrılıqda qiymətə təsir göstərə bilmədiklərinə görə,onlar sadece bazar qiymətlərini qəbul etmək məcburiyyətindədirlər Qeyri-mükəmməl bazarlarda Qeyri-rəqabətli bazarın xususiyətləri:

1)İnhisar (monopoliya)
Bir satıcı mövcüddur və qiymətləri müəyyən edir.

2)Oliqapoliya
Bir neçə satıcı olur. Kəskin rəqabət olmur.

3)İnhisarçı rəqabət
Çoxlu sayda satıcı mövcüddur. Fərqli əmtəə və xidmətləri var. Hər bir satıcı öz malı üzrə qiymət müəyyən edir.

16. Normal və keyfiyyətsiz əmtəəni fərqləndirin.Fikrinizi nümunə əsasında izah edin.

Cavab: Əgər gəlirin azalması müəyyən bir əmtəəyə olan tələbin azalmasına səbəb olursa, onda bu əmtəə normal əmtəə adlandırılır. Lakin bütün əmtəələr normal əmtəə deyil. Əgər gəlirin azalması müəyyən bir əmtəəyə olan tələbin artmasına səbəb olursa, onda bu əmtəə keyfiyyətsiz əmtəə adlandırılır. Keyfiyyətsiz əmtəəyə misal olaraq avtobus xidmətini göstərmək olar. Əgər sizin gəliriniz aşağı düşərsə, onda siz yəqin ki, öz şəxsi maşınınızdan və yaxud taksidən daha az istifadə edəcək və avtobusa minəcəksiniz. Normal əmtəəyə isə siz dondurmanı nümunə göstərə bilərsiniz. Əgər siz yayda işinizi itirsəniz dondurmaya çox az pul xərcləyəcəksiz.

17. Əvəzedici və tamamlayıcı əmtəələri fərqləndirin.fikrinizi nümunə üzərində izah edin.

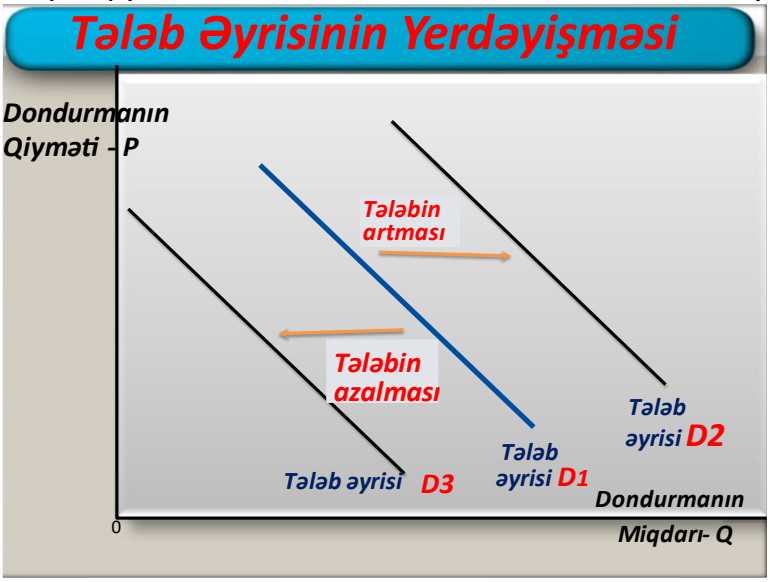
Cavab: Əvəzedici əmtəələr-birinin qiymətinin artması nəticəsində digərinə tələbin artdığı 2 əmtəəyə deyilir. Tamamlayıcı əmtəələr isə birinin qiyməti artması nəticəsində digərinə olan tələbin azaldığı 2 əmtəəyə deyilir. Əvəzedici əmtəələrə zeytun yağı və günəbaxan yağını nümunə göstərmək olar. Belə ki, zeytun yağının qiyməti qalxarsa, insanlar zeytun yağının əvəzinə günəbaxan yağı almağa başlayarlar.
Tamamlayıcı əmtəələrə isə benzin və maşını nümunə göstərmək olar. Əgər benzinin qiyməti çox qalxarsa, insanlar daha az maşın almağa başlayar.

***18. Tələbin miqdarına təsir edən qiymət və qeyri-qiymət amillərinin (hər hansı birinin) təsirini qrafik üzərində izah edin və hər birinə aid nümunə göstərin.**

Cavab: Bildiyimiz kimi tələb və təklif iqtisadçıların istifadə etdiyi əsas iki məfhumdur və bazarın hərəkətverici qüvvələri sayılır. Tələb qanununa görə hər hansı əmtəənin qiyməti artdıqda ona olan tələbin həcmi azalır. Hər hansı bir əmtəənin qiyməti aşağı düşdükdə, istehlakçıların gəlirləri artıqda, əvəzedici əmtəələrin qiyməti qalxdıqda və ya tamamlayıcı əmtəələrin qiyməti azaldıqda istehlakçılar bu əmtəədən daha çox alırlar.
Tələbin həcmi - *alıcıların almaq istədikləri və almağa qadir olduqları əmtəənin miqdarıdır.*
Tələbin miqdarına təsir edən qiymət və qeyri-qiymət amilləri, müştərilərin məhsul və xidmətlərə olan tələbinin dəyişməsinə səbəb olan faktorlardır. Bu amillər, məhsulun və xidmətin qiyməti və digər qeyri-qiymət mənbələrindən asılı olaraq müştərilərin tələblərini formalaşdırmağa və dəyişməsinə səbəb olmağa imkan verir. İzləyən kimi iki əsas amil tələbin miqdarına təsir edir:
1. Qiymət amili: Qiymət, tələb edilən bir məhsulun və ya xidmətin satın alınması üçün ödənilən məbləğdir. Qiymət artması tələbin azalmasına, qiymətin azalması isə tələbin artmasına səbəb ola bilir. Bu amil üzərindən tələb miqdarında dəyişiklik yaranmasının bir nümunəsi aşağıdakı kimi ola bilər:
Nümunə: Bir mobil telefonun qiyməti aşağı düşmədikcə, müştərilərin telefon almağa olan tələbi azalır. Mobil şirkət bu məhsulu daha ucuz və daha cazibədar qiymətlərə endirməklə, tələbin artmasını təmin edə bilər.
2. Qeyri-qiymət amillər: Qeyri-qiymət amillər, müştərilərin tələbini qiymət faktorunun əlavə olaraq digər faktorlardan asılı olaraq dəyişdirməsinə səbəb olan mənbələrdir. Bu amillər arasında məhsulun keyfiyyəti, brendlə bağlı marka güvənliliyi, reklam kampaniyaları, moda və texnologiyadakı inkişaflar və s. daxildir. Bu amillər üzərindən tələb miqdarında dəyişikliklər yaranmasının bir nümunəsi aşağıdakı kimi ola bilər:
Nümunə: Bir restoranın yemək keyfiyyəti və müşayiət atmosferi, müştərilərin tələbinə təsir edən qeyri-qiymət amillərdir. Restoran yeni və maraqlı menyu təklif edərək və gözəl bir iç dizayn ilə müştəriləri cəlb edə bilər. Bu dəyişikliklər tələbi artıra bilər.

Bu nümunələr, qiymət və qeyri-qiymət amillərinin tələb miqdarında dəyişiklik yarada biləcəyini göstərmək üçün sadədiləşdirilmiş nümunələrdir. Həqiqi həyatda bu amillər çox daha çeşidlidir və tələb miqdarını müxtəlif şəkildə təsirləyə bilərlər.

Qeyri-qiymət amillərinin təsiri nəticəsində tələb əyrisi yerini dəyişir.

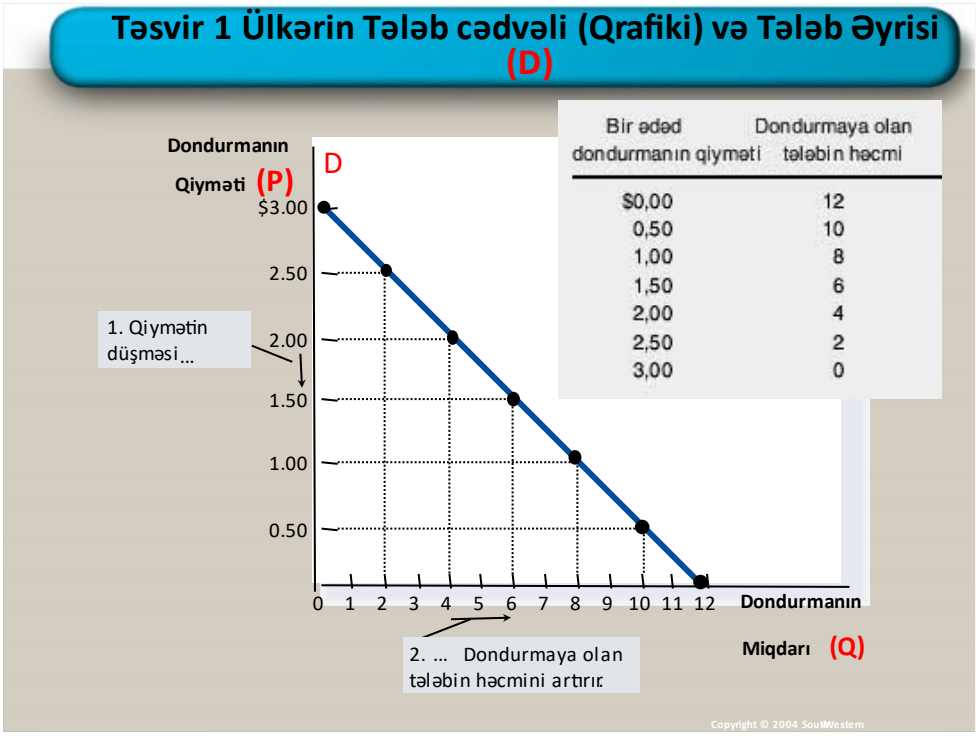


Müəyyən bir qiymət səviyyəsi üzrə alıcıların almaq istədikləri miqdarın, digər bir sözlə tələbin həcminin artmasına səbəb olan hər hansı bir səbəb tələb əyrisinin sağa doğru, müəyyən bir qiymət səviyyəsi üzrə alıcıların almaq istədikləri miqdarın azalmasına səbəb olan hər hansı bir səbəb isə, tələb əyrisinin sola doğru yerdəyişməsinə gətirib çıxarır.

19. Tələb cədvəli və tələb əyrisi arasındakı əlaqəni izah edin. Sizcə tələb əyrisi nəyə görə aşağıya doğru meyillidir?

Cavab: Tələb qrafiki- *əmtəənin qiyməti ilə ona olan tələbin həcmi arasındakı əlaqəni əks etdirən qrafikdir.*

Tələb əyrisi - *əmtəənın qıymətı ılə ona olan tələbin həcmi arasındakı əlaqəni əks etdirən əyridir.*



Qrafikdəki cədvəldə Ülkərin hər ay müxtəlif qiymətlərə neçə dondurma aldığı göstərilmişdir. Əgər dondurma pulsuzdursa, onda Ülkər 12 dondurma yeyir. Qiymət 0,50 dollar olduqda Ülkər 10 dondurma alır. Qiymət artdıqca, o, daha az dondurma istehlak edir. Qiymət 3 dollara çatdıqda isə Ülkər bir ədəd də olsun dondurma almır. Bu cədvəl tələb qrafiki adlandırılır və istehlakçıların müeyyən bir əmtəəyə olan tələbinin həcminə təsir edə biləcək digər amillərin dəyişmədiyini, sabit qaldığmı fərz edərək, qiymət və tələbin həcmi arasındakı əlaqəni əks etdirir. Qrafikdəki diaqramda, cədvəldəki rəqəmlərdən istifadə olunmaqla "tələb qanunu" qrafik formada izah edilir. Ənənəvi olaraq, qiymət ordinatda, tələbin həcmi isə absisde göstərilir. Aşağıya doğru meylli eyri isə qiymət və tələbin həcmi arasındakı tərs mütənasib əlaqəni əks etdirir və "tələb əyrisi" adlandırılır. Göründüyü kimi məhsulun qiyməti azaldıqca ona olan tələbin həcmi artmır. Aşağı qiymət tələbin həcmini artırdığına görə tələb əyrisi aşağıya doğru meyillidir.

20. Qeyri-qiymət amili kimi tələbə təsir edən istehlakçıların zövqlərindəki dəyişiklik tələb əyrisi boyunca hərəkətə, yoxsa tələb əyrisinin yerdəyişməsinə səbəb olur? Qrafik izah edin.

Cavab: Bildiyimiz kimi tələbə təsir edən amillər var. Onlar iki yerə bölünür: qiymət və qeyri-qiymət. Qeyri-Qiymət amilləri: istehlakçının gəliri, Əlaqəli əmtəələrin qiyməti, zövqlər, təxminlər, alıcıların sayı. Zövqlərdə dəyişiklik baş verərsə tələb əyrisi yerdəyişməyə məruz qalır. Tələbin həcminin artmasına səbəb olan zövq amili tələb əyrisinin sağa doğru yerdəyişməsinə gətirib çıxarır. Tələb həcminin azalmasına səbəb olan zövq amili isə tələb əyrisinin sola doğru yerdəyişməsinə səbəb olur.

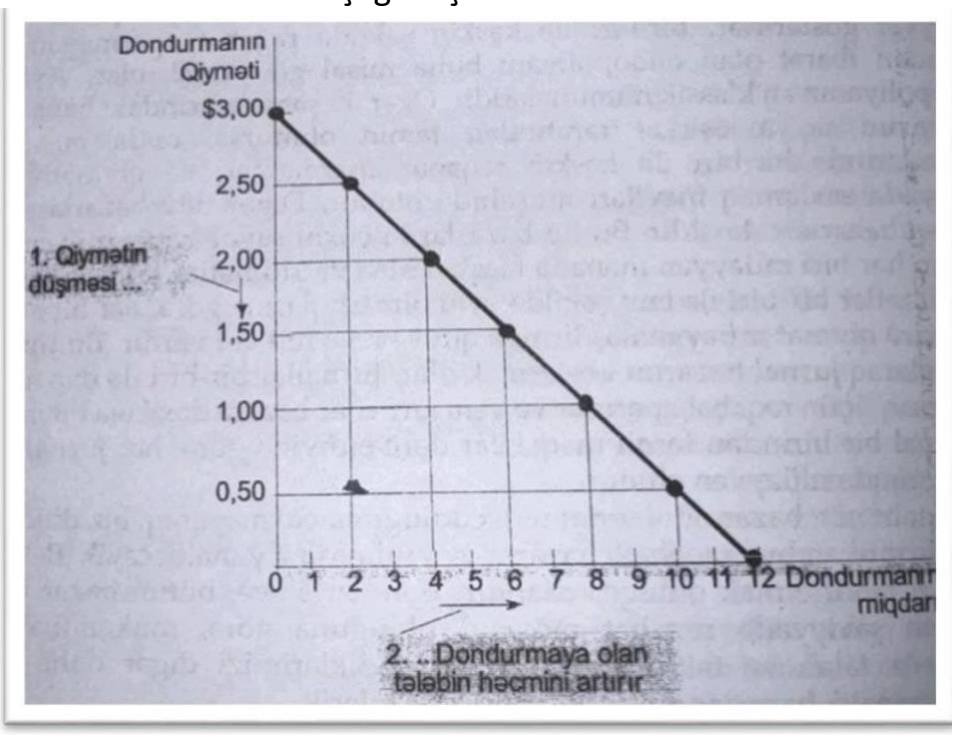


Tələbə təsir edən ən aşkar amil zövq amilidir. Əgər əhalinin siqaret çəkməyə meyli artarsa, təbii ki, ondan daha çox miqdarda alacaqlar. İqtisadçılar adətən insanların zövqlərini izah etməkdən çəkinirlər, çünki zövq amili iqtisadi nəzəriyyənin əhatə dairəsindən kənar olan bir sıra tarixi və psixoloji güclərin təsiri ilə formalaşır. Lakin, iqtisadçılar zövqlərin dəyişdiyi təqdirdə, nələrin baş verdiyini öyrənməyə çalışırlar.

21. Tələb qanununun məzmununu və qiymətdəki dəyişikliyin tələb əyrisinə təsirini qrafik əsasında izah edin

Cavab: Tələb qanunu digər amillər sabit dəyişməz qalmaq şərtilə əmtənin qiyməti artdıqda ona olan tələbin həcminin azalmasına dair fərziyyədir.

Əgər digər amillər dəyişərsə bir sıra dəyişiklik olacaq iki cür dəyişiklik olur. Tələb əyrisi boyunca dəyişiklik və tələb əyrisinin yerdəyişməsi. Qiymətdəki dəyişiklik qiymət amilinə aiddi və qiymət amili tələbə əyrisi boyunca dəyişikliklərə səbəb olur. Qiymət qalxdıqda tələbin səviyyəsi aşağı düşür, qiymət düşdükdə isə əksinə, artır. Deməli, tələbin həcmi əmtəənin qiyməti ilə tərs mütənasibdir. Qiymətlə tələb arasında bu asılılıq əksər əmtəələr üçün doğrudur, faktiki olaraq o hər şeyi əhatə etdiyindən, iqtisadçılar onu tələb qanunu adlandırırlar. Bu qanunun mahiyyəti ondan ibarətdir ki, başqa şərtlər dəyişməz olduqda, əmtəənin qiyməti yüksəldikdə, həmin əmtəəyə olan tələbin həcmi aşağı düşür



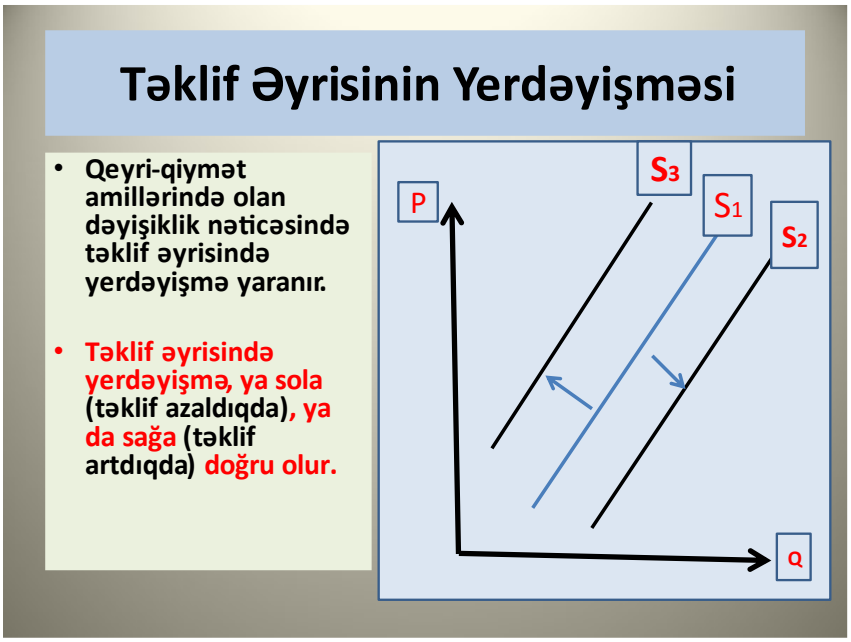
***22. Təklifə təsir edən qiymət və qeyri-qiymət amillərinin (hər hansı birinin) təsirini qrafik üzərində izah edin və hər birinə aid nümunə göstərin.**

Cavab: Bildiyimiz kimi tələb və təklif iqtisadçıların istifadə etdiyi əsas iki məfhumdur və bazarın hərəkətverici qüvvələri sayılır. **Təklif qanunu-** *Digər bütün amillər sabit dəyişməz qalmaq şərti ilə bir əmtəənin qiymətinin artması nəticəsində həmin əmtəə üzrə təklifin həcminin artması haqqında qanundur.*
Qiymət amilləri arasında istər qiymət artımı, istərsə də qiymət endirimi kimi dəyişikliklər yer alır. Qeyri-qiymət amilləri isə qiymətə birbaşa təsir etməyən, lakin alıcılarda və satıcılarda davranış və satın alma qərarlarını təsir edən amillərdir.

Qiymət amilləri:
1. Tələb və təklif: Tələb və təklif faktoru, bazarın əsasını təşkil edir. Tələbin artması, bir məhsulun istifadəçilər tərəfindən çox arzulanması nəticəsində qiymətin artmasına səbəb ola bilər. Həmçinin, təklifin azalması, məhsulun sərfəli olması üçün olan tələbə görə qiyməti artırmağa səbəb ola bilər.
Nümunə: Bir elektronik cihazın populyarlığının artması (tələb artması) qiymətinin yüksəlməsinə səbəb olur. Satıcılar, məhsulun artan tələbini dəyərləndirərək qiymətini artıra bilərlər.
2. Maliyyə faktorları: Maliyyə faktorları, məhsulların və xidmətlərin istehsalında və satışında iştirak edən maliyyə amilləridir. İstehsal mərhələləri üçün məhsulların giriş məlumatları, maliyyələşmə şərtləri, sənaye daxili maliyyə siyasəti və s.
Nümunə: Bir malın istehsalında məhsulun giriş məlumatlarının məhdudiyyəti (məsələn, müstəqil bir tarixdən sonra təchizatdan kənarlaşma) qiymətinin artmasına səbəb olur. Bu, məhsulun daha çox məhdudiyyətə yol açan daha çətin giriş mərhələlərinin olması ilə əlaqədar olabilir.

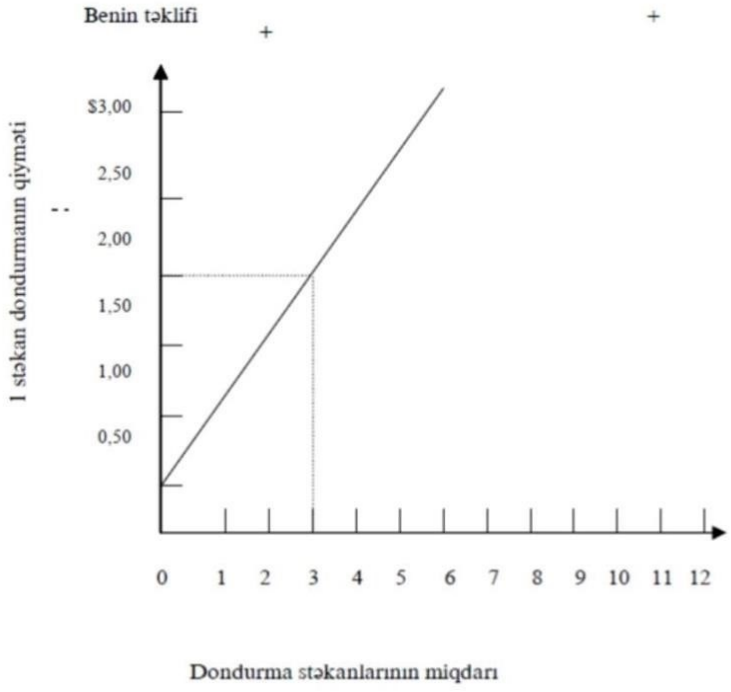
Qeyri-qiymət amilləri:
1. Brend dəyəri və marka imici: Brend dəyəri və marka imici, bir məhsulun və ya xidmətin keyfiyyəti, imici və prestiji ilə əlaqəlidir. Yaxşı tanınan və bəyənilən bir markanın məhsulu çox zaman daha yüksək qiymətə satıla bilər.
Nümunə: Bir lüks markanın yüksək keyfiyyətli bir məhsulu, o markanın prestiji və bəyənilməsi səbəbilə daha yüksək qiymətə satıla bilər.
2. Rəqabət və bazar şəraitəri: Rəqabət, bazar şəraitəri və satış dövründəki dəyişikliklər də təklifə təsir edə bilər. Bəzi vaxtlar rəqabətin yüksək olması, bir məhsulun qiymətini aşağı çəkməyə səbəb ola bilər.
Nümunə: Bir sektorda rəqabətin artması, müxtəlif şirkətlərin eyni məhsulları daha aşağı qiymətlərlə satmağa çalışması ilə nəticələnə bilər.

Bu, qiymət və qeyri-qiymət amillərinin sadə nümunələridir. Qiymətlərin təsirlənməsinə səbəb olan daha çox amillər ola bilər və hər bir məhsul və bazar özünə xas mühitə malik olacaq.



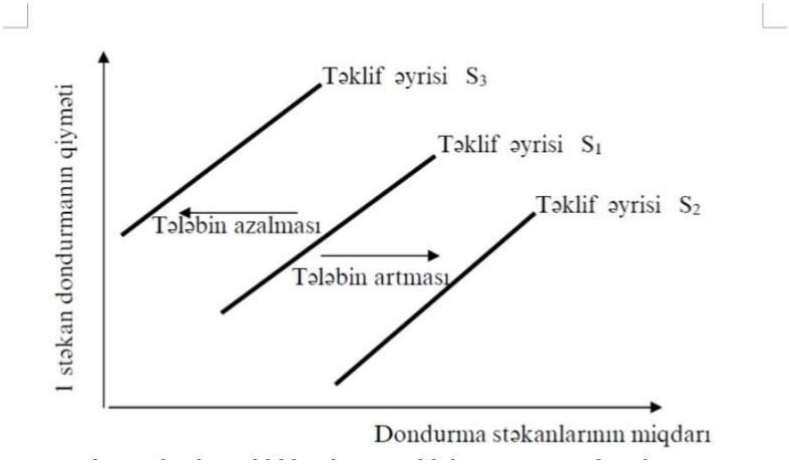
23. Təklifə təsir edən qiymət və qeyri-qiymət amillərinin (hər hansı birinin) təsirini qrafik üzərində izah edin və hər birinə aid nümunə göstərin.

Cavab: TƏKLIF QRAFIKI - qiymət ilə təklifin həcmi arasındakı münasibəti göstərən qrafikdir. TƏKLIF ƏYRISI - qiymət ilə təklifin həcmi arasındakı münasibəti göstərən əyridir. Qiymətlə təklifin həcmini əlaqələndirən əyri tələb əyrisi adlandırılır. Təklif əyrisi yuxarıya doğru meyllidir, çünki digər amillər sabit qalmaq şərti ilə, yüksək qiymət daha böyük təklif həcmi mənasına gəlir. Təklif qrafikinin diaqram formasında əks etdirən təklif əyrisi qiymətin dəyişməsi halında təklifin həcminin necə dəyişəcəyini nümayiş etdirir.Qiymətin yüksəlməsi təklifin həcminin artması ilə nəticələndiyinə görə təklif əyrisi həmişə yuxarı doğru meyilli olur.



24. Qeyri-qiymət amili kimi təklifə təsir edən texnologiyada baş vermiş dəyişikliyin təklif əyrisinə təsirini qrafik əsasında izah edin.

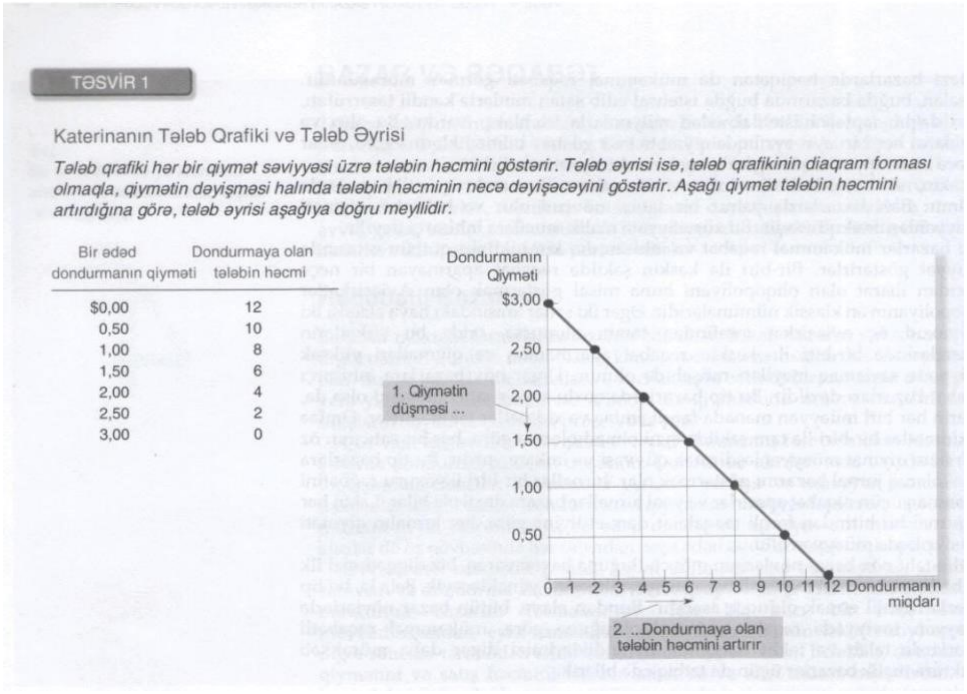
Cavab: Bildiyimiz kimi təklifə təsir edən amillər var.Onlar iki yerə bölünür qiymət və qeyri-qiymət.Qiymət təklif əyrisi boyunca qeyri-qiymət amilləri təklif əyrisinin yerdəyişməsinə səbəb olur. Qeyri-qiymət amilləri istehsalın qiyməti texnologiya,təxmin,satıcı sayı. Texnologiyada dəyişiklik baş verərsə, onda təklif əyrisi də yerdəyişməyə məruz qalar. Təklifin həcminin artmasına səbəb olan texnologiya amili təklif əyrisinin sağa doğru yerdəyişməsinə gətirib çıxarır. Təklifin həcminin azalmasına səbəb olan texnologiya amili isə təklif əyrisinin sola doğru yerdəyişməsinə səbəb olur



Texnologiyada dəyişikliklər baş verdikdə, əmtəənin hər bir qiyməti üçün təklifin həcmi dəyişir, nəticədə təklif əyrisinin yerdəyişməsi baş verir.

25. Təklif qanununun məzmununu və qiymətdəki dəyişikliyin təklif əyrisinə təsirini qrafik əsasında izah edin.

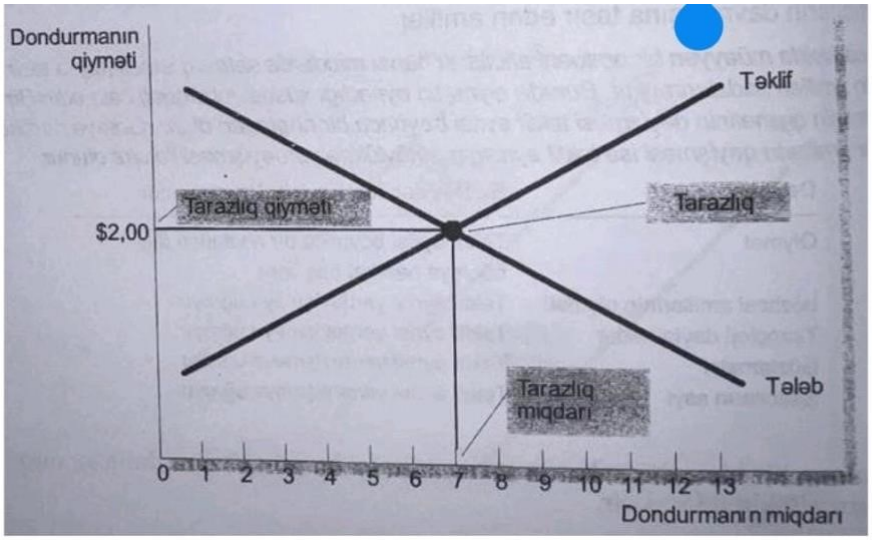
Cavab: TƏKLIF QANUNU - Digər bütün amillər sabit dəyişməz qalmaq şərti ilə bir əmtəənin qiymətinin artması nəticəsində həmin əmtəə üzrə təklifin həcminin artması haqqında qanundur.Təklifin həcmi dedikdə, hər hansı bir əmtəə və xidmətin satıcılar tərəfindən sahlmaq istənən və satıla bilən miqdarı başa düşülür. Təklifin həcmini təyin edən bır çox amil mövcud olsa da, qiymət amili bizim təhlilimizdə xüsusi rol oynayır. Dondurmanın qiyməti yüksək olduqda, dondurma satmaq mənfəətlidir və bu baxımdan təklifin həcmi yüksəkdir. Belə vəziyyətdə, dondurma satanlar daha çox saatı sərf edir, daha çox dondurma avadanlığı alır və daha çox işçi cəlb edirlər. Dondurmanın qiyməti, əksinə, aşağı olduqda isə bu biznes daha az mənfəət gətirir və daha az dondurma istehsal olunur. Qiymətlər çox aşağı olduqda, bəzi satıcılar hətta biznesi bağlamaq qərarına gəlir və onların təklifinin həcmi sıfıra düşür. Qıymət yüksəldikdə təklifin həcmi da yüksəldiyinə, qiymət azaldıqda isə təklifin həcmi azaldığına görə, qiymətlə təklifin həcmi arasında düz mütənasib əlaqənin mövcud olduğunu söyləyə bilərik. Qiymətlə, təklifin həcmi arasındakı bu əlaqə təklif qanunu adlandırılır.



dondurma satıcısı Benin müxtəlif qiymət səviyyələrində təklif etdiyi miqdarlar göstərilmişdir. 1 dollardan aşağı qiymət səviyyəsində Ben heç bir dondurma təklif etmir. Qiymət artdıqca, o daha çox dondurma təklif etməyə başlayır. Bu cədvəl təklif qrafiki adlandırılır və satıcıların və yaxud istehsalçılarm bir əmtəə üzrə təkliflərinə təsir edən digər bütün amillər sabit, dəyişməz qalmaqla təklifin həcmi ilə qiymət arasındakı münasibəti göstərir.

26. Bazar tarazlığının mahiyyəti haqqında bəhs edin və bazarı tarazlıq səviyyəsinə gətirən qüvvələri qrafik üzərində izah edin.

Cavab: Tarazlıq-müəyyən bir qiymətdə tələbin həcminin təklifin həcminə bərabər olduğu vəziyyətdir.Tələb və Təklif əyrilərinin kəsişdiyi nöqtə Bazar Tarazlığı adlandırılır. Tarazlıq qiyməti bazarda tələbin həcminin təklifin həcminə bərabər olmağını tənzimləyən qiymət səviyyəsidir. Qrafikdə, tarazlıq qiyməti tələb və təklif əyrilərinin kəsişdiyi nöqtədə mövcud olan qiymətdir. Tarazlıq Miqdarı Tarazlıq qiymətində tələbin və təklifin həcmidir.
Qrafikdə, tarazlıq miqdarı tələb və təklif əyrilərinin kəsişdiyi nöqtədə mövcud olan miqdardır. Burada Tarazlıq qiyməti 2 dollardır.Bu qiymət səviyyəsi üzrə Tələbin həcmi və Təklifin həcmi 7 dondurmaya bərabərdir.Bazar Tarazlığı zamanı alıcıların almaq istədikləri və almağa qadir olduqları əmtəənin həcmi satıcıların satmaq istədikləri və satmağa qadir olduqları həcmə bərabər olur.Bu zaman bazar tənzimlənir,çünki Tarazlıq qiyməti hamının ürəyincə olur.Belə ki,bu qiymət səviyyəsində alıcılar almaq istədikləri hər şeyi almağa, satıcılar isə satmaq istədikləri hər şeyi satmağa nail olurlar.



27. Tələbin qiymət elastikliyinin mahiyyətini, onun necə hesablandığını izah edin.

Cavab: Bildiyimiz kimi tələb və təklif iqtisadçıların istifadə etdiyi əsas iki məfhumdur və bazarın hərəkətverici qüvvələri sayılır. Tələb qanununa görə hər hansı əmtəənin qiyməti artdıqda ona olan tələbin həcmi azalır. Hər hansı bir əmtəənin qiyməti aşağı düşdükdə, istehlakçıların gəlirləri artıqda, əvəzedici əmtəələrin qiyməti qalxdıqda və ya tamamlayıcı əmtəələrin qiyməti azaldıqda istehlakçılar bu əmtəədən daha çox alırlar. Lakin, bizim müzakirəmiz kəmiyyət deyil, keyfiyyət üzərində qurulmuşdu. Qeyd olunan dəyişənlərin dəyişməsinə istehlakçıların kəmiyyət etibarı ilə necə cavab verəcəyini ölçmək üçün iqtisadçılar elastiklik anlayışını istifadə edirlər.

ELASTİKLİK – tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır.

Tələbin qiymət elastikliyi bir əmtəənin qiymətinin dəyişməsi nəticəsində ona olan tələbin həcminin nə qədər dəyişməsinin ölçüsüdür və tələbin həcminin faiz dəyişməsinin qiymətdəki faiz dəyişməsinə nisbəti kimi hesablanılır. Tələbin qiymət elastikliyi tələbin həcminin qiymət dəyişməsinə hansı miqdarda cavab verdiyini ölçür. Əgər qiymət dəyişməsinə cavab olaraq tələbin həcmi çox dəyişirsə, bu əmtəəyə olan tələbin elastik olduğu deyilir. Əgər qiymət dəyişməsinə cavab olaraq tələbin həcmi az dəyişərsə, bu əmtəəyə olan tələbin qeyri-elastik olduğu deyilir.

Hər hansı bir əmtəəyə olan tələbin qiymət elastikliyi, bu əmtəənin qiyməti qalxdıqca istehlakçıların bu əmtəədən imtina etməyə nə qədər həvəsli olduqlarını ölçür. Beləliklə, elastiklik istehlakçıların zövqünü müəyyən edən bir çox iqtisadi, sosial və psixoloji amilləri əks etdirir. Bununla yanaşı, tələbin qiymət elastikliyinə təsir edən bir sıra amillər vardır: Zəruri istehlak malları və dəbdəbə malları, bazar hüdudları, yaxın əvəzedici əmtəənin mövcudluğu və zaman müddəti.

***28. Tələb elastik olduğu halda, qiymətin azalmasının məcmu gəlirə təsirini qrafik üzərində əsaslandırın və onun necə hesablandığını göstərin.**

Cavab: Elastik tələb məhsul və ya xidmətin qiymətindəki dəyişikliyin tələbin miqdarında mütənasib dəyişikliyə səbəb olduğu vəziyyətə aiddir. Elastik tələb o deməkdir ki, qiymət dəyişiklikləri istehlakçı davranışına əhəmiyyətli təsir göstərir. Belə olan halda qiymətin aşağı düşməsi tələbi artırsa da, gəlirə təsir edəcək.

Ümumi gəlir məhsul və ya xidmətin satış məbləğinin və onun qiymətinin məhsuludur. Tələb elastik olarsa, qiymətin azalması tələb olunan kəmiyyəti artırır, lakin bu artım qiymətin kəsilməsindən əldə edilən gəlir itkisini kompensasiya edə bilər.

Ümumi gəliri hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə etmək olar:

Məcmu gəliri = Qiymət x Miqdar

Məsələn, tutaq ki, bir məhsulun qiyməti 10 AZN-dir və 100 ədəd o qiymətə satılır. Bu halda məcmu gəliri aşağıdakı kimi hesablanır:

Məcmu gəliri = 10 AZN x 100 = 1000 AZN

Deyək ki, biz qiyməti 8 AZN-ə endirdik və tələb olunan miqdar 120 ədədə yüksəldikdə, yeni həcm aşağıdakı kimi hesablanacaq:

Məcmu gəliri = 8 AZN x 120 = 960 AZN

Bu halda qiymətin azalması tələb olunan kəmiyyət artımını kompensasiya edə bilmədiyi üçün gəlir azalıb.

Müşahidə olunur ki, tələb elastik olarsa, qiymətin azalması və tələbin miqdarının artması məcmu gəliri artıra bilər. Bununla belə, tələbin elastiklik əmsalı qiymət və tələb arasındakı həssaslığı ölçür və bu əmsaldan asılı olaraq məcmu gəlirin necə dəyişəcəyini müəyyən edir. Elastik tələb o zaman yaranır ki, tələb qiymətə həssas olur və qiymət azaldıqca tələb kəmiyyəti daha çox artır, deməli, gəlirlərin həcmi artır.

29. Təklifin qiymət elastikliyinin mahiyyətini, onun necə hesablandığını izah edin.

Cavab: Bildiyimiz kimi tələb və təklif iqtisadçıların istifadə etdiyi əsas iki məfhumdur. Təklif qanununa görə yüksək qiymətlər təklifin həcminin artmasına səbəb olur. **ELASTİKLİK –** tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır. Təklifin qiymət elastikliyi təklifin həcminin qiymət dəyişmələri nəticəsində necə dəyişdiyini ölçür. Təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində çox dəyişərsə, təklifin elastik olduğu deyilir. Təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində az dəyişərsə, təklifin qeyri-elastik olduğu deyilir.

Təklifin qiymət elastikliyi, satıcıların istehsal etdikləri əmtəənin miqdarını dəyişə bilmələrindən asılıdır. Məsələn, dəniz kənarı çimərlik sahəsinin təklifi qeyri-elastikdir çünki ondan daha çox istehsal etmək mümkün deyil. Bunun əksinə olaraq, kitablar, avtomobillər və televizor kimi əmtəələr üzrə təklif elastikdir, çünki qiymətlər qalxdıqda bu əmtəələrin istehsalçılan öz zavodlarının iş rejimini artıra bilərlər.

Bir çox bazarlarda, təklifin qiymət elastikliyinin əsas müəyyənedici amili vaxtdır. Adətən uzun müddətdə təklif qısa müddətə nisbətən daha elastikdir. Qısa müddət ərzində, müəssisələr daha çox və va daha az məhsul istehsal etmək üçün öz zavodlarının iş rejimini dəyişə bilməzlər. Buna

görə də, qısa müddətdə, təklifin həcminin qiymət dəyişmələrinə həssaslığı azdır. Bunun əksinə olaraq, uzun müddətdə, müəssisələr yeni zavodlar tikə bilər və ya köhnələrini bağlaya bilərlər. Əlavə olaraq, yeni firmalar bazara daxil ola bilər və ya köhnələri bazardan xaric ola bilər. Beləliklə, uzun müddətdə, təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində əhəmiyyətli dərəcədə dəyişə bilər.
İqtisadçılar təklifin qiymət elastikliyini təklifin həcmindəki faiz dəyişməsinin qiymətdəki faiz dəyişməsinə nisbəti kimi hesablayırlar.

$$\text{Təklifin qiymət elastikliyi} = \frac{\text{Təklifin həcmindəki faiz dəyişikliyi}}{\text{Qıymətdəkı faız dəyışıklıyı}}$$

***30. Təsəvvür edin ki, biznes səyahətə gedənlərin Bakıdan Nyu-Yorka təyyarə biletinə olan tələbləri aşağıdakı kimidir: Biletin qiyməti 1800 manatdan 1850 manata yüksəldikdə istirahətə gedənlər (İİ) üçün tələbin qiymət elastikliyini hesablayın (orta nöqtə metodundan istifadə edin)**

Qiymət	**Tələbin həcmi** (biznes səyahətçiləri)	**Tələbin həcmi (səyahətə gedənlər)**
1900 azn	2300 bilet	1000 bilet
1800	2100	800
1850	2000	600
800	1800	400

Cavab: Tələbin qiymət elastikliyini hesablamaq üçün orta nöqtə metodundan istifadə edəcəyik. Bu metodda, qiymət dəyişikliyi və tələbin həcmi dəyişikliyi arasında əlaqəni tapmaq üçün hər iki dəyişiklik nisbətini hesablayırıq.
İlk olaraq, qiymət dəyişikliyini hesablayaq
ΔP = (1850 - 1800) / ((1800 + 1850) / 2) = 50 / 1825 = 0.0274
Burada ΔP, qiymət dəyişikliyinin nisbətini təmsil edir.
Sonra, tələbin həcmi dəyişikliyini hesablayaq:
ΔQ_I = (2100 - 2300) / ((2300 + 2100) / 2) = -200 / 2200 = -0.0909
Burada ΔQ_I, biznes səyahətçilərinin tələbinin həcmi dəyişikliyinin nisbətini təmsil edir.
Son olaraq, səyahətə gedənlərin tələbinin həcmi dəyişikliyini hesablayaq:
ΔQ_S = (600 - 1000) / ((600 + 1000) / 2) = -400 / 800 = -0.5
Burada ΔQ_S, səyahətə gedənlərin tələbinin həcmi dəyişikliyinin nisbətini təmsil edir.
Son olaraq, qiymət elastikliyini hesablayaq:
E_I = ΔQ_I / ΔP = (-0.0909) / (0.0274) ≈ -3.3212

$E_S = \Delta Q_S / \Delta P = (-0.5) / (0.0274) \approx -18.2482$

Bu nəticələrə əsasən, biznes səyahətçilərinin tələbinin qiymət elastikliyi -3.3212, səyahətə gedənlərin tələbinin qiymət elastikliyi isə -18.2482 olur. Bu, qiymət artıqca biznes səyahətçilərinin tələbinin nisbətən daha az dəyişdiyini, səyahətə gedənlərin tələbinin isə nisbətən daha çox dəyişdiyini göstərir. Qiymət elastikliyi əks istiqamətdə (mənfi) olduğu üçün, qiymət artdıqca tələb düşür.

31. Tələbin qiymət elastikliyinə təsir edən amilləri izah edin.

Cavab: Tələb qanununa görə hər hansı əmtəənin qiyməti artdıqda ona olan tələbin həcmi azalır. Tələbin qiymət elastikliyi tələbin həcminin qiymət dəyişməsinə hansı miqdarda cavab verdiyini ölçür. Əgər qiymət dəyişməsinə cavab olaraq tələbin həcmi çox dəyişirsə, bu əmtəəyə olan tələbin elastik olduğu deyilir. Əgər qiymət dəyişməsinə cavab olaraq tələbin həcmi az dəyişərsə, bu əmtəəyə olan tələbin qeyri-elastik olduğu deyilir. Biz tələbin qiymət elastikliyinə təsir edən amillər haqqında bəzi ümumi qaydaları deyə bilərik.

Yaxın Əvəzedici Əmtəələrin Mövcudluğu: İstehlakçılar üçün əvəzedici əmtəələrin birindən digərinə keçmək asan olduğundan, yaxın əvəzediciləri olan əmtəələrin tələb elastikliyi daha çox olur. Məsələn, kərə yağı və marqarin asanlıqla əvəz oluna bilər. Marqarinin qiyməti sabit qalmaqla kərə yağının qiymətində kiçik bir dəyişmə, satılan kərə yağı miqdarının böyük həcmdə azalmasına gətirib çıxarır. Bunun əksinə olaraq, yumurta yaxın əvəzedicisi olmayan qida məhsuludur. Buna görə də, yumurtalara olan tələb kərə yağına olan tələbə nisbətən daha az elastikdir.

Zəruri İstehlak Malları və Dəbdəbə Malları: Zəruri istehlak mallarına olan tələb adətən qeyri-elastik, dəbdəbə mallarına olan tələb isə elastik olur. Tibb xidmətlərinin qiyməti qalxdıqda, insanlar həkimə müraciətlərin sayını kəskin surətdə azaltmayacaqlar. Bunun əksinə olaraq əyləncə üçün istifadə olunan qayıqların qiyməti qalxdıqda onlara olan tələb kəskin surətdə azalır. Bunun səbəbi əksər insanlar üçün həkim xidmətinin zəruri, qayıqda əylənməyin isə dəbdəbə olmasıdır. Əlbəttə, bir əmtəənin dəbdəbə və ya zəruri istehlak malı olması onun özünə xas olan xüsusiyyətlərindən deyil, alıcının zövqündən asılıdır. Məsələn, öz sağlamlığı ilə az maraqlanan inadkar dənizçi üçün qayıq zəruri istehlak malı kimi qeyri-elastik tələbə, tibbi xidmət isə dəbdəbə kimi elastik tələbə malik ola bilər.

Bazar Hüdudları: Dar hüdudlarda müəyyən olunmuş bazarlarda tələb daha elastik olur. Çünki bu bazarlardakı əmtəələr üçün əvəzedici əmtəələr tapmaq daha asandır. Məsələn, yaxın əvəzediciləri olmadığından çox geniş kateqoriya olan qida məhsulları kifayət qədər qeyri-elastik tələbə malikdir. Daha məhdud kateqoriya olan dondurma isə digər desert növü ilə əvəz edilə bildiyindən daha elastik tələbə malikdir. Digər növ dondurmalarla asanlıqla əvəz edilə bildiyindən çox məhdud kateqoriya olan vanilli dondurma isə çox elastik tələbə malikdir.

Zaman Müddəti: Daha uzun zaman müddətləri ərzində əmtəələr daha elastik tələbə malik olur. Benzinin qiyməti artdıqda, ilk aylarda tələbin həcmi çox azalır. Vaxt keçdikcə isə, insanlar daha az benzin istifadə edən maşınlar alır, ictimai nəqliyyatdan istifadə etməyə başlayır və ya iş

yerlərinin yaxınlığına köçürlər. Bir neçə il ərzində, benzinə olan tələbin həcmi əhəmiyyətli dərəcədə azalır.

32. Tələbin gəlir elastikliyinin mahiyyətini izah edin.

Cavab: Tələb qanununa görə hər hansı əmtəənin qiyməti artdıqda ona olan tələbin həcmi azalır.

ELASTİKLİK – tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır. Tələbin qiymət elastikliyi ilə yanaşı, bazarda alıcıların fəaliyyətini təhlil etmək üçün iqtisadçılar eyni zamanda digər növ elastikliklərdən də istifadə edirlər.

TƏLƏBİN GƏLİR ELASTİKLİYİ *- istehlakçının gəlirinin dəyişməsi nəticəsində əmtəəyə olan tələbin həcminin nə qədər dəyişməsinin ölçüsüdür və tələbin həcminin faiz dəyişməsinin gəlirdəki faiz dəyişməsinə nisbəti kimi hesablanır.* Əmtəələrin əksəriyyəti normal əmtəələrdir: Gəlirin artması tələbin həcmini artırır tələbin həcmi və gəlir eyni istiqamətdə hərəkət etdiyi üçün normal əmtəənin gəlir elastikliyi müsbətdir. Bəzi əmtəələr isə, keyfiyyətsiz əmtəələr sayılır, məsələn, avtobus sərnişin daşıma xidməti: Gəlirin artması tələbin həcmini azaldır tələbin həcmi və gəlir əks istiqamətdə hərəkət etdiyi üçün keyfiyyətsiz əmtəənin gəlir elastikliyi mənfidir.

Hətta normal əmtəələr arasında, gəlir elastikliyinin ölçüsü əhəmiyyətli dərəcədə fərqlənə bilər. Qida və paltar kimi zəruri istehlak mallarının gəlir elastikliyi kiçik olur, çünki alıcılar gəlir səviyyələrindən asılı olmayaraq bu əmtəələrdən müəyyən qədər almalıdırlar. Balıq kürüsü və brilyant kimi dəbdəbə mallarının gəlir elastikliyi yüksək olur, çünki alıcılar gəlir səviyyələri aşağı olduqda bu əmtəələrdən istifadə etmədən də yaşaya biləcəklərini başa düşürlər.

33. Təklifin qiymət elastikliyini müəyyən edən amilləri izah edin.

Cavab: Bildiyimiz kimi tələb və təklif iqtisadçıların istifadə etdiyi əsas iki məfhumdur. Təklif qanununa görə yüksək qiymətlər təklifin həcminin artmasına səbəb olur. **ELASTİKLİK –** tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır. Təklifin qiymət elastikliyi təklifin həcminin qiymət dəyişmələri nəticəsində necə dəyişdiyini ölçür. Təklif qanununa görə yüksək qiymətlər təklifin həcminin artmasına səbəb olur. Təklifin qiymət elastikliyi təklifin həcminin qiymət dəyişmələri nəticəsində necə dəyişdiyini ölçür. Təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində çox dəyişərsə, təklifin elastik olduğu deyilir. Təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində az dəyişərsə, təklifin qeyri-elastik olduğu deyilir.

Təklifin qiymət elastikliyi, satıcıların istehsal etdikləri əmtəənin miqdarını dəyişə bilmələrindən asılıdır. Məsələn, dəniz kənarı çimərlik sahəsinin təklifi qeyri-elastikdir çünki ondan daha çox istehsal etmək mümkün deyil. Bunun əksinə olaraq, kitablar, avtomobillər və televizor kimi əmtəələr üzrə təklif elastikdir, çünki qiymətlər qalxdıqda bu əmtəələrin istehsalçılan öz zavodlarının iş rejimini artıra bilərlər.

Bir çox bazarlarda, təklifin qiymət elastikliyinin əsas müəyyənedici amili vaxtdır. Adətən uzun müddətdə təklif qısa müddətə nisbətən daha elastikdir. Qısa müddət ərzində, müəssisələr daha çox və va daha az məhsul istehsal etmək üçün öz zavodlarının iş rejimini dəyişə bilməzlər. Buna

görə də, qısa müddətdə, təklifin həcminin qiymət dəyişmələrinə həssaslığı azdır. Bunun əksinə olaraq, uzun müddətdə, müəssisələr yeni zavodlar tikə bilər və ya köhnələrini bağlaya bilərlər. Əlavə olaraq, yeni firmalar bazara daxil ola bilər və ya köhnələri bazardan xaric ola bilər. Beləliklə, uzun müddətdə, təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində əhəmiyyətli dərəcədə dəyişə bilər.

***34. Bir əmtəənin qiyməti 20 dollardan 25 dollara qalxır, tələbin miqdarı isə 210-dan 190 vahidə düşür. Orta nöqtə üsulu ilə tələbin qiymət elastikliyini hesablayın.**

Cavab: ELASTİKLİK – tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır.

Tələbin qiymət elastikliyi bir əmtəənin qiymətinin dəyişməsi nəticəsində ona olan tələbin həcminin nə qədər dəyişməsinin ölçüsüdür və tələbin həcminin faiz dəyişməsinin qiymətdəki faiz dəyişməsinə nisbəti kimi hesablanılır. Elastikliyi hesablamanın digər bir yolu isə orta nöqtə metodu ilə hesablamaqdır. Faiz dəyişmələrinin hesablanmasının standart yolu dəyişmə həcmini ilkin məbləğə bölməkdir. Bunun əksinə olaraq, orta nöqtə metodunda, faiz dəyişməsi dəyişmə həcmini ilkin və son məbləğlərin orta nöqtəsinə (və ya ortasına) bölməklə hesablanır. Q və P ilə işarə olunmuş iki nöqtə arasında tələbin qiymət elastikliyini orta nöqtə metodu ilə hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə edə bilərik:

$$\text{Tələbin qiymət elastikliyi} = \frac{Q2-Q1)/[(Q2+Q1)/2]}{(P2-P1)/(P2+P1)/2]} \qquad \text{Tələbin qiymət elastikliyi} = \frac{210-190)/[(210+190)/2]}{(25-20)/(25+20)/2]}$$

Kəsrin surəti orta nöqtə metodu ilə hesablanmış tələb həcmindəki faiz dəyişməsinə, məxrəci isə orta nöqtə metodu ilə hesablanmış qiymətdəki faiz dəyişməsinə bərabərdir.

35. Bəzi kimyəvi maddələrə tələb funksiyası Qd=800-P formulu ilə, bu məhsulun təklif funksiyası Qs=2P-100 formulu verilir. Burada, P-qiyməti (manatla), Qd və Qs isə tələb və təklifin həcmini göstərir (ayda tonla). Tarazlıq qiymətini (P) və tarazlı satış həcmini müəyyənləşdirin.

Cavab: Verilir: Qd=500-2P Axtar: P = ?
Qs=3P-500 Q (E) =?

Həlli: 1) 500-2P = 3P-500
- 2P - 3P = -500 - 500
5P = 1000
P = 200
2) Qd=500-2P = 500 - 2X200 =500 - 400 = 100
3) Qd = Qs = 100

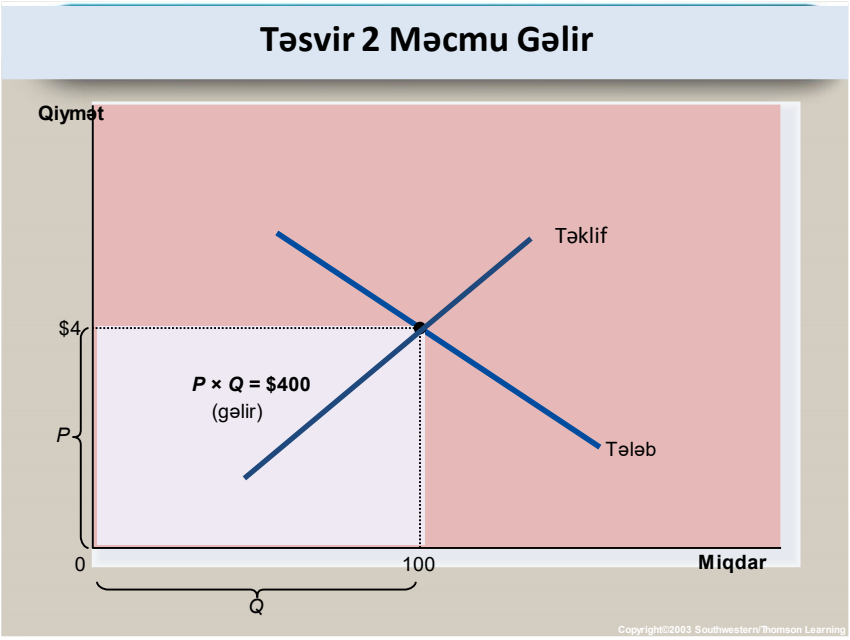
Cavab: Qd = Qs = Q (E) = 100
P = 200

36. Qiymət artdıqda tələbin qiymət elastikliyinin məcmu gəlirə təsirini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: MƏCMU GƏLİR - hər hansı bir əmtəənin alıcılarının ödədiyi və satıcıların əldə etdiyi məbləğdir və qiymətlə satış həcminin hasili kimi hesablanır

Hər hansı bir bazardakı tələb və təklifin necə dəyişdiyinə nəzər yetirərkən, biz çox vaxt məcmu gəlir ilə də maraqlanırıq. Yəni, alıcıların əmtəəni almaq üçün ödədikləri və satıcıların əldə etdiyi cəmi məbləğ. Məcmu gəlir P x Q-yə, yəni əmtəənin qiyməti ilə satış həcminin hasilinə bərabərdir. Biz məcmu gəliri, Təsvir 2-də olduğu kimi qrafik şəklində göstərə bilərik.

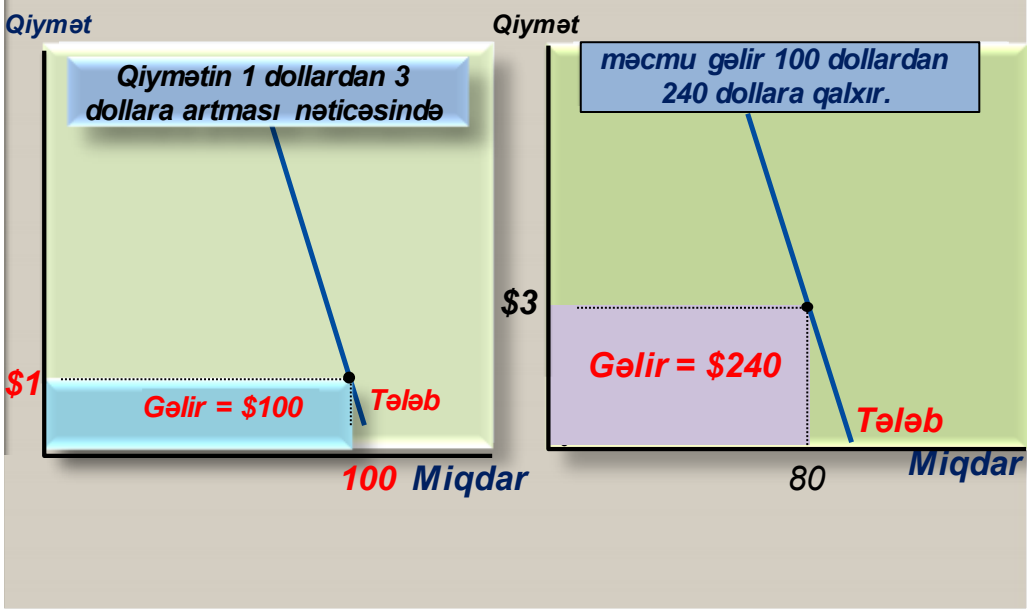
Təsvir 2 Məcmu Gəlir



Tələb əyrisinin altında qalan düzbucaqlının hündürlüyü P-yə, uzunluğu isə Q-yə bərabərdir. Bu düzbucaqlının sahəsi, P x Q, bazardakı məcmu gəlirə bərabərdir. Təsvir 2-də, P = 4 dollar və Q = 100 ədəd olduğu üçün, məcmu gəlir 400 dollara bərabərdir.

Tələb əyrisi üzərində hərəkət etdikcə məcmu gəlirin necə dəyişməsi tələbin qiymət elastikliyindən asılıdır. Əgər, tələb qeyri-elastik olarsa, qiymətin artması məcmu gəlirin artmasına gətirib çıxarır (Təsvir 3).

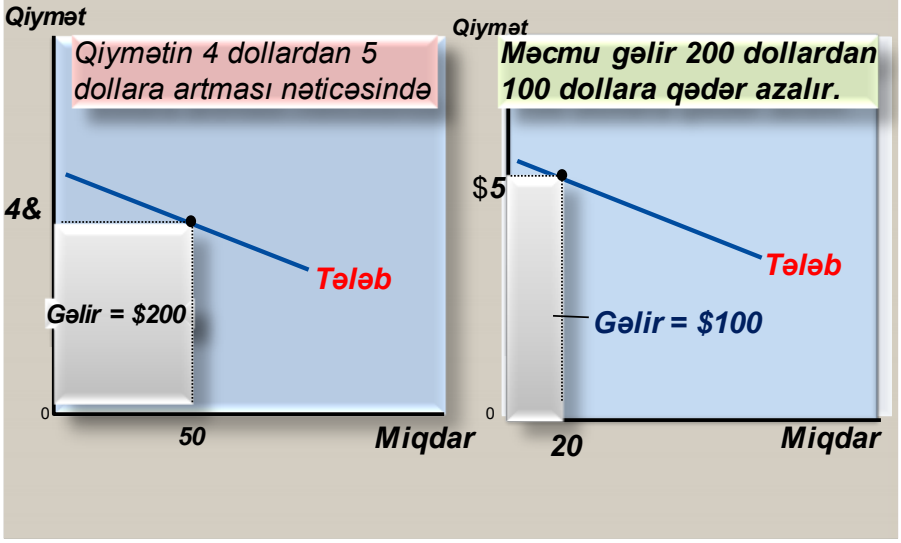
Təsvir 3. *Qeyri-Elastik Tələb*



Bu misalda, qiymətin 1-dən 3 dollara yüksəlməsi, tələbin həcminin 100-dən 80-ə azalması ilə nəticələndiyi üçün, məcmu gəlir 100-dən 240 dollara yüksəlir. Qiymətin yüksəlməsi P * Q-ni artırır, çünki Q-nin azalması P-nin artmasından proporsional olaraq daha azdır.

Tələb elastik olduqda biz əks nəticə əldə edirik: Qiymətin artması məcmu gəlirin azalması ilə nəticələnir. Məsələn, Təsvir 4-də, qiymət 4-dən 5 dollara yüksəldikdə, tələbin həcmi 50-dən 20-yə azalır və məcmu gəlir 200-dən 100 dollara azalır. Tələb elastik olduğu üçün, tələbin həcmindəki azalma o qədər böyükdür ki, qiymətin artmasının təsirini artıqlaması ilə dəf edir. Beləliklə, qiymətin artması P x Q-ni azaldır, çünki Q-nin azalması P-nin artmasından proporsional olaraq daha çoxdur.

Təsvir 4. Elastik Tələb

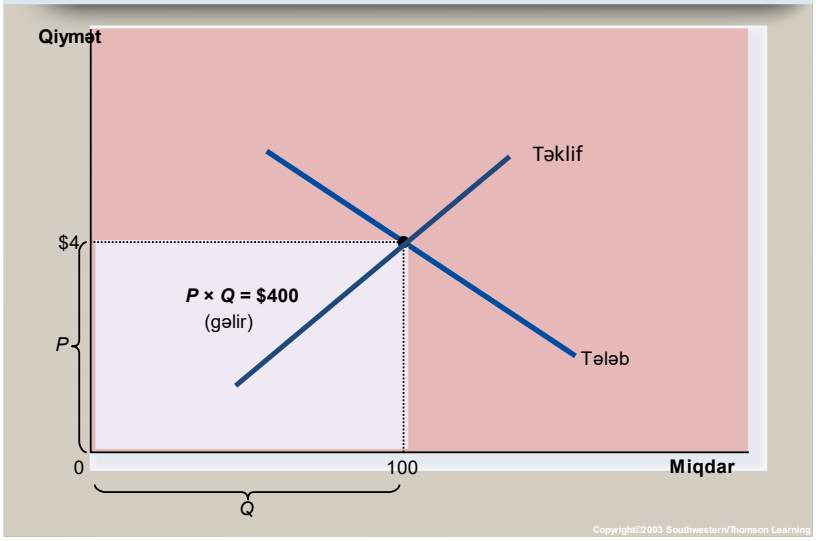


37. Tələb qeyri-elastik olduğu halda, qiymətin artmasının məcmu gəlirə təsirini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: MƏCMU GƏLİR - hər hansı bir əmtəənin alıcılarının ödədiyi və satıcıların əldə etdiyi məbləğdir və qiymətlə satış həcminin hasili kimi hesablanır

Hər hansı bir bazardakı tələb və təklifin necə dəyişdiyinə nəzər yetirərkən, biz çox vaxt məcmu gəlir ilə də maraqlanırıq. Yəni, alıcıların əmtəəni almaq üçün ödədikləri və satıcıların əldə etdiyi cəmi məbləğ. Məcmu gəlir P x Q-yə, yəni əmtəənin qiyməti ilə satış həcminin hasilinə bərabərdir. Biz məcmu gəliri, Təsvir 2-də olduğu kimi qrafik şəklində göstərə bilərik.

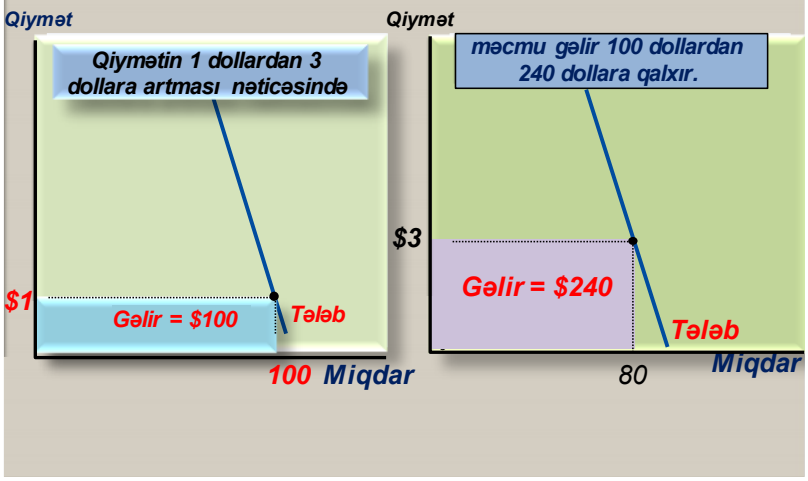
Təsvir 2 Məcmu Gəlir



Tələb əyrisinin altında qalan düzbucaqlının hündürlüyü P-yə, uzunluğu isə Q-yə bərabərdir. Bu düzbucaqlının sahəsi, P x Q, bazardakı məcmu gəlirə bərabərdir. Təsvir 2-də, P = 4 dollar və Q = 100 ədəd olduğu üçün, məcmu gəlir 400 dollara bərabərdir.

Tələb əyrisi üzərində hərəkət etdikcə məcmu gəlirin necə dəyişməsi tələbin qiymət elastikliyindən asılıdır. Əgər, tələb qeyri-elastik olarsa, qiymətin artması məcmu gəlirin artmasına gətirib çıxarır (Təsvir 3).

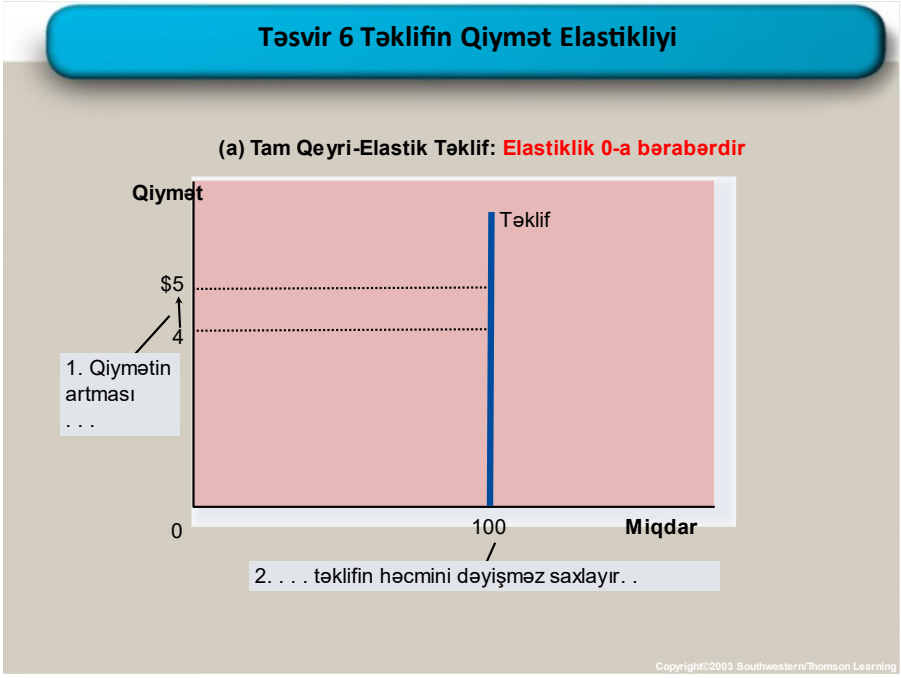
Təsvir 3. *Qeyri-Elastik Tələb*



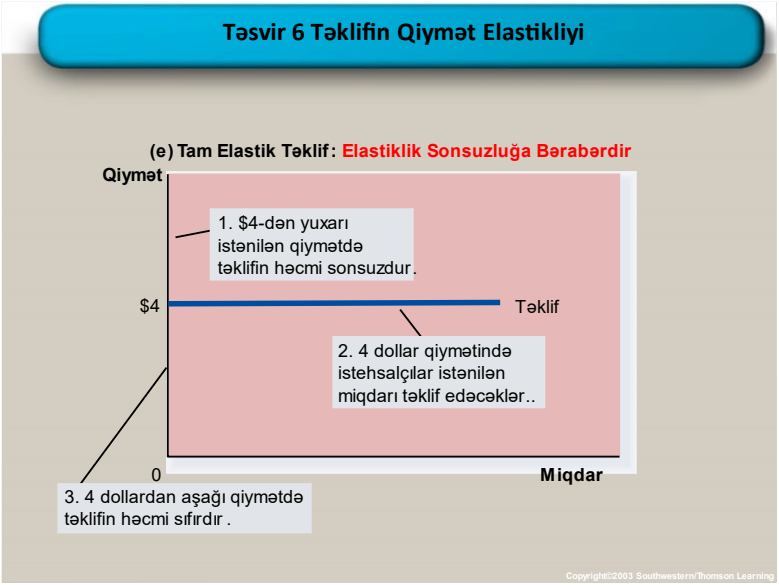
Bu misalda, qiymətin 1-dən 3 dollara yüksəlməsi, tələbin həcminin 100-dən 80-ə azalması ilə nəticələndiyi üçün, məcmu gəlir 100-dən 240 dollara yüksəlir. Qiymətin yüksəlməsi P * Q-ni artırır, çünki Q-nin azalması P-nin artmasından proporsional olaraq daha azdır.

38. Təklifin qiymət elastikliyi əsasında təklif əyrilərinin növlərinin qrafik təsvirini göstərin və izah edin.

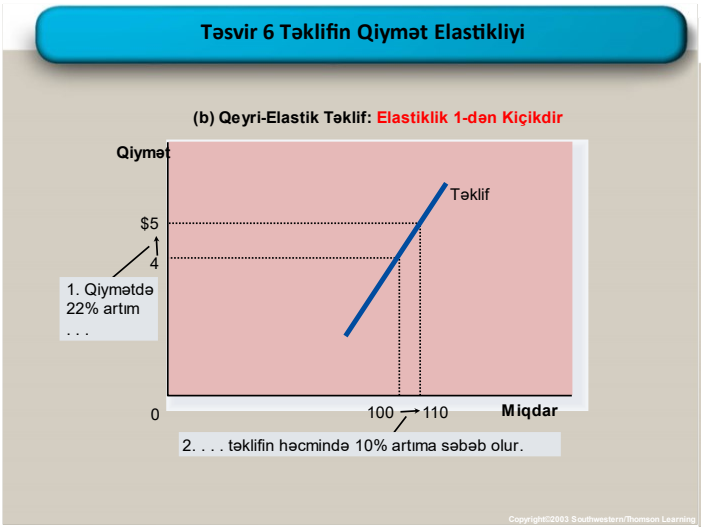
Cavab: Bildiyimiz kimi tələb və təklif iqtisadçıların istifadə etdiyi əsas iki məfhumdur. Təklif qanununa görə yüksək qiymətlər təklifin həcminin artmasına səbəb olur. **ELASTİKLİK –** tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır. Təklifin qiymət elastikliyi təklifin həcminin qiymət dəyişmələri nəticəsində necə dəyişdiyini ölçür. Təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində çox dəyişərsə, təklifin elastik olduğu deyilir. Təklifin həcmi qiymət dəyişmələri nəticəsində az dəyişərsə, təklifin qeyri-elastik olduğu deyilir. Təklifin qiymət elastiklivi təklifin həcminin qiymətə olan həssaslığını ölçdüyü üçün, təklif əyrisinin formasında əks olunur. Təsvir 6-da beş hal göstərilir. (a) hissəsində göstərilən müstəsna sıfır elastikliyi halında təklif tam qeyri-elastikdir və təklif əyrisi şaqulidir. Bu halda, qiymətdən asılı olmayaraq təklifin həcmi eynidir. Elastiklik artdıqca, təklif əyrisi yastılaşır və bu, təklifin həcminin qiymət dəyişmələrinə olan həssaslığının artdığını göstərir.

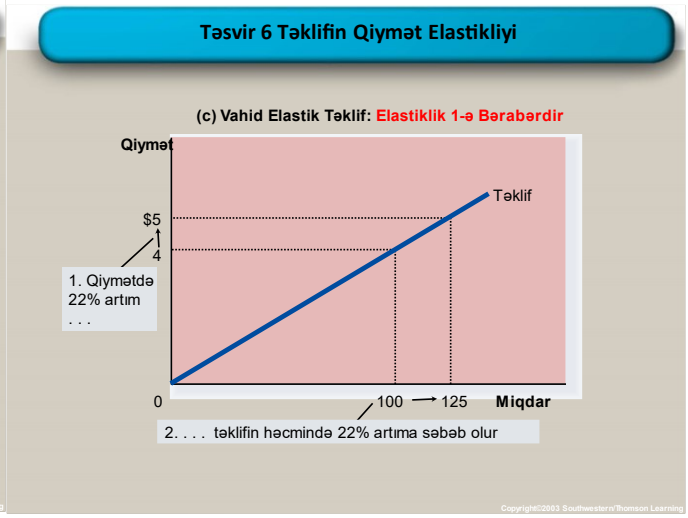


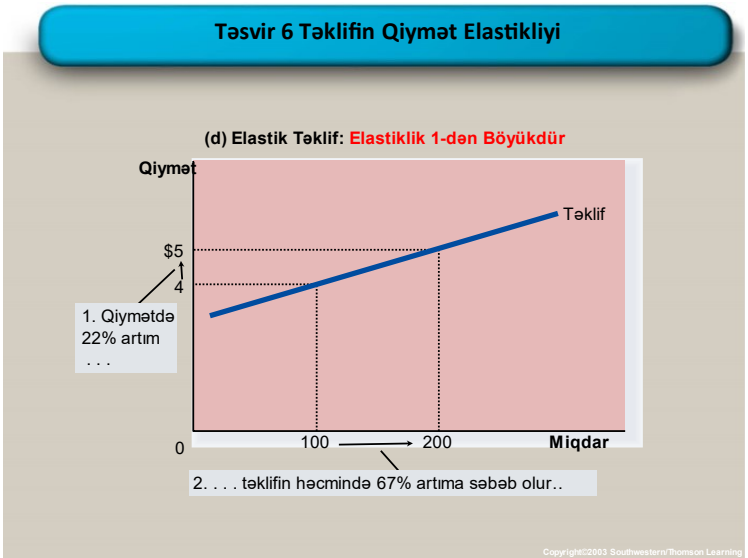
(e) hissəsində göstərilən digər bir müstəsna halda, təklif tam elastikdir. Bu hal, təklifin qiymət elastikliyinin sonsuzluğa yaxınlaşması halında baş verir. Təklif əyrisi üfüqi hal alır, yəni qiymətin çox az dəyişməsi, təklifin həcminin çox böyük miqdarda dəvişməsinə səbəb olur.



Digər növləri:





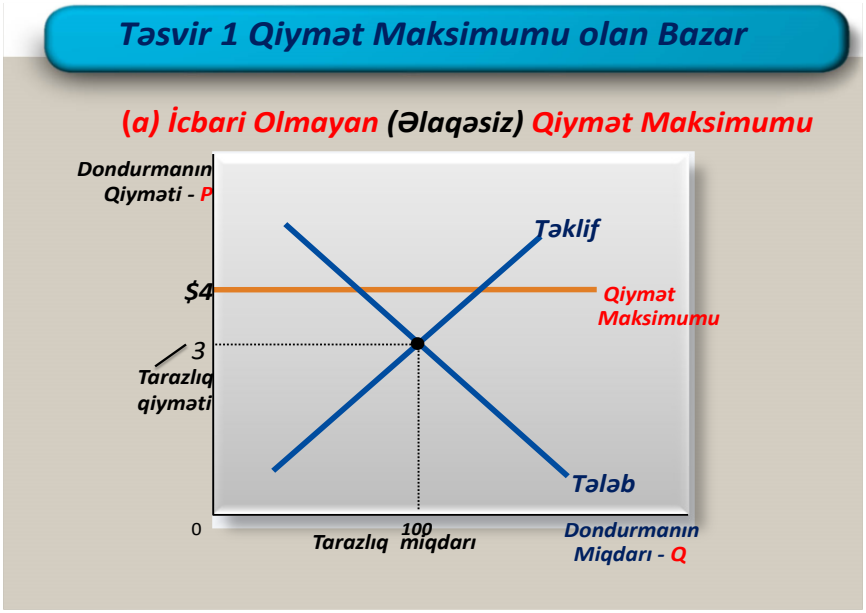


39. Qiymət maksimumunun mahiyyətini və onun bazar fəaliyyətinin nəticələrinə təsirini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: Qiymətlərin tənzimlənməsi. **1. *QİYMƏT MAKSİMUMU*** **-** bir əmtəənin qanunla müəyyən olunmuş maksimum qiymətidir. **2. *QİYMƏT MİNİMUMU*** **-** bir əmtəənin qanunla müəyyən olunmuş minimum qiymətidir.

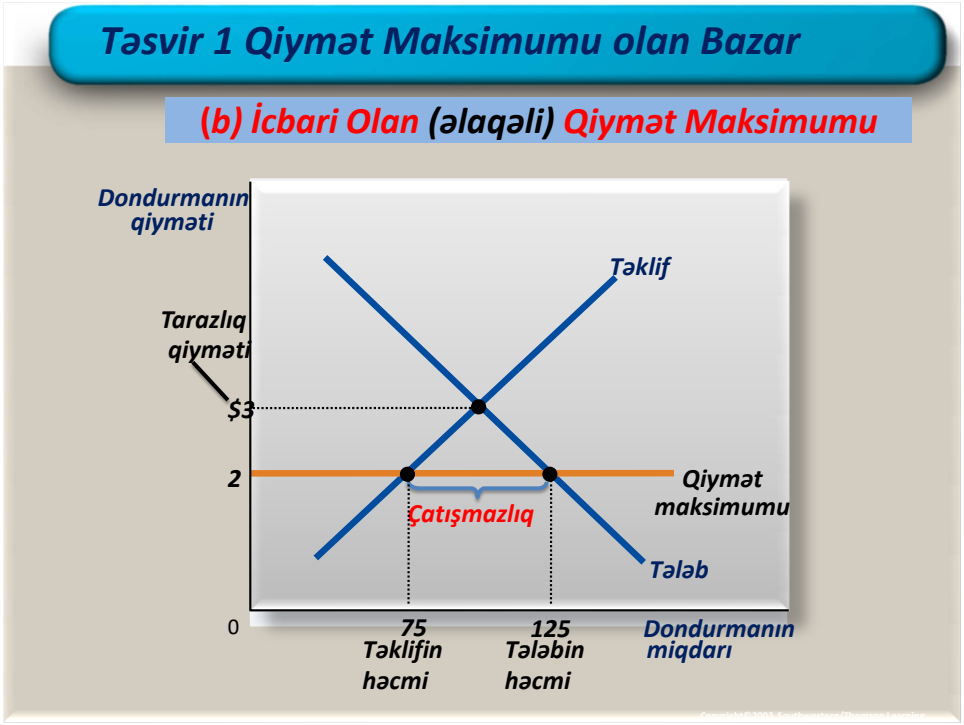
Qiymət tənzimlənməsinin bazar fəaliyyətinin nəticələrinə necə təsir etdiyini görmək üçün, gəlin dondurma bazarına nəzər yetirək. Bildiyimiz kimi, əgər dondurma dövlət tənzimlənməsi olmayan rəqabətli bazarda satılarsa, dondurmanın qiyməti tələb və təklifi tarazlaşdıracaq səviyyədə olur. Tarazlıq qiymətində, alıcıların almaq istədikləri dondurmaların sayı satıcıların satmaq istədikləri dondurmaların sayına bərabər olur. Əlbəttə, alıcılar hər zaman daha aşağı qiymət və satıcılar daha yuxarı qiymət istədikləri üçün, bu iki qrupun maraqları bir-biri ilə toqquşur. Əgər "Dondurma Sevənlər" öz səylərində müvəffəq olsalar, dövlət dondurmanın satış qiymətinə maksimum hədd qoyacaqdır. Bu halda, dondurmanın qiyməti müəyyən maksimum həddən yuxarı qalxa bilmədiyi üçün buna qiymət maksimumu deyilir. Misal üçün, tarazlıq qiymətinin 3 dollar olduğunu təsəvvür edək.

Əgər dövlət, "Dondurma Sevənlərin" şikayətləri və kampaniyası nəticəsində, dondurma bazarında qiymət maksimumu tətbiq edərsə, iki nəticə ortaya çıxa bilər. Təsvir 1-in (a) hissəsində, dövlət dondurmanın qiymətini 4 dollar olaraq müəyyən etmişdir. Bu halda, tələb və təklifi bərabərləşdirən tarazlıq qiyməti daha aşağı (3 dollar) olduğu üçün, qiymət maksimumunun heç bir təsiri yoxdur. Bazar qüvvələri təbii olaraq iqtisadiyyatı tarazlığa gətirir və qiymət maksimumunun nə bazar qiymətinə, nə də satış həcminə heç bir təsiri olmur.



Təsvir 1-in (b) hissəsində digər daha maraqlı hal göstərilmişdir. Bu halda, dövlət 2 dollar qiymət maksimumu müəyyən etmişdir. Tarazlıq qiyməti daha yuxarı (3 dollar) olduğu üçün, qiymət maksimumu bazara təsir edir. Tələb və təklif qüvvələri qiyməti tarazlığa doğru aparmağa çalışır, lakin bazar qiyməti qiymət maksimumundan daha yuxarı qalxa bilməz. Bunun nəticəsində bazar qiyməti qiymət maksimumuna bərabər olur. Bu qiymətdə, dondurmaya olan tələbin

həcmi (125 ədəd), təklifin həcmindən (75 ədəd) daha çoxdur. Bazarda çatışmazlıq olduğundan bəzi insanlar bu qiymətdə (2 dollar) dondurma almaq istəsələr də bunu edə bilmirlər.



Dövlət qiymət maksimumu tətbiq etdikdə iki nəticə ortaya çıxa bilər: 1. Əgər qiymət maksimumu tarazlıq qiymətindən yüksəkdirsə, qiymət maksimumunun heç bir təsiri yoxdur. 2. Əgər qiymət maksimumu tarazlıq qiymətindən aşağıdırsa, onda qiymət maksimumu bazarda çatışmazlığa gətirib çıxarır.

40. Alıcıların üzərinə qoyulan verginin bazarın fəaliyyətinə təsirini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: Dövlət vergilərdən ictimai məqsədləri maliyyələşdirmək üçün istifadə edir. Dövlət hər hansı bir əmtəə üzərinə vergi qoyduqda, bu əmtəənin tarazlıq miqdarı aşağı düşür. Hər hansı bir əmtəə üzərinə qoyulan vergi alıcıların ödədiyi qiymətlə, satıcıların əldə etdikləri qiymət arasında fərq yaradır**.**

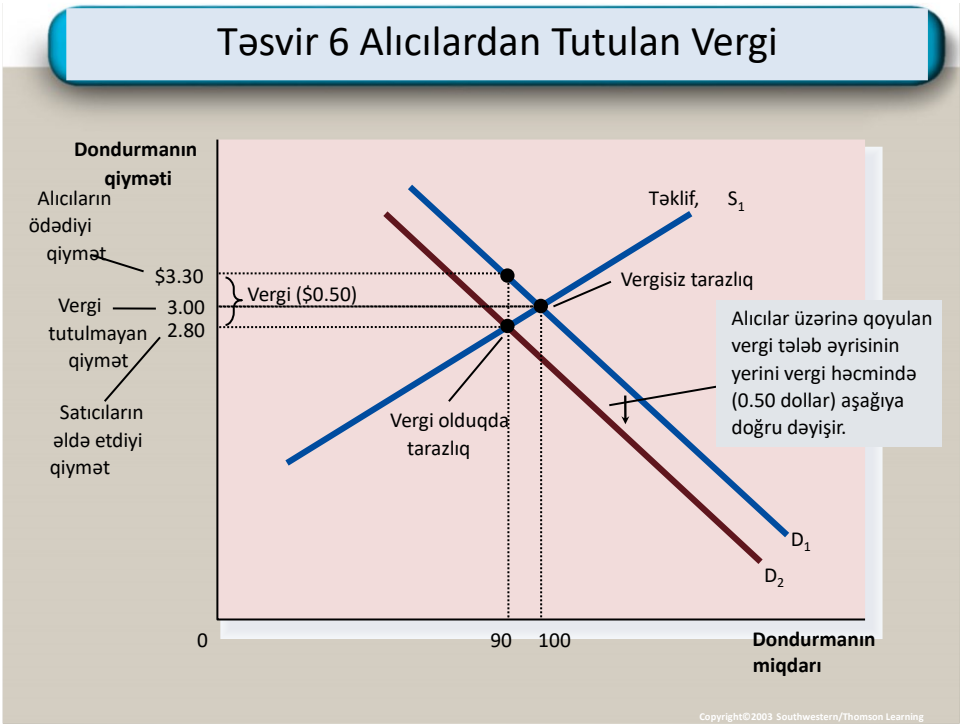
VERGİYƏ CƏLB OLUNMA- *Vergi yükünün bazar iştirakçıları arasında bölüşdürülməsi tərzidir.*
Təsəvvür edin ki, bizim yerli hökumət qanun çıxararaq hər bir dondurma alandan 0,50 dollar dövlətə vergi verməsini tələb edir. Bu qanunun dondurma alanlara və satanlara necə təsir etdiyini öyrənmək üçün, biz tələb və təklifin təhlilində istifadə olunan üç mərhələni tətbiq edək:

Birinci Mərhələ Vergi ilk olaraq dondurmaya olan tələbə təsir göstərir. Təklif əyrisi təsirə məruz qalmır. Çünki dondurmanın istənilən qiymətində satıcılar əvvəlki qədər dondurma satmaq həvəsindədirlər. Bunun əksinə olaraq, alıcılar dondurma aldıqda dövlətə vergi verməlidirlər (satıcılara ödədikləri qiymətləri— əlavə). Beləliklə, vergi tələb əyrisinin yerini dəyişir.

İkinci Mərhələ Vergi nəticəsində dondurma daha baha olduğu üçün, alıcılar istənilən qiymət səviyyəsində daha az dondurma tələb edəcəklər. Bunun nəticəsində, tələb əyrisi, Təsvir 6-da göstərildiyi kimi sola doğru (və ya ekvivalent olaraq aşağıya doğru) hərəkət edəcəkdir. Vergi

dondurmanın qiyməti üzərinə əlavə olunduğu üçün, alıcılar üçün dondurmanın faktiki qiyməti bazar qiymətindən 0,50 dollar daha yüksək olacaqdır. Digər sözlə, alıcıların əvvəlki miqdarda dondurma tələb etmələri üçün, bazar qiyməti 0,50 dollar aşağı olmalıdır ki, verginin təsiri olmasın. Beləliklə, vergi tələb əyrisini tam vergi məbləği qədər (yəni 0,50 dollar) D1-dən D2-yə hərəkət etdirir.

Üçüncü Mərhələ Biz ilkin tarazlıq ilə vergidən sonrakı tarazlıq müqayisə etməklə verginin təsirini təhlil edə bilərik. Təsvirdən göründüyü kimi, dondurmamn tarazlıq qiyməti 3,00 dollardan 2,80 dollara və tarazlıq miqdarı 100 ədəddən 90 ədədə düşür. Yeni tarazlıqda satıcılar daha az dondurma satdıqları və alıcılar daha az dondurma aldıqları üçün, verginin dondurma bazarına təsiri bazarın kiçilməsi ilə müşahidə olunur.



41. Satıcıların üzərinə qoyulan verginin bazarın fəaliyyətinə təsirini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: Dövlət Vergilərdən ictimai məqsədləri maliyyələşdirmək üçün istifadə edilir. Dövlət hər hansı bir əmtəə üzərinə vergi qoyduqda, bu əmtəənin tarazlıq miqdarı aşağı düşür. Hər hansı bir əmtəə üzərinə qoyulan vergi alıcıların ödədiyi qiymətlə, satıcıların əldə etdikləri qiymət arasında fərq yaradır**.**

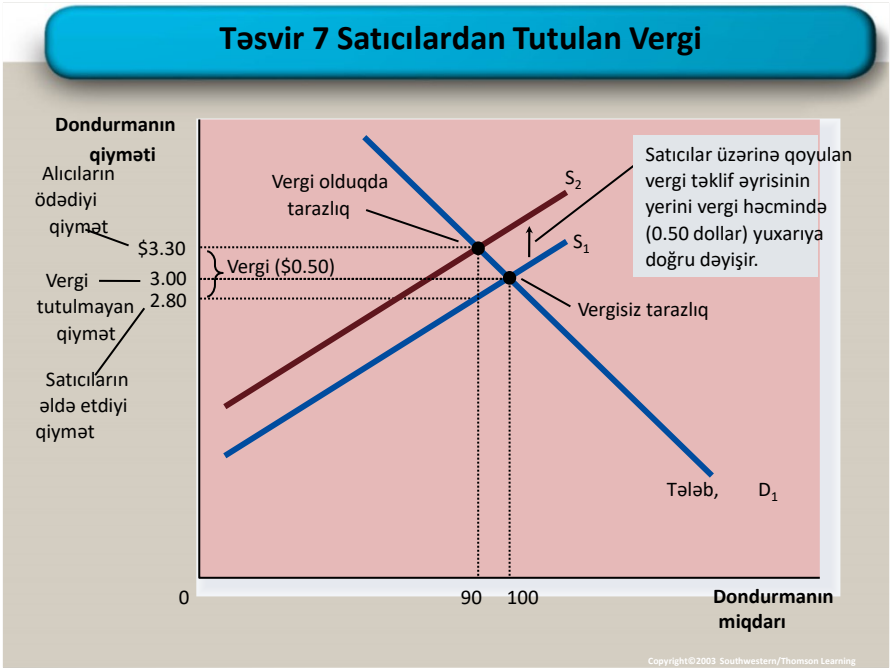
VERGİYƏ CƏLB OLUNMA- *Vergi yükünün bazar iştirakçıları arasında bölüşdürülməsi tərzidir.*

Təsəvvür edin ki, yerli hökumət qanun çıxararaq hər bir dondurma satışmdan 0,50 dollar dövlətə vergi verilməsini tələb edir. Bu qanunun təsirlərini öyrənmək üçün üç mərhələli təhlili tətbiq edək.

Birinci Mərhələ Alıcıların üzərinə vergi qoyulmadığı üçün, istənilən qiymət səviyyəsində dondurmaya olan tələbin həcmi eynidir; deməli, tələb əyrisi hərəkət etmir. Bunun əksinə olaraq, satıcıların üzərinə qoyulan vergi istənilən qiymət səviyyəsində dondurma satışını daha az mənfəətli edir və buna görə də təklif əyrisi hərəkət edir.

İkinci Mərhələ Satıcılar üzərinə qoyulan vergi dondurmanın maya dəyərini artırdığı üçün, istənilən qiymət səviyyəsində daha az dondurma təklif olunur. Təklif əyrisi sola doğru (və ya ekvivalent olaraq yuxarıya doğru) hərəkət edir. Dondurmanın istənilən bazar qiymətində, satıcılar üçün faktiki qiymət - vergini ödədikdən sonra onlara qalan xalis məbləğ - 0,50 dollar daha azdır. Beləliklə, Təsvir 7-də göstərildiyi kimi, təklif əyrisi tam vergi məbləği qədər (yəni 0,50 dollar) S1-dən S2-yə hərəkət edir.

Üçüncü Mərhələ İlkin tarazlıq ilə vergidən sonrakı tarazlığı müqayisə edək. Təsvir 7-dən göründüyü kimi, dondurmanın tarazlıq qiyməti 3,00 dolardan 3,30 dollara yüksəlir və tarazlıq miqdarı 100 ədəddən 90 ədədə düşür. Bazar qiyməti qalxdığı üçün, alıcılar hər bir dondurma üçün vergidən əvvəlki qiymətə nisbətən 0,30 dollar daha çox ödəyirlər. Satıcılar daha yüksək qiymət əldə etsələr də, onların faktiki olaraq əldə etdikləri qiymət (vergi ödəndikdən sonra) 3,00 dollardan 2,80 dollara düşür. Satıcıların üzərinə qoyulan vergi də dondurma bazarının kiçilməsinə səbəb olur.



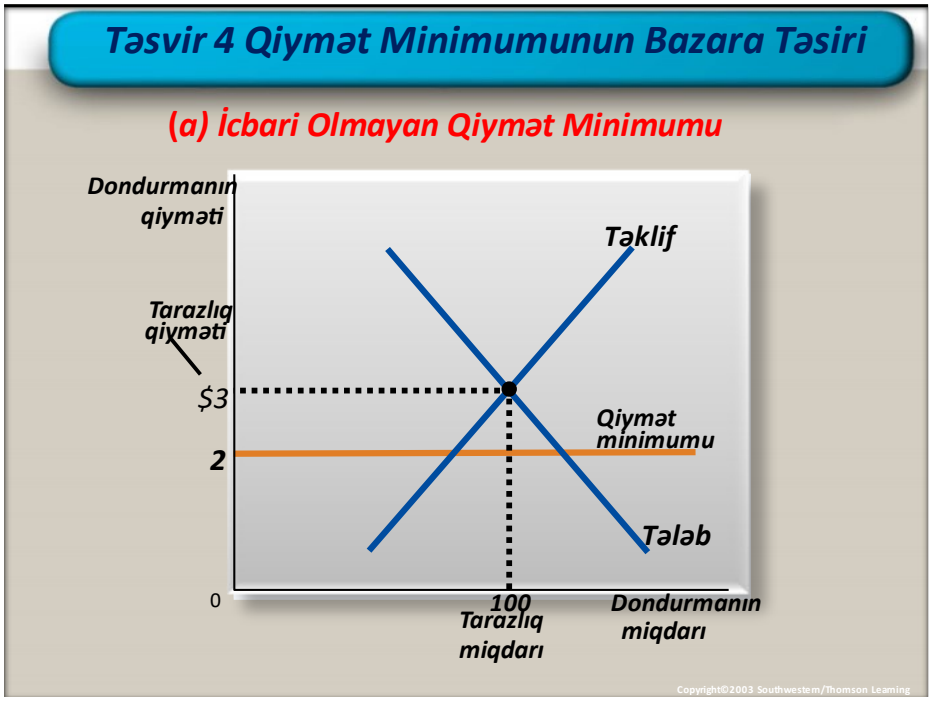
42. Qiymət minimumunun mahiyyətini və onun bazar fəaliyyətinin nəticələrinə təsirini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: Qiymətlərin tənzimlənməsi. **1. *QİYMƏT MAKSİMUMU*** - bir əmtəənin qanunla müəyyən olunmuş maksimum qiymətidir. **2. *QİYMƏT MİNİMUMU*** - bir əmtəənin qanunla müəyyən olunmuş minimum qiymətidir.

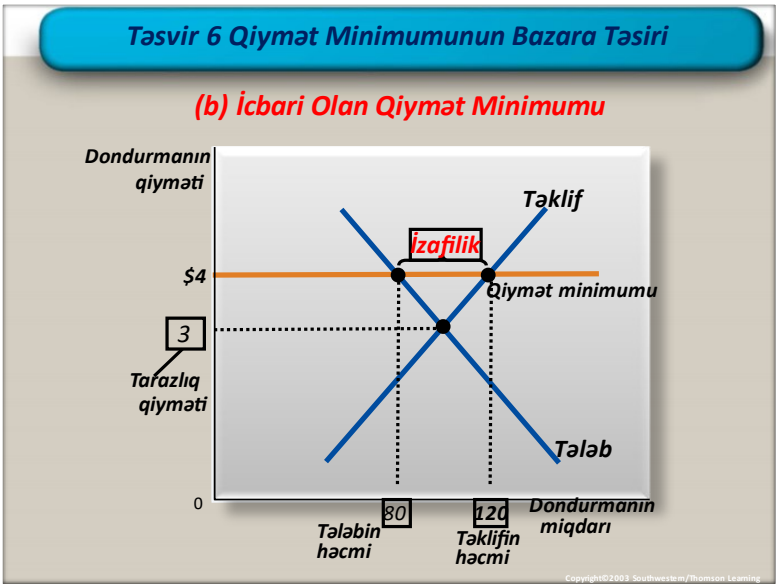
Qiymət tənzimlənməsinin bazar fəaliyyətinin nəticələrinə necə təsir etdiyini görmək üçün, gəlin dondurma bazarına nəzər yetirək. Əgər dondurma dövlət tənzimlənməsi olmayan rəqabətli bazarda satılarsa, dondurmanın qiyməti tələb və təklifi tarazlaşdıracaq səviyyədə olur. Əlbəttə, alıcılar hər zaman daha aşağı qiymət və satıcılar daha yuxarı qiymət istədikləri üçün, bu iki qrupun maraqları bir-biri ilə toqquşur. Dövlətin Milli Dondurma İstehsalçıları Təşkilatının şikayətlərini qəbul etdiyini təsəvvür edək. Bu halda, dövlət qiymət minimumu

tətbiq edə bilər. Dövlət bazarda minimum qiymət tətbiq etdikdə, iki nəticə əldə oluna bilər. 1)Qiymət minimumu tarazlıq qiymətindən aşağı olduğu üçün onun heç bir təsiri yoxdur. 2) Qiymət minimumu tarazlıq qiymətindən yüksək olduqda onun təsiri var və bu hal izafiliyə - təklif olunan məhsulun bolluğuna gətirib çıxarır.

Tarazlıq qiyməti 3 dollar olduğu halda, dövlət 2 dollar qiymət minimumu müəyyən edərsə, Təsvir 4-ün (a) hissəsində göstərilən nəticəni almış olarıq. Bu halda, tarazlıq qiyməti, qiymət minimumundan yüksək olduğu üçün, qiymət minimumunun heç bir təsiri yoxdur.

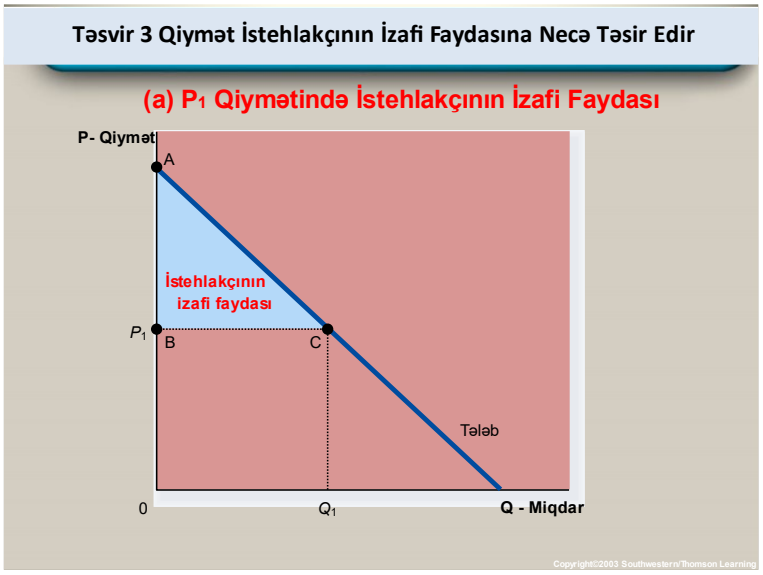


(b) hissəsində 4 dollar qiymət minimumunun müəyyən olunmasının təsiri göstərilir. Bu halda, 3 dollar tarazlıq qiyməti minimum qjymətdən aşağıdadır və buna görə də bazar nəticələrinə təsir edəcəkdir. Bu qiymətdə (4 dollar), dondurma üçün təklifin həcmi (120 ədəd), dondurmaya olan tələbin həcmindən (80 ədəd) daha çoxdur. Bəzi insanlar dondurma satmaq istəsələr də, bunu edə bilmirlər. Deməli, icbari qiymət minimumu əmtəə izafiliyi yaradır.

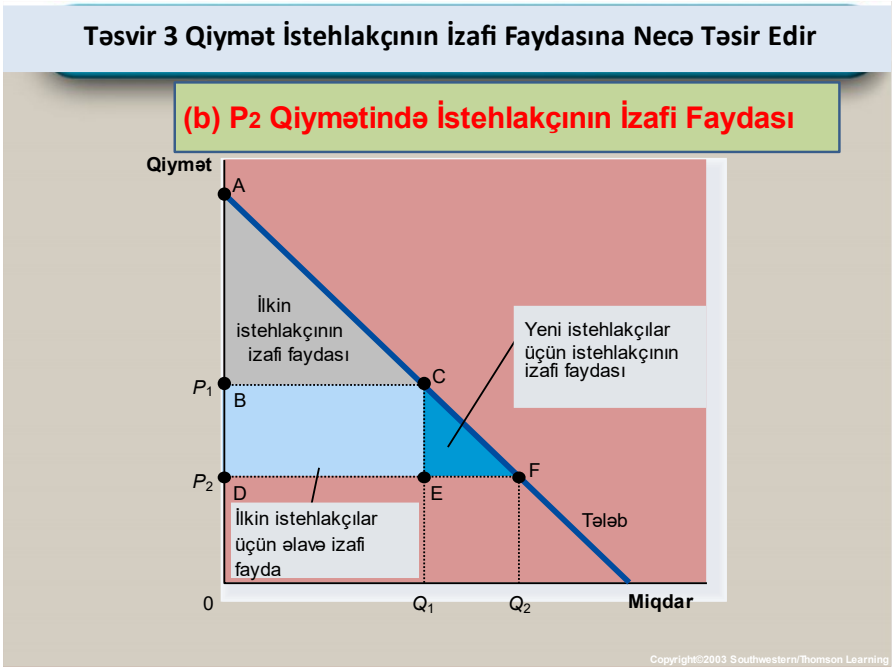


43. Aşağı qiymətin istehlakçıların izafi faydasına necə təsir etdiyini qrafik əsasında izah edin.

Cavab: **İstehlakçının izafi faydası**-*alıcının ödəməyə hazır olduğu məbləğlə alıcının faktiki olaraq ödədiyi məbləğin fərqi.* Təsvir 3-də aşağıya doğru meylli tələb əyrisi təsvir edilib. İstehlakçının izafi faydası qiymət xətti ilə tələb əyrisi arasında qalan sahəyə bərabərdir. Təsvirin (a) hissəsində P1 qiymətində İstehlakçının izafi faydası ABC üçbucağının sahəsinə bərabərdir.



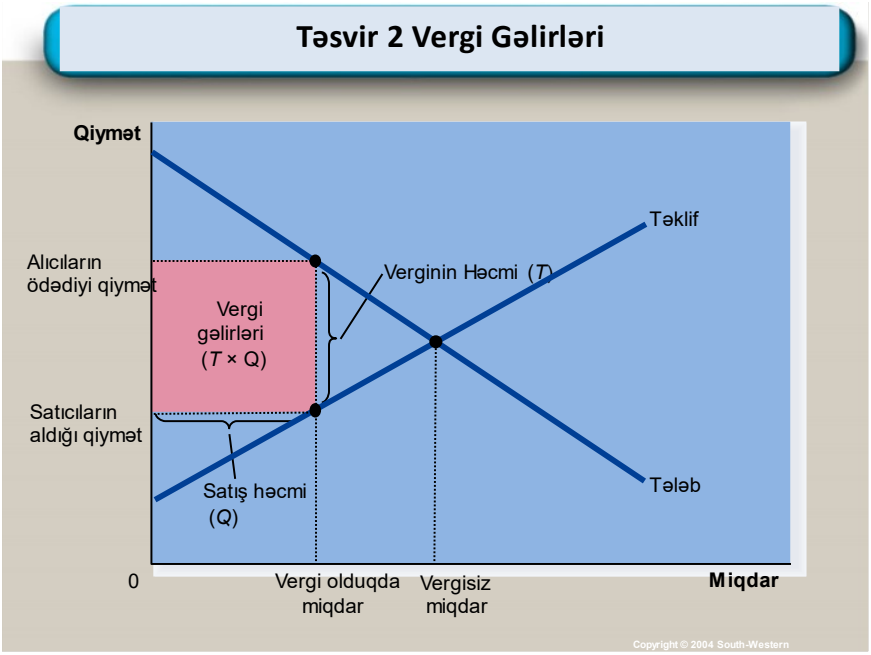
Təsvirin (b) hissəsində göstərildiyi kimi, qiymətin P_1 - dən P_2 -dək düşdüyünü təsəvvür edək. Bu halda İstehlakçının izafi faydası ADF üçbucağının sahəsinə bərabərdir. Qiymətin aşağı düşməsinə görə İstehlakçının izafi faydasında yaranan artım BCFD dördbucaqlısının sahəsi qədərdir.



İstehlakçının izafi faydasının bu artımı iki hissədən ibarətdir. Birincisi, hələ qiymət düşməmişdən əvvəl əmtəəni Q_1 miqdarında daha yüksək P_1 qiymətinə alan istehlakçılar indi qiymət aşağı olduğu üçün daha çox fayda əldə edirlər. Mövcud istehlakçıların izafi faydasının bu artımı onların əmtəə üçün ödədikləri qiymətin aşağı düşməsi ilə bağlıdır (təsvirdə bu miqdar BCED dördbucaqlısının sahəsi ilə təsvir edilib). İkincisi, əmtəənin qiyməti aşağı düşdüyünə görə bazara yeni alıcılar daxil olurlar. Nəticədə bazarda əmtəəyə olan tələbin həcmi Q_1-dən Q_2-dək artır. Bazara yeni daxil olan bu istehlakçıların izafi faydası isə CEF üçbucağının sahəsi ilə təsvir edilib.

***44. Bir əmtəənin üzərinə qoyulan verginin alıcıların ödədiyi qiymətə, satıcının gəlirinə və satışın həcminə təsirini qrafik əsasında izah edin.**

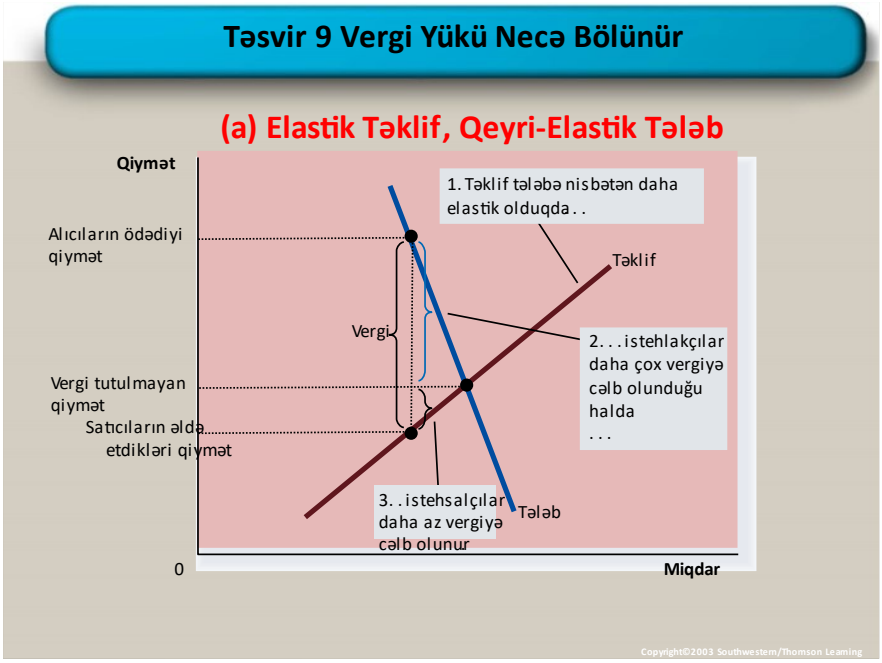
Cavab: Hər hansı bir əmtəəyə tətbiq edilən verginin xeyir və zərərini ölçsək; verginin alıcılara, satıcılara və dövlətə təsirini nəzərə almalıyıq. Alıcıların bazarda əldə etdikləri fayda istehlakçının izafi faydası ilə ölçülür. Bu, alıcıların hər hansı bir əmtəə üçün ödəməyə hazır olduqları məbləğlə həmin əmtəə üçün faktiki ödədikləri məbləğ arasındakı fərqə bərabərdir. Satıcıların bazarda əldə etdiyi fayda isə, istehsalçının izafi faydası ilə ölçülür ki, bu da satıcıların əmtəə üçün aldıqları məbləğlə onun maya dəyəri arasındakı fərqə bərabərdir.
Verginin həcmi T, satılan əmtəənin satış həcmini isə Q ilə işarə etsək, dövlətin vergidən əldə etdiyi ümumi gəlir T x Q-yə bərabər olar. Dövlət bu vergi gəlirindən yollar, polis və təhsil kimi xidmətləri təmin etmək və ya ehtiyacı olanlara yardım göstərmək məqsədilə istifadə edə bilər. Bu səbəbdən, verginin iqtisadi rifaha təsirini təhlil etmək və dövlətin vergidən əldə etdiyi faydanı ölçmək üçün vergi gəlirlərindən istifadə edirik.



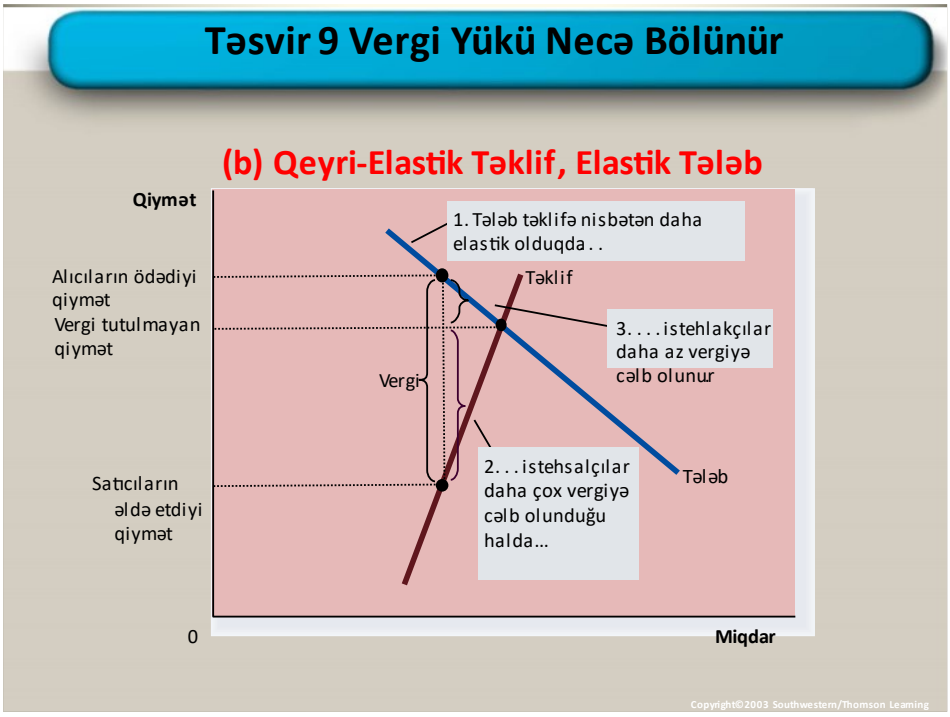
Təsvir 2-də dövlətin vergi gəlirlərinin həcmi tələb və təklif əyriləri arasındakı düzbucaqlı sahə ilə göstərilmişdir. Həmin düzbucaqlının hündürlüyü verginin həcmini, T, eni isə əmtəənin satış həcmi, Q-dür. Düzbucaqlının sahəsi onun hündürlüyü və eninin hasilinə bərabər olduğundan, bu düzbucaqlının sahəsi T x Q-yə bərabər olar ki, bu da vergi gəlirlərinə bərabərdir.

***45. Vergi yükünün alıcılar və satıcılar arasında bölüşdürülməsi mexanizmini qrafik təsvir əsasında izah edin.**

Cavab: Hər hansı əmtəənin üzərinə vergi qoyulduqda alıcılar və satıcılar vergi yükünü paylaşırlar. Yalnız çox nadir hallarda vergi yükü bərabər olaraq paylanacaqdır. Vergi yükünün necə bölündüyünü görmək üçün, Təsvir 9-da göstərilən iki müxtəlif bazarda verginin təsirinə nəzər salaq. Hər iki hissədə ilkin tələb əyrisi, təklif əyrisi və alıcıların ödədiyi və satıcıların əldə etdiyi qiymət arasında fərq yaradan vergi göstərilir.
Təsvir 9-un (a) hissəsində çox elastik təklif və nisbətən qeyri-elastik tələb əyrisi göstərilir. Yəni, burada satıcılar qiymət dəyişikliklərinə çox həssasdır (buna görə də təklif əyrisi nisbətən yastıdır), alıcılar isə bir o qədər də həssas deyil (buna görə də tələb əyrisi nisbətən dikdir). Bu bazara vergi tətbiq olunduqda, satıcıların əldə etdikləri qiymət bir o qədər də düşmür və deməli, satıcıların üzərinə düşən yük az olur. Bunun əksinə olaraq, alıcıların ödədiyi qiymət əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlir və deməli, vergi yükünün çox hissəsi alıcıların üzərinə düşür.



Təsvir 9-un (b) hissəsində nisbətən qeyri-elastik təklif və çox elastik tələb əyrisi olan bazar göstərilir. Bu halda, satıcılar qiymət dəyişikliklərinə bir o qədər də həssas deyil (buna görə də təklif əyrisi dikdir), alıcılar isə çox həssasdır (buna görə də tələb əyrisi daha yastıdır). Təsvirdən görüldüyü kimi, vergi tətbiq olunduqda, alıcıların ödədiyi qiymət bir o qədər də yüksəlmir. Lakin, satıcıların əldə etdiyi qiymət əhəmiyyətli dərəcədə düşür. Deməli, vergi yükünün çox hissəsi satıcıların üzərinə düşür.



Təsvir 9-un iki hissəsi vergi yükünün necə bölünməsi haqqında ümumi bir nəticəni göstərir: vergi yükü daha çox bazarın az elastik olan tərəfinə düşür. Mahiyyətcə, elastiklik, alıcı və satıcıların bazar şərtlərinin dəyişməsinə reaksiyasını göstərir. Tələb elastikliyinin az olması o deməkdir ki, alıcıların bu əmtəəni almaqdan başqa alternativləri çox deyil. Təklif elastikliyinin

az olması isə o deməkdir ki, satıcıların bu əmtəənin əvəzinə başqasını istehsal etmək imkanları çox deyil. Əmtəənin üzərinə vergi qoyulduqda, daha az alternativi olan tərəf asanlıqla bu bazardan çıxa bilmir və buna görə də, daha çox vergi yükü daşımalı olur.

46. İstehlakçıların ödəməyə hazır olduğu məbləğ, istehlakçının izafi faydası və tələb əyrisi arasındakı əlaqəni izah edin.

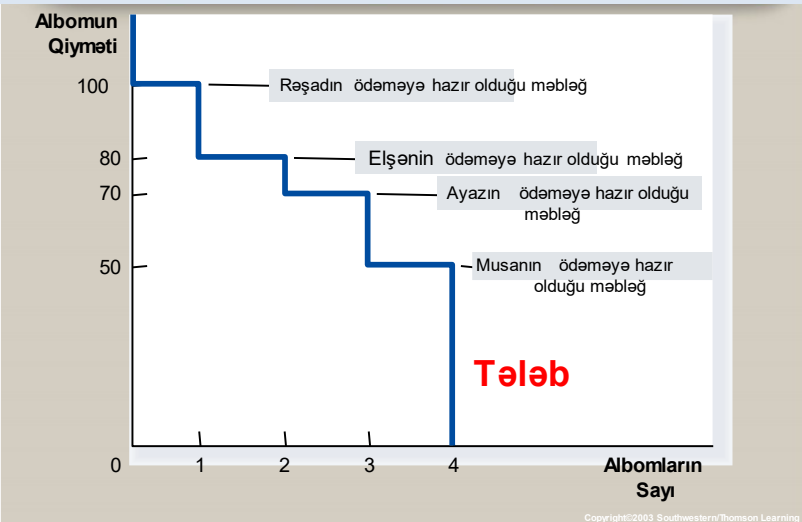
Cavab: Ödəməyə hazır olma- *Alıcının əmtəə üçün ödəməyə hazır olduğunu maksimum məbləğ.* **İstehlakçının izafi faydası-** alıcının ödəməyə hazır olduğu məbləğlə alıcının faktiki olaraq ödədiyi məbləğin fərqi. İstehlakçının izafi faydası bazar münasibətlərində iştirakdan alıcının əldə etdiyi faydanı ifadə edir. İstehlakçının izafi faydası ilə əmtəəyə olan tələb əyrisi arasında sıx əlaqə var.

CƏDVƏL 1

Dörd Mümkün Alıcının Ödəməyə Hazır Olduğu Məbləğ

Alıcı	Ödəməyə Hazır Olma
Rəşad	$100
Elşən	80
Ayaz	70
Musa	50

Təsvir 1 Tələb Cədvəli və Tələb Əyrisi

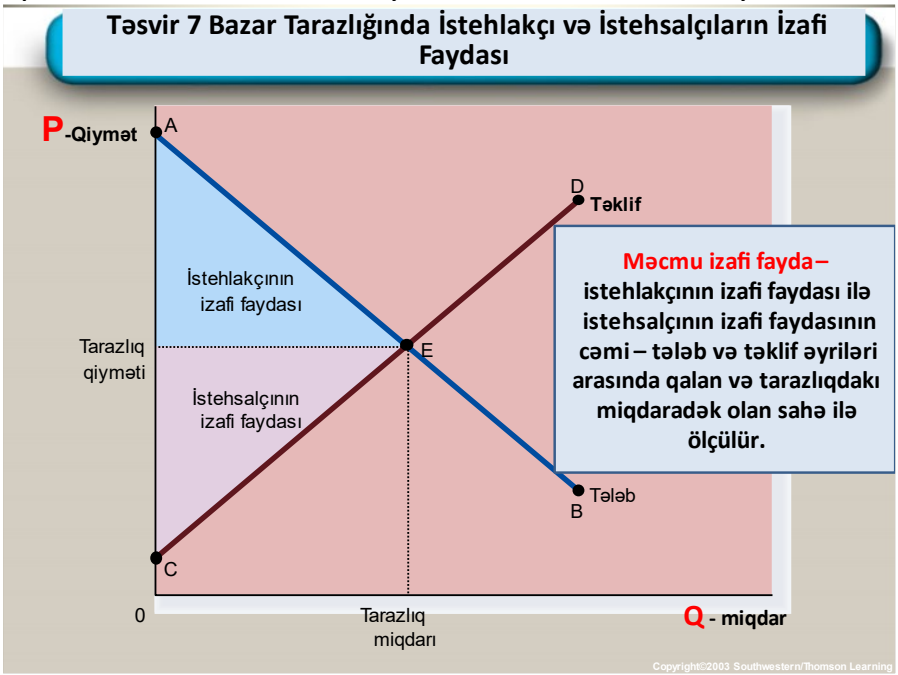


Təsvir 1-dəki Cədvəl 1-ə uyğun tələb qrafikini əks etdirir. Əgər qiymət 100 dollardan artıqdırsa, onda bazarda tələbin həcmi 0-a bərabərdir çünki, heç bir alıcı əmtəə üçün həmin məbləği ödəməyə razı deyil. Əgər qiymət 80 - 100 dollar arasındadırsa, onda tələbin həcmi 1-ə bərabərdir, çünki, Rəşad əmtəə üçün bu qədər ödəməyə razıdır. Əgər qiymət 70 - 80 dollar arasındadırsa, onda tələbin həcmi 2-yə bərabərdir, çünki, Rəşad və Elşən bu qiyməti ödəməyə

razıdırlar. Biz bu təhlili digər qiymətlər üçün də davam etdirə bilərik. Bu minvalla, dörd alıcının ödəməyə hazır olduqları maksimim qiymətlərdən istifadə edərək əmtəə üçün tələb qrafikini tərtib edə bilərik.
Təsvir 1-də bu tələb qrafikinə uyğun gələn tələb əyrisi təsvir edilib. Alıcıların əmtəə üçün ödəməyə hazır olduğu maksimum qiymət ilə tələb əyrisinin hündürlüyü arasındakı asılılığa diqqət yetirək. Əmtəənin hər hansı miqdarına uyğun gələn qiymət marjinal alıcının, yəni qiymət azacıq artan kimi bazarı tərk edən alıcının, əmtəə üçün ödəməyə hazır olduğu maksimum qiyməti ifadə edir. Məsələn, 4 albom üçün tələb əyrisinin hündürlüyü 50 dollara, yəni Musa (marjinal alıcının) albom üçün ödəməyə hazır olduğu maksimum qiymətə bərabərdir. Tələbin həcmi 3 albom olduqda isə, tələb əyrisinin hündürlüyü 70 yəni Ayaz (indi o marjinal alıcıdır) albom üçün ödəməyə hazır olduğu maksimum qiymətə bərabərdir.

47. Tələb-təklif qrafikində (diaqramında), bazar tarazlığı halında istehlakçının izafi faydası və istehsalçının izafi faydasını göstərin və onları izah edin.

Cavab: Təsvir 7-də bazarda tələb və təklifin tarazlığının yarandığı halda istehlakçılar və istehsalçıların izafi faydaları təsvir edilib. Yada salaq ki, İstehlakçının izafi faydası qiymət ilə tələb əyrisi arasındakı sahəyə bərabərdir, istehsalçının izafi faydası isə qiymət xətti ilə təklif əyrisi arasında qalan sahəyə bərabərdir. Beləliklə, tələb və təklif əyriləri arasında qalan və tarazlıq nöqtəsinə qədər olan sahə bazarda yaranan məcmu izafi faydanı təsvir edir.



Bazar tarazlıqda olarkən qiymət hansı alıcı və satıcıların bazarda iştirak edəcəyini müəyyən edir. Əmtəəyə tarazlıq qiymətindən daha artıq dəyər verən alıcılar (bu tələb əyrisi üzərində AE parçası ilə göstərilib) bazarda iştirak edirlər; əmtəəyə tarazlıq qiymətindən daha az qiymət verən alıcılar isə (bu tələb əyrisi üzərində EB parçası ilə göstərilib) bazarda iştirak etmirlər. Uyğun olaraq, məsrəfləri tarazlıq qiymətindən aşağı olan satıcılar (bu təklif əyrisi üzərində CE

parçası ilə göstərilib) məhsul istehsal edir və bazarda satırlar; məsrəfləri tarazlıq qiymətindən yuxarı olan satıcılar (bu təklif əyrisi üzərində ED parçası ilə göstərilib) bazarda iştirak etmirlər.

48. Satıcıların məsrəfləri, istehsalçının izafi faydası və təklif əyrisi arasındakı əlaqəni izah edin.

Cavab: Məsrəflər-İstehsalçının əmtəəni istehsal etməsi üçün sərf etdiyi məcmu dəyər.
İstehsalçının izafi faydası- satıcıya əmtəə üçün ödənilən məbləğ ilə satıcının məsrəfləri arasındakı fərq.
Ev sahibi olduğunuzu və evinizi rənglətdirmək istədiyinizi təsəvvür edin. Siz rəngsaz xidməti göstərən dörd nəfərə - Emin, Emil, Zaur və Tunar müraciət edirsiniz. Rəngsazların hər biri onlara sərf edən qiymətə evinizi rəngləməyə razıdırlar. Siz qərara gəlirsiniz ki, hər bir rəngsazdan qiymət təklifi alıb, hərrac keçirərək, işi ən aşağı qiymətə görən şəxsə həvalə edəsiniz.

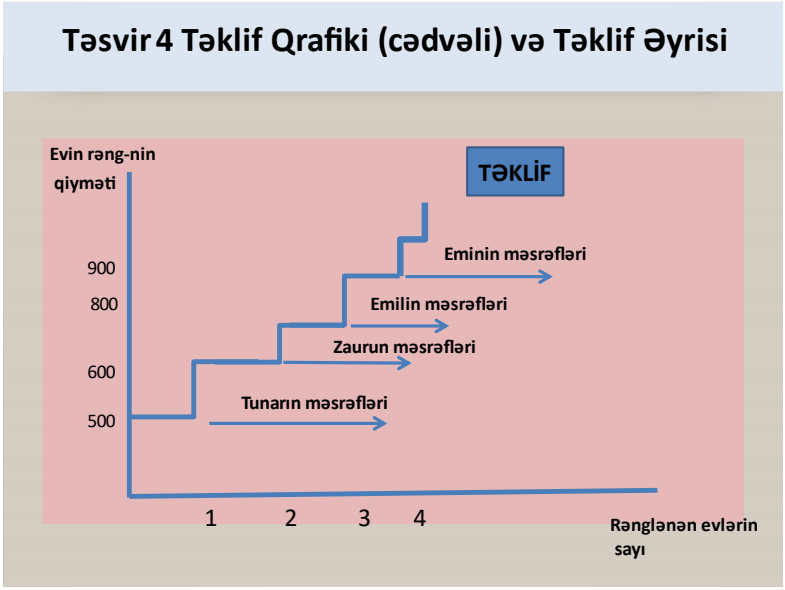
CƏDVƏL 2

Dörs Mümkün Satıcının Məsrəfləri

Satıcı	Məsrəflər
Emin	900 dollar
Emil	800 dollar
Zaur	600 dollar
Tunar	500 dollar

Cədvəl 2-də hər bir rəngsazın məsrəfləri göstərilmişdir. Rəngsazın məsrəfi, onun işi görmək müqabilində qəbul edəcəyi ən aşağı əmək haqqı olduğu üçün, bu həm də elə rəngsazın öz xidmətini satmağa hazır olduğu qiymətin ölçüsüdür. Tunar 600 dollar (və ya daha az), qiymət təklif edərsə, onda o yeganə iddiaçı olar. Tunarın məsrəfləri 500 dollar olduğundan o, bu işi cəmisi 600 dollara görməyə hazırdır. Emin, Emil və Zaur 600 dollardan aşağı qiymətə bu işi görməyə razı deyillər. Diqqət yetirin ki, işi görmək ən aşağı qiymət təklif edən rəngsaza həvalə edilir.
Təsvir 4-dəki cədvəldə məsrəfləri Cədvəl 2-də verilən qiymətlərə uyğun olan təklif qrafiki təsvir edilib. Əgər qiymət 500 dollardan aşağıdırsa, onda dörd rəngsazdan heç biri işi görməyə razı olmayacaq və təklifin həcmi sıfır olacaq. Əgər qiymət 500 - 600 dollar arasındadırsa, onda yalnız Tunar bu işi görməyə razı olar və təklifin həcmi vahidə bərabərdir. Əgər qiymət 600 - 800 dollar arasındadırsa, onda Tunar və Zaur işi görməyə razı olarlar və təklifin həcmi ikiyə bərabər olar və s. Beləliklə, təklif qrafiki dörd rəngsazın məsrəflərinə əsasən təyin edilir.

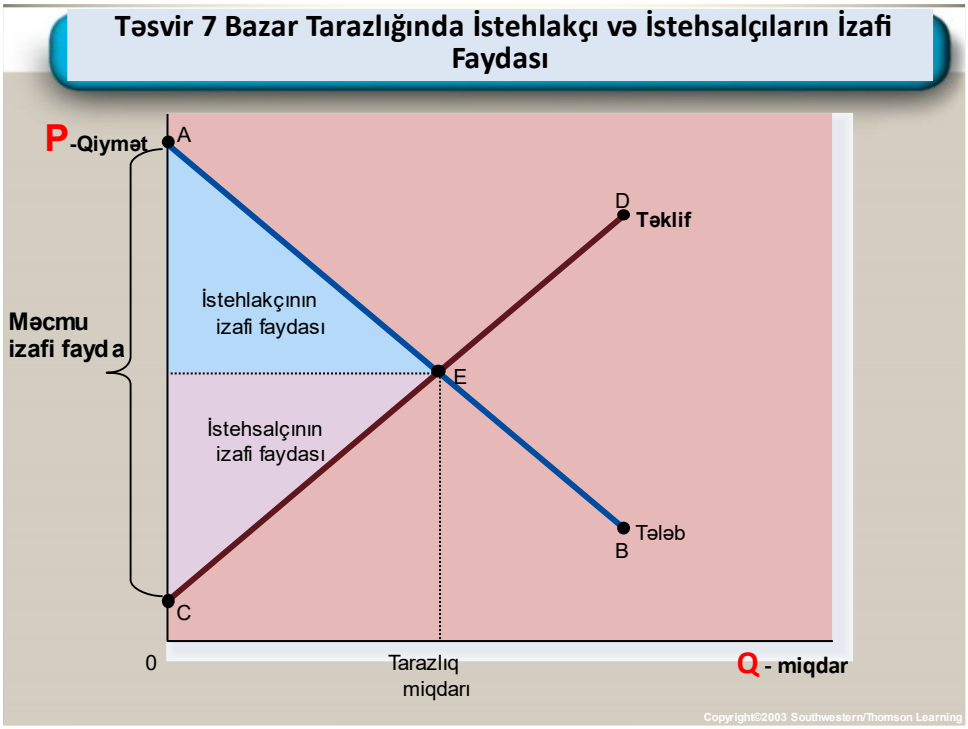
Təsvir 4 Təklif Qrafiki (cədvəli) və Təklif Əyrisi



Təsvir 4-dəki diaqramda bu təklif qrafikinə uyğun təklif əyrisi təsvir edilib. Təklif əyrisinin hündürlüyünün satıcıların məsrəflərindən asılı olduğuna diqqət yetirin. Hər bir miqdar üçün təklif əyrisinə əsasən təyin edilən qiymət marjinal satıcının, yəni qiymət müəyyən həddə qədər düşdükdə bazarı tərk edən satıcının məsrəflərini ifadə edir. Miqdar 4 ev olduqda, məsələn, təklif əyrisinin hündürlüyü 900 dollara, yəni Emin (marjinal satıcı) evi rəngləmək məsrəflərinə bərabərdir. Miqdar 3 ev olduqda isə, təklif əyrisinin hündürlüyü 800 dollara, yəni Emil (marjinal satıcı) məsrəflərinə bərabərdir.

49. Tələb-təklif qrafikində (diaqramında), bazar tarazlığı halında məcmu izafi faydanı göstərin və izah edin.

Cavab: **Məcmu izafi fayda –** istehlakçının izafi faydası ilə istehsalçının izafi faydasının cəmi – tələb və təklif əyriləri arasında qalan və tarazlıqdakı miqdaradək olan sahə ilə ölçülür.
Təsvir 7-də bazarda tələb və təklifin tarazlığının yarandığı halda istehlakçılar və istehsalçıların izafi faydaları təsvir edilib. Yada salaq ki, İstehlakçının izafi faydası qiymət ilə tələb əyrisi arasındakı sahəyə bərabərdir, istehsalçının izafi faydası isə qiymət xətti ilə təklif əyrisi arasında qalan sahəyə bərabərdir. Beləliklə, tələb və təklif əyriləri arasında qalan və tarazlıq nöqtəsinə qədər olan sahə bazarda yaranan məcmu izafi faydanı təsvir edir.

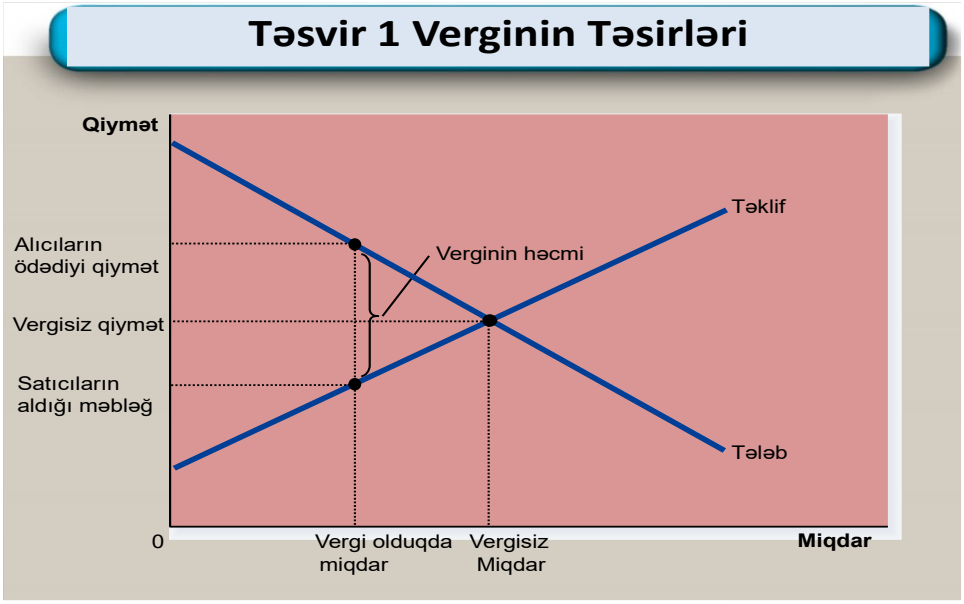


Bazar tarazlıqda olarkən qiymət hansı alıcı və satıcıların bazarda iştirak edəcəyini müəyyən edir. Əmtəəyə tarazlıq qiymətindən daha artıq dəyər verən alıcılar (bu tələb əyrisi üzərində AE parçası ilə göstərilib) bazarda iştirak edirlər; əmtəəyə tarazlıq qiymətindən daha az qiymət verən alıcılar isə (bu tələb əyrisi üzərində EB parçası ilə göstərilib) bazarda iştirak etmirlər. Uyğun olaraq, məsrəfləri tarazlıq qiymətindən aşağı olan satıcılar (bu təklif əyrisi üzərində CE parçası ilə göstərilib) məhsul istehsal edir və bazarda satırlar; məsrəfləri tarazlıq qiymətindən yuxarı olan satıcılar (bu təklif əyrisi üzərində ED parçası ilə göstərilib) bazarda iştirak etmirlər.

50. Əmtəənin satışına vergi tətbiqinin istehlakçının və istehsalçının izafi faydasına təsirini izah edin.

Cavab: Dövlət gəlirləri artırmaq üçün vergiləri tətbiq edir və bu gəlirlər kiminsə cibindən çıxmalıdır. Bildiyimiz kimi, hər hansı əmtəəyə vergi tətbiq edildikdə bu həm alıcılar, həm də satıcıların ziyanına olur: Vergi alıcıların ödədiyi qiyməti artırır, satıcıların aldıqları məbləği isə azaldır. Lakin, vergilərin iqtisadi vəziyyətə təsirini tam anlamaq üçün biz alıcı və satıcıların azalmış maddi rifahını dövlət gəlirlərindəki artımın məbləği ilə müqayisə etməliyik. İstehlakçı və istehsalçı izafi faydası anlayışları bizə bu müqayisəni aparmaq imkanı verir. Bu təhlil, vergilərin satıcılara və alıcılara göstərdiyi mənfi təsirin vergi hesabına artmış dövlət gəlirlərindən daha çox olduğunu göstərəcək. **İstehsalçının izafi faydası-** Satıcıların aldıqları məbləğ ilə məsrəfləri arasındakı fərq. **İstehlakçının izafi faydası-** Alıcıların ödəməyə hazır olduqları məbləğ ilə alıcılar tərəfindən ödənilən məbləğin fərqi.
Hər hansı bir əmtəəyə vergi tətbiq edildikdə, bu həm alıcıların, həm də satıcıların ziyanına olur. Vergi tətbiq edildiyi hər iki halda, alıcıların ödədiyi qiymət qalxır, satıcıların aldığı qiymət isə

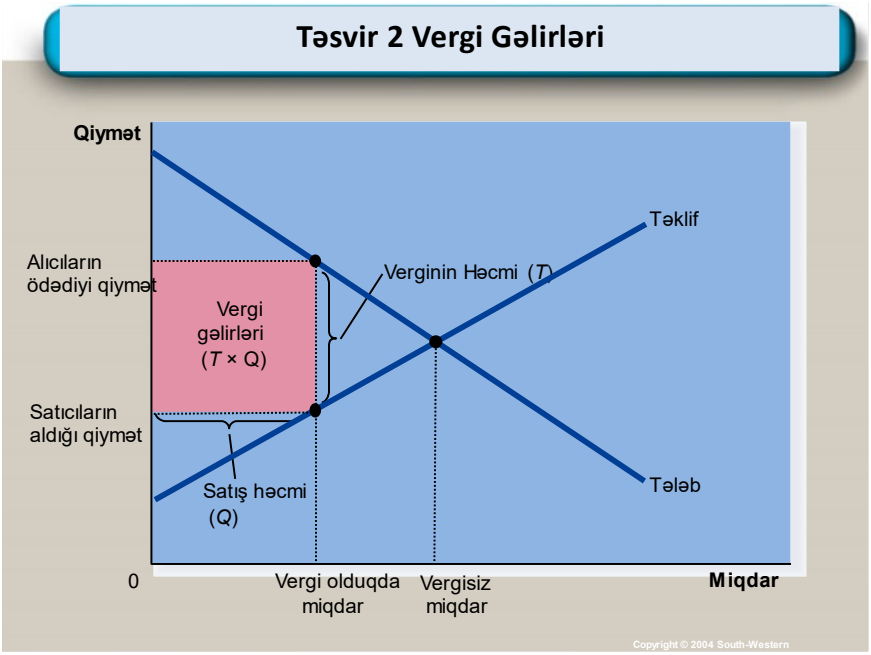
azalır. Nəticə etibarilə, kimin üzərinə qoyulmasından asılı olmayaraq, alıcılar və satıcılar verginin yükünü birlikdə çəkməli olurlar.
Təsvir 1-də bu təsirlər göstərilmişdir. Müzakirəni sadələşdirmək məqsədilə, təsvirdə tələb və ya təklif əyrisinin yerdəyişməsi göstərilməmişdir. Halbuki, bu əyrilərdən biri mütləq yerini dəyişməlidir. Hansı əyrinin öz yerini dəyişəcəyi isə verginin satıcılar (bu halda təklif əyrisi yerini dəyişir) yoxsa alıcılar (bu halda tələb əyrisi yerini dəyişir) üzərinə qoyulmasından asılıdır.



Buradan çıxan əsas nəticə verginin alıcıların ödədiyi qiymətlə satıcıların aldıqları qiymət arasında fərq yaratmasıdır. Bu fərq səbəbindən satış həcmi verginin olmadığı haldakı səviyyədən aşağıya düşür. Başqa sözlə, hər hansı bir əmtəəyə qoyulan vergi, həmin əmtəə üzrə bazarın kiçilməsinə səbəb olur.

51. İstehlakçının və istehsalçının izafi faydasındakı dəyişikliyi vergi gəlirləri ilə müqayisəli izah edin.

Cavab: Hər hansı bir əmtəəyə tətbiq edilən verginin xeyir və zərərini ölçsək; verginin alıcılara, satıcılara və dövlətə təsirini nəzərə almalıyıq. Alıcıların bazarda əldə etdikləri fayda istehlakçının izafi faydası ilə ölçülür. Bu, alıcıların hər hansı bir əmtəə üçün ödəməyə hazır olduqları məbləğlə həmin əmtəə üçün faktiki ödədikləri məbləğ arasındakı fərqə bərabərdir. Satıcıların bazarda əldə etdiyi fayda isə, istehsalçının izafi faydası ilə ölçülür ki, bu da satıcıların əmtəə üçün aldıqları məbləğlə onun maya dəyəri arasındakı fərqə bərabərdir.
Verginin həcmi T, satılan əmtəənin satış həcmini isə Q ilə işarə etsək, dövlətin vergidən əldə etdiyi ümumi gəlir T x Q-yə bərabər olar. Dövlət bu vergi gəlirindən yollar, polis və təhsil kimi xidmətləri təmin etmək və ya ehtiyacı olanlara yardım göstərmək məqsədilə istifadə edə bilər. Bu səbəbdən, verginin iqtisadi rifaha təsirini təhlil etmək və dövlətin vergidən əldə etdiyi faydanı ölçmək üçün vergi gəlirlərindən istifadə edirik.



Təsvir 2-də dövlətin vergi gəlirlərinin həcmi tələb və təklif əyriləri arasındakı düzbucaqlı sahə ilə göstərilmişdir. Həmin düzbucaqlının hündürlüyü verginin həcmini, T, eni isə əmtəənin satış həcmi, Q-dür. Düzbucaqlının sahəsi onun hündürlüyü və eninin hasilinə bərabər olduğundan, bu düzbucaqlının sahəsi T x Q-yə bərabər olar ki, bu da vergi gəlirlərinə bərabərdir.

52. Vergi dərəcəsi ilə vergi gəlirləri arasında əlaqəliliyi nümunə əsasında izah edin?

Cavab: Vergi dərəcəsi və vergi gəlirləri arasında əlaqəlilik maliyyə sahəsində əhəmiyyətli bir məsələdir. Vergi dərəcəsi, bir şəxsin və ya bir işin əldə etdiyi mənfəətin müəyyən bir faizidir və genelliklə hər hansı bir maliyyə əməliyyatından əldə olunan gəlirlə ölçülür. Vergi dərəcəsi artıq olduğu təqdirdə, şəxslər və işlər daha çox vergi ödəyəcəklər.

Vergi dərəcəsi ilə vergi gəlirləri arasında əlaqəni izah etmək üçün bir nümunə düşünək. Diyəlim ki, bir ölkədə əməkhaqqı vergisi qəbul edilib və bu vergi dərəcəsi cəmi 20% olaraq təyin edilib. Bir işçi ayda 4 000 dollar əməkhaqqı alsa, o zaman vergi ödənişi 800 dollar olacaq (4,000 * 0.20 = 800). Əgər isə bir işçinin ayda 10 000 dollar əməkhaqqı varsa, o zaman vergi ödənişi 2,000 dollar (10,000 * 0.20 = 2,000) olacaq.

Bu nümunədə, vergi dərəcəsi eyni olmasına baxmayaraq, daha yüksək mənfəət əldə edən işçi daha çox vergi ödəyir. Bu, vergi sisteminin progressiv olduğu və daha yüksək gəlirlilərin daha çox vergi ödədiyi anlamına gəlir. Daha yüksək gəlirli şəxslərdən daha çox vergi alınması, daha düşük gəlirli şəxslərə müsbət bir sosial təsir yaradır və bu mənada vergi sisteminin sosial məqsədlərini təmin edir.

Buna əlavən, vergi dərəcəsi ilə vergi gəlirləri arasında əlaqə, bir ölkədəki vergi politikasının effektivliyini də təyin edə bilər.

***53. Vergi səbəbindən yaranan itirilmiş iqtisadi səmərənin miqdarı ilə tələb və təklifin elastikliyi arasındakı əlaqəni izah edin.**

Cavab: ***İtirilmiş iqtisadi səmərə-*** *vergi kimi bazar həcminin dəyişməsinə səbəb olan amillər nəticəsində məcmu izafi faydadakı azalma.*
Elastiklik- *tələb və ya təklifin həcminin onları müəyyən edən amillərdən hər hansı birinin dəyişməsinə olan həssaslığıdır.*
Vergi səbəbindən itirilmiş iqtisadi səmərənin böyük və ya kiçik olmasını müəyyən edən təklif həcmi ilə tələb həcminin qiymətdəki dəyişikliklərə nə dərəcədə reaksiya göstərdiyini ölçən tələb və təklifin qiymət elastikliyidir. Vergi alıcı və satıcıları öz davranışlarını dəyişməyə məcbur etdiyinə görə itirilmiş iqtisadi səmərəyə səbəb olur. Vergi alıcılar tərəfindən ödənilən qiyməti qaldırır və nəticədə onlar daha az istehlak edirlər. Eyni zamanda, satıcıların aldıqları qiyməti aşağı salır və nəticədə onlar daha az istehsal edirlər. Davranışdakı bu dəyişikliklər səbəbindən bazarın həcmi optimaldan aşağı düşür. Tələb və təklifin elastikliyi satıcı və alıcıların qiymətdəki dəyişikliklərə nə dərəcədə cavab verdiklərini ölçür və bu səbəbdən verginin bazar fəaliyyətinin nəticələrini nə qədər dəyişdiyini müəyyən edir. Beləliklə, tələb və təklifin elastikliyi nə qədər çox olarsa, vergi səbəbindən itirilmiş iqtisadi səmərə bir o qədər çox olar.

54. Firmanın məcmu gəliri, məcmu xərcləri və mənfəət haqqında bəhs edin və onlar arasındakı əlaqəni göstərin.

Cavab: İqtisadiyyat sizin hər gün yararlana bildiyiniz əmtəə və xidmətləri istehsal edən minlərlə firmalardan təşkil olunmuşdur. Təklif qanununa əsasən, qiymətlər yüksək olduqda firmalar daha böyük miqdarda əmtəə istehsal etmək və satmağa meylli olur və bu yuxarıya doğru əyilən təklif əyrisinə səbəb olur.
Məcmu gəlir- *firmanın istehsal etdiyi məhsulların satışından əldə etdiyi məbləğdir.*
Məcmu xərclər-*firmanın istehsalda istifadə etdiyi amillərin bazar dəyəridir.*
Mənfəət- *məcmu gəlirlə məcmu xərclərin fərqidir.*
Müzakirələrimizə Helenin Bulka Fabrikindəki xərclərlə başlayaq. Firmanın sahibi olan Helen un, şəkər, şokolad qırıntıları və digər lazımi məmulatlar alır. O, həmçinin mikser və soba alır və bu avadanlığı işlətmək üçün muzdlu işçilər tutur. Sonra o, müştərilərə bulka satır.
Helenin firmanı açmasına səbəb onun dünyanı bulka ilə təmin etmək kimi alturist niyyəti və ya bulka biznesinə olan sevgisi ola bilər. Helenin bu biznesi pul qazanmaq məqsədilə açması ehtimalı da böyükdür. Firmanın istehsal etdiyi məhsulların (bulkaların) satışından əldə etdiyi məbləğ firmanın məcmu gəlirini təşkil edir. Firmanın istehsal amillərini (un, qənd, işçilər, soba və s.) almaq üçün xərclədiyi məbləğ onun məcmu xərcləri adlandırılır. Helen xərcləri ödəmək üçün lazım olmayan gəliri özünə götürür. Mənfəət firmanın məcmu gəliri ilə onun məcmu xərclərinin fərqidir.

55. Mənfəətin növlərini göstərin və onların hər birinin mahiyyətini nümunələr üzərində izah edin.

Cavab: Mənfəət- *məcmu gəlirlə məcmu xərclərin fərqidir.*
Aşkar xərclər- *firma tərəfindən pul xərclənməsini tələb edən istehsal xərcləridir.*
Gizli xərclər- *firma tərəfindən pul xərclənməsini tələb etməyən istehsal xərcləridir.*
İqtisadi mənfəət- *aşkar və gizli xərclər daxil olmaqla məcmu xərclərlə məcmu gəlirin fərqidir.*
Mühasibat uçotu üzrə mənfəət- *məcmu gəlirlə məcmu aşkar xərclərin fərqidir.*
Təsəvvür edin ki, Helen bulka müəssisəni almaq üçün öz əmanətlərindən 100 000 dollar istifadə edir və 5 faiz dərəcəsində bankdan 200 000 dollar borc götürür. Yalnız aşkar xərcləri hesablayan Helenin mühasibi, hazırda bu pul məbləği firmadan kənara çıxdığına görə, hər il bank borcu üzrə ödənilən 10 000 dollar faizi xərc olaraq hesablayacaq. Əksinə, iqtisadçıya görə müəssisənin əldə edilməsinin alternativ dəyəri yenə də 15 000 dollar olaraq hesablanır. Alternativ dəyər bank borcu (10 000 dollar aşkar xərc) ilə əmanət üzrə imtina olunmuş faizin (5 000 dollar gizli xərc) cəminə bərabərdir.
İqtisadçı və mühasiblər xərcləri fərqli şəkildə hesabladıqlarına görə, onlar mənfəətləri də fərqli şəkildə hesablayırlar. İqtisadçı firmanın iqtisadi mənfəətini firmanın məcmu gəliri ilə satılan əmtəə və xidmətlərin istehsalının alternativ dəyərinin (gizli və aşkar xərclər) fərqi kimi hesablayır. Mühasib isə firmanın mühasibat uçotu üzrə mənfəətini firmanın məcmu gəliri ilə yalnız firmanın xərclərinin fərqi kimi hesablayır.

***56. İstehsal xərclərinin istehsal olunan məhsulun miqdarından asılılığını göstərən cədvəli doldurun.**

Məhsul dənə ilə	Sabit xərclər (FC)	Dəyişən xərclər (VC)	Məcmu Xərclər (TC)	Orta məcmu xərclər (ATC)	Marjinal xərclər (MC)
0	18	0	18	0	
1	18	48-18=30	48	48/1=48	
2	18	14	18+14=32	32/2=16	
3	18	24-18=6	24	24/3=8	
4	18	44-18=26	11*4=44	11	

Sabit xərclər(FC)- *istehsal olunan məhsulların miqdarı dəyişdikdə dəyişməyən xərclərdir.*
Dəyişən xərclər(VC)- *istehsal olunan məhsulların miqdarı dəyişdikcə dəyişən xərclərdir.*
Məcmu xərclər (TC)- *sabit xərclər (FC) və dəyişən xərclərin (VC) cəmidir.*
Orta məcmu xərclər (ATC)- *məcmu xərclərin istehsal həcmi ilə nisbətidir.*

***57. Marjinal xərclər (MC) ilə orta məcmu xərclər (ATC) arasındakı əlaqəni və əyrilərin kəsişdiyi nöqtənin iqtisadi mənasını qrafik təsvir əsasında izah edin.**

Cavab: Marjinal xərclər (MC)- istehsal prosesində son bir vahid məhsulun istehsalı zamanı yaranan ümumi xərcdir.

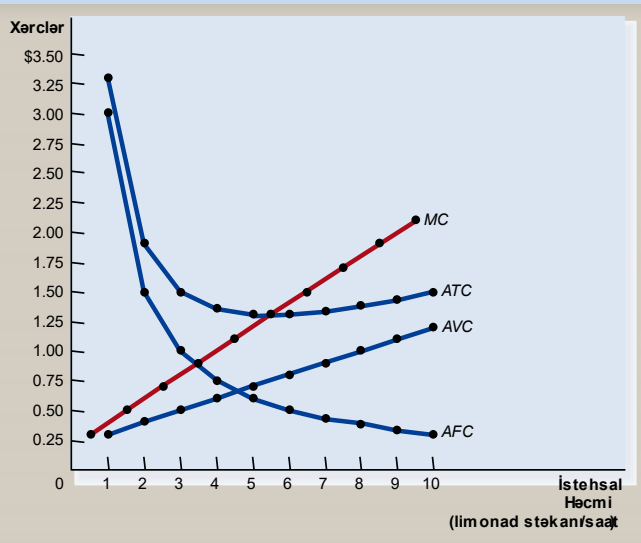
Orta məcmu xərclər (ATC)- məcmu xərclərin istehsal həcmi ilə nisbətidir.

Orta məcmu xərclər sizin ümumi orta balınız kimidir. Marjinal xərclər isə növbəti kursda aldığınız bala bənzəyir. Əgər növbəti kursdakı balınız orta balınızdan aşağıdırsa, onda orta balınız aşağı düşəcək. Növbəti kursdakı balınız orta balınızdan yüksək olarsa, onda orta balınız qalxacaq. Orta və marjinal xərclərin hesablanması orta və marjinal balların hesablanması ilə eynidir.

Cədvəl 2. Xərclərin MüxtəlifÖlçüləri: Limonad Köşkü

Limon adların sayı	Məcmu xərclər TC=FC+VC	Dəyişməz xərclər FC	Dəyişən xərclər VC	Orta dəyişməz xərclər AFC=FC/Q	Orta dəyişən xərclər AVC=VC/Q	Orta məcmu xərclər ATC=TC/Q	Marjinal xərclər MC=ΔTC/ΔQ
0	3,00	3,00	0,00	-	-	-	
1	3,30	3,00	0,30	3,00	0,30	3,30	0,30
2	3,80	3,00	0,80	1,50	0,40	1,90	0,50
3	4,50	3,00	1,50	1,00	0,50	1,50	0,70
4	5,40	3,00	2,40	0,75	0,60	1,35	0,90
5	6,50	3,00	3,50	0,60	0,70	1,30	1,10
6	7,80	3,00	4,80	0,50	0,80	1,30	1,30
7	9,30	3,00	6,30	0,43	0,90	1,33	1,50
8	11,00	3,00	8,00	0,38	1,00	1,38	1,70
9	12,90	3,00	9,90	0,33	1,10	1,43	1,90
10	15,00	3,00	12,00	0,30	1,20	1,50	2,10

Təsvir 5. limonad köşkü: Orta Xərclər və Marjinal Xərclər Əyriləri



Bu təsvirlərdə Limonad Köşkü üçün orta məcmu xərclər (ATC), orta dəyişməz xərclər (AFC), orta dəyişən xərclər (AVC) və marjinal xərclər (MC) göstərilmişdir. Bütün bu əyrilər Cədvəl 2-dəki məlumatların qrafik şəkildə təsviri nəticəsində əldə edilmişdir.

U-Formalı Orta Məcmu Xərclər Selmanın orta məcmu xərclər əyrisi U-formalıdır. Bunun nə üçün belə olduğunu anlamaq üçün orta məcmu xərclərin orta dəyişməz xərclərlə orta dəyişən xərclərin cəminə bərabər olduğunu yadınıza salın. Məhsul istehsalı artdıqca orta dəyişməz xərclər azalır, çünki bu halda dəyişməz xərclər böyük sayda vahid üzrə paylanır. Azalan marjinal istehsal üzündən məhsul istehsalı artdıqca orta dəyişən xərclər artır. Orta məcmu xərclər həm orta dəyişməz xərclər, həm də orta dəyişən xərclərin formasını əks etdirir. Təsvir 5-də göstərildiyi kimi, bir saatda 1 və ya 2 stəkan olan ən aşağı istehsal səviyyəsində, dəyişməz xərclər yalnız bir neçə vahid üzrə paylandığından, orta məcmu xərclər yüksəkdir. Sonra firmanın istehsalı bir saatda 5 stəkan limonada qədər artdıqda hər stəkan üçün orta məcmu xərclər 1.30 dollara düşür. Firma 6 stəkandan artıq limonad istehsal etdikdə, orta dəyişən xərclər əhəmiyyətli dərəcədə artdığından, orta məcmu xərclər yenidən artmağa başlayır.

U-formalı əyrinin ən aşağı nöqtəsi orta məcmu xərcləri azaldan miqdarda yerləşir. Bu miqdar bəzən firmanın səmərəlilik həddi adlandırılır. Susuz Selma üçün səmərəlilik həddi 5 və ya 6 stəkan limonaddır. Əgər o, bu miqdardan az və ya çox istehsal edərsə, onun orta məcmu xərcləri minimum 1.30 dollardan yüksək olur.

Təsvir 5-ə (və ya Cədvəl 2-yə) baxsanız ilk baxışda təəccüblü ola biləcək bir şey görə bilərsiniz. Marjinal xərclər orta məcmu xərclərdən az olduqda orta məcmu xərclər aşağı düşür. Marjinal xərclər orta məcmu xərclərdən çox olduqda isə orta məcmu xərclər artır. Susuz Selmanın xərclər əyrilərinin bu xüsusiyyəti bu misalda istifadə edilən rəqəmlərin təsadüfi üst-üstə düşməsi deyil: bu bütün firmalar üçün belədir.

Orta məcmu xərclərlə marjinal xərclər arasındakı bu əlaqədən mühüm bir nəticə çıxarmaq olar: Marjinal xərclər əyrisi orta məcmu xərclər əyrisi ilə onun minimum səviyyəsində kəsişir. Çünki, istehsalın aşağı səviyyələrində marjinal xərclər orta məcmu xərclərdən aşağıdır və bu səbəbdən orta məcmu xərclər aşağı düşür. Lakin iki əyri kəsişdikdən sonra marjinal xərclər orta məcmu xərclərdən yüksək olur. Bunun nəticəsi olaraq, bu kəsişmə nöqtəsi orta məcmu xərclərin minimum nöqtəsidir.

58. İllik faiz dərəcəsinin 10% olduğunu və bunun yeganə xərc olduğunu fərz edərək, mühasibat mənfəətin hesablayın və cədvəli doldurun.

Firmalar	Məhsul (dənə ilə)	Bir əmtəənin qiyməti (manat)	Məcmu gəlir (manat)	Aşkar xərclər (manat)	Gizli xərclər (manat)	Muhasibat mənfəəti
I II III	60 200 1600	4 5 2	4x60=240 5x200=1000 1600x2=3200	200 450 2100		240-200=40 1000-450=550 3200-2100=1100

		Bir əmtəənin qiyməti 10%				
I **II** **III**	60 200 1600	4,4 5,5 2,2	60x4,4=264 200x5,5=1100 1600x2,2=3520	200 450 2100		264-200=64 1100-450=650 3520-2100=1420

Mühasibat mənfəəti məcmu gəlirlə aşkar xərcin fərqinə bərabərdir.

I)TR=60x4=240 R=240-200=40

II)TR=200x5=1000 R=1000-450=550

III)TR=1600x2=3200 R=3200-2100=1100

10% ilə:

I)TR=60x4,4=264 R=264-200=64

II)TR=200x5,5=1100 R=1100-450=650

III)TR=1600x2,2=3520 R=3520-2100=1420

59. İstehsal funksiyasının qrafik təsvirini çəkin və marjinal istehsal həcminin hansı səbəbdən azalmasının izahını verin. Fikrinizi nümunə üzərində əsaslandırın.

Cavab: İstehsal funksiyası əmtəə istehsal etmək üçün istifadə olunan amillərlə həmin əmtəənin istehsal həcmi arasındakı əlaqədir. Marjinal istehsal əlavə istehsal amili nəticəsində istehsaldakı artımdır.**AZALAN MARJİNAL İSTEHSAL** istehsal amilinin miqdarı artdıqca həmin istehsal amilinin marjinal istehsalının azalmasını əks etdirən xüsusiyyətdir. **(YETƏRSİZDİR)**

60. Ölkənin ümumi gəlirlərinin onun xərclərinə bərabər olmasının səbəbini izah edin.

Cavab: Hər hansı bir şəxsin maddi rifah halını öyrənmək üçün ən yaxşı göstərici həmin şəxsin gəliridir. Yüksək gəlirlərə malik olan insan özünə lazım olan əmtəə və xidmətlərdən daha asanlıqla istifadə edə bilər. Təəccüblü deyil ki, daha yüksək gəlirlərə malik insanlar, daha yüksək həyat səviyyəsinə malik olurlar - onlar daha yaxşı ev şəraitinə malik olur, daha keyfiyyətli tibb xidmətindən istifadə edə bilir, daha müasir və rahat avtomobillərə malik olur və öz məzuniyyətlərini daha yaxşı keçirə bilirlər və sairə...

Eyni məntiq bütövlükdə ölkə iqtisadiyyatına da aiddir. İqtisadiyyatın yaxşı və ya pis vəziyyətdə olduğunu öyrənərkən, iqtisadiyyata aidiyyatı olan hər kəsin ümumi gəlirlərinə baxmaq lazımdır. İqtisadiyyatda ümumi gəliri ölçən kəmiyyət isə Ümumi Daxili Məhsuldur (ÜDM). ÜDM-in eyni

zamanda məcmu xərcləri və məcmu gəlirləri ölçə bilməsinin sirri bundadır ki, bu iki kəmiyyət əslində eyni şeyi ifadə edir. Yəni, hər hansı ölkə iqtisadiyyatı üçün məcmu gəlirlər və məcmu xərclər eyni olmalıdırlar. Ölkə iqtisadiyyatında məcmu gəlirlər və məcmu xərclər eynidir, çünki hər bir sövdələşmənin iki tərəfi vardır: alıcı və satıcı. Hər bir alıcı tərəfindən xərclənən bir dollar ona əmtəə və ya xidmət satan satıcı üçün bir dollar gəlir deməkdir.
Gəlir və xərclərin bərabərliyini başqa yolla Təsvir 1-də göstərilən dövri axın diaqramı vasitəsilə təsvir etmək olar.



Bu diaqram sadə bir iqtisadi sistemdə ailə təsərrüfatları və firmalar arasındakı bütün sövdələşmələri təsvir edir. Bu iqtisadiyyatda ailə təsərrüfatları firmalardan əmtəə və xidmətlər alır; bu xərclər əmtəə və xidmətlər bazarına doğru hərəkət edir. Firmalar isə öz növbəsində əmtəə və xidmət satışından əldə etdiyi pulu işçilərə əmək haqqı verilməsinə, torpaq sahiblərinə icarə haqqı və firma sahiblərinə mənfəət kimi ödənişlərə sərf edirlər; yəni gəlir istehsal amillərinin haqqını ödəmək istiqamətində hərəkət edir. Bu iqtisadi sistemdə pul ailə təsərrüfatlarından firmalara, sonra isə geriyə, yəni firmalardan ailə təsərrüfatlarına qayıdır.

61. ÜDM-in istehlak və investisiya hissələrinin məzmununu nümunələr əsasında izah edin.

Cavab: İqtisadiyyatda xərclər bir sıra müxtəlif formalarda təzahür edir. Hər hansı bir zaman anında Smitlər ailəsi "Buger King" restoranında nahar edə bilərlər; "General Motors" avtomobil zavodu tikə bilər; Hərbi dəniz donanması sualtı qayıq satın ala bilər; və "Britaniya Hava Yolları" "Boeing" şirkətindən təyyarə ala bilər. Yerli istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərə çəkilən bu xərclərin hamısı ÜDM-yə daxildir.

İqtisadiyyatın məhdud sərvətlərdən necə istifadə etdiyini daha yaxşı başa düşmək üçün, iqtisadçılar ÜDM-nin tərkib hissələrini ayrı-ayrılıqda öyrənməyə üstünlük verirlər. Bunu etmək üçün, ÜDM (Y ilə işarə edirik) 4 hissəyə bölünür: İstehlak (C), İnvestisiya (I), Dövlət Xərcləri (G) və Xalis İxracat (NX):

Y=C+I+G+NX

İstehlak

İstehlak, ailə təsərrüfatları tərəfindən əmtəə və xidmətlərə çəkilən xərcdir. Əmtəələrə, ailə təsərrüfatlarının aldıqları avtomobil və məişət əşyaları kimi uzun-müddətli və qısamüddətli əmtəələr, məsələn qida və geyim daxildir. Xidmətlərə isə, saç kəsdirmək və tibb xidməti kimi qeyri-maddi məhsullar daxildir. Ailə təsərrüfatlarının təhsilə çəkdikləri xərclər də, xidmətlər istehlakına daxildir.

İnvestisiya

İnvestisiya, gələcəkdə daha çox əmtəə və xidmət istehsal etmək üçün istifadə ediləcək məhsulların alınmasıdır. Bu, kapital avadanlıqlarının, anbar ehtiyatının və yardımçı vasitələrin alınmasına çəkilən xərclərin cəmidir. Yardımçı vasitələr investisiyasına, yeni yaşayış binalarının tikilməsi daxildir. Qəbul edilmiş qaydaya görə, yeni yaşayış binasının tikilməsi istehlaka deyil investisiyaya aid edilir.

Məsələn, "İBM" kompüter istehsal edəndə onu satmaq əvəzinə anbar ehtiyatına əlavə edirsə, "İBM"-in kompüteri özü üçün almış olduğu zənn edilir. Yəni, ümumi milli gəlir hesablanarkən belə hesab edilir ki, kompüterin anbar ehtiyatlarına əlavə edilməsi, "İBM"-in kompüteri almasına çəkdiyi investisiya xərci kimi ÜDM-yə daxil edilir. (Əgər "İBM" sonradan bu kompüteri anbardan satarsa, onda "İBM"-in anbar ehtiyatı investisiyası azalacaq, alıcının kompüter almağa xərclədiyi məbləğ isə artacaq və yekunda ÜDM dəyişməyəcək.) Anbar ehtiyatı investisiyası ona görə bu üsulla hesablanır ki, ÜDM-nin əsas məqsədi müəyyən dövr ərzində istehsal edilmiş əmtəə və xidmətlərin ümumi dəyərini ölçməkdir və anbara əlavə edilən əmtəələr məhz istehsal edildikləri dövrün ÜDM-sinə daxildirlər.

62. ÜDM-in dövlət xərcləri və xalis ixrac hissələri haqqında bəhs edin və hər birinə aid 2 misal göstərin.

Cavab: İqtisadiyyatda xərclər bir sıra müxtəlif formalarda təzahür edir. Hər hansı bir zaman anında Smitlər ailəsi "Buger King" restoranında nahar edə bilərlər; "General Motors" avtomobil zavodu tikə bilər; Hərbi dəniz donanması sualtı qayıq satın ala bilər; və "Britaniya Hava Yolları" "Boeing" şirkətindən təyyarə ala bilər. Yerli istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərə çəkilən bu xərclərin hamısı ÜDM-yə daxildir.

İqtisadiyyatın məhdud sərvətlərdən necə istifadə etdiyini daha yaxşı başa düşmək üçün, iqtisadçılar ÜDM-nin tərkib hissələrini ayrı-ayrılıqda öyrənməyə üstünlük verirlər. Bunu etmək üçün, ÜDM (Y ilə işarə edirik) 4 hissəyə bölünür: İstehlak (C), İnvestisiya (I), Dövlət Xərcləri (G) və Xalis İxracat (NX):

Y=C+I+G+NX

Dövlət xərcləri
Dövlət xərcləri yerli, ştat və federal hakimiyyət orqanları tərəfindən əmtəə və xidmətlərin alınmasına çəkilən xərclərdir. Bura dövlət qulluqçularının əmək haqqları və ictimai işlərə çəkilən xərclər daxildir. Bu yaxınlarda, ABŞ-ın milli gəlir hesabatlarında dövlət xərcləri əvəzinə, "dövlət istehlak xərcləri və məcmu investisiya" termini istifadə edilməyə başladı, lakin bu kitabda biz ənənəvi, qısa dövlət xərcləri terminindən istifadə edəcəyik.
"Dövlət xərcləri" termininin bir az izaha ehtiyacı var. Dövlət ordu generalının maaşını ödədikdə, bu dövlət xərclərinin bir hissəsi kimi hesablanır. Lakin, dövlət hər hansı yaşlı vətəndaşa sosial müdafiə fondundan müavinət ödəyərkən nə baş verir? Belə dövlət xərcləri transfert ödənişləri adlanır, çünki bu ödəniş cari istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərin müqabilində edilməmişdir. Transfert ödənişlər ailə təsərrüfatının gəlirinə təsir etsə də, cari dövrdəki istehsalın həcminə aidiyyəti yoxdur. Əmtəə və xidmətlərin istehsalından əldə edilən gəliri və istehsal edilmiş əmtəə və xidmətlərin ahnmasına çəkilən xərc kimi ölçüldüyü üçün, transfert ödənişlər dövlət xərclərinin tərkib hissəsi kimi hesablanmır.

Xalis İxracat
Xalis İxracat xaricilərin ölkə hüdudları daxilində istehsal olunmuş məhsulların alınmasına çəkdikləri xərclər (ixracat) ilə, yerli vətəndaşların xaricdə istehsal olunmuş məhsulların alınmasına çəkdikləri xərclər (idxalat) arasındakı fərqə bərabərdir. Yerli müəssisənin xaricilərə məhsul satışı, məsələn "Boeing" şirkətinin "Britaniya Hava Yollarına" təyyarə satması xalis ixracatı artırır.
"Xalis ixracat" ifadəsindəki "xalis" sözü, idxalın ixracatdan çıxılması faktına istinad edir. İdxalın çıxılması əməliyyatı əmtəə və xidmətlərin idxalının ÜDM-nin başqa tərkib hissələrində də nəzərə alınmasına görə aparılır. Misal üçün, təsəvvür edək ki, bir ailə təsərrüfatı 30 000 dollara İsveç istehsalı olan Volvo avtomobili alır. Bu sövdələşmə istehlakı 30 000 dollar artırır, çünki avtomobilin alınması istehlakçı xərclərinin tərkib hissəsidir. Bu, həmçinin, xalis ixracatı 30 000 dollar azaldır, çünki avfomobil idxal olunur. Başqa sözlə, xalis ixracata xaricdə istehsal olunmuş məhsul və xidmətlər (mənfi işarəsi ilə) daxildir, çünki bu əmtəə və xidmətlər istehlak, investisiya və dövlət xərclərinə (müsbət işarəsi ilə) artıq daxildirlər. Beləliklə, yerli ailə təsərrüfatları, firmalar və ya dövlət xaricdən əmtəə və xidmət alarkən, bu xərclər xalis ixracatı azaldır, lakin bu əməliyyat həmçinin istehlakı, investisiyanı və dövlət xərclərini artırdığı üçün ÜDM-ni dəyişmir.

63. ÜDM-in məzmununu izah edin.

Cavab: ÜDM verilmiş zaman müddətində ölkə daxilində istehsal olunan bütün son əmtəə və xidmətlərin məcmu bazar dəyəridir. ÜDM, verilmiş zaman müddətində baş verən istehsalın dəyərini ölçür (1 il; 3 ay-rüblük). Təkcə son məhsulların dəyəri ÜDM-yə daxildir (aralıq

məhsullar daxil edilmir). ÜDM-yə cari dövrdə istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlər daxildir. Keçmişdə istehsal edilmiş məhsullara aid sövdələşmələr ÜDM-ə daxil edilmir.
ÜDM hərtərəfli olmağa çalışır. O, ölkədə istehsal edilmiş və bazarda qanuni olaraq satılmış bütün əmtəə və xidmətləri əhatə edir. ÜDM təkcə alma və portağalların bazar dəyərini deyil, həmçinin armud və qreyfrutun, kitab və kinofilmlərin, bərbər və tibbi xidmətin və s. bazar dəyərini ölçür.
ÜDM həmçinin ölkədə mövcud olan mənzil ehtiyatlarının hesabına göstərilən mənzil xidmətlərinin dəyərinin də ölçüsüdür. İcarəyə verilən mənzilin dəyərinin hesablanması asandır icarə haqqı icarədarın xərclərini və ev sahibinin gəlirini ifadə edir. Əksər insanlar isə mənzillərinin sahibidirlər və buna görə də icarə haqqı vermirlər. Dövlət belə ev sahiblərinin evinin icarə dəyərini qiymətləndirməklə ÜDM -yə daxil edir. Yəni, ÜDM-nin hesablanması belə bir fikrə əsaslanır ki, əslində, ev sahibi özünə icarə haqqı verir, nəticədə icarə haqqı həm onun xərci, həm də gəliridir.
Bəzi məhsullar vardır ki, onların bazar dəyərini ölçmək çox çətindir və bu səbəbdən, ÜDM hesablanarkən onlar nəzərə alınmırlar. ÜDM qeyri-qanuni istehsal edilən və satılan bir çox əmtəə və xidmətlərin, məsələn narkotiklərin dəyərini istisna edir. ÜDM həm də evdə istehsal və istehlak edilən və bu səbəbdən bazara heç vaxt daxil olmayan məhsulların dəyərini də istisna edir. Ərzaq mağazasından aldığınız tərəvəzlər ÜDM-nin tərkib hissəsidir; öz bağçanızda yetişdirdiyiniz və istifadə etdiyiniz tərəvəzlər isə ÜDM-nin tərkib hissəsi deyil.
ÜDM-dən bu istisnalar bəzən paradoks hesab oluna biləcək nəticələrə gətirib çıxara bilərlər.

64. ÜDM ilə iqtisadi rifah halı arasındakı əlaqəni izah edin.

Cavab: ÜDM, verilmiş zaman müddətində baş verən istehsalın dəyərini ölçür.
Bildiyimiz kimi, ÜDM ölkənin əmtəə və xidmətlərinin alınmasına sərf edilən ümumi xərclərin və həmin məhsulların satışından əldə edilən ümumi gəlirlərin ölçüsüdür. Beləliklə, adambaşına düşən ÜDM ölkə vətəndaşının orta gəlir və xərclərini ifadə edir. İnsanların əksəriyyəti yüksək gəlir əldə etmək və çox pul xərcləmək niyyətində olduqları üçün, adambaşına düşən ÜDM orta hesabla hər bir vətəndaşın iqtisadi rifahını ölçən ən münasib meyar kimi götürülür. Yüksək ÜDM yaxşı yaşamaq üçün əsas şərtlərdən biridir. Böyük ÜDM-si olan ölkələr uşaqlarının qayğısına daha yaxşı qala bilərlər. Böyük ÜDM-si olan ölkələr öz təhsil sistemlərini daha yaxşı qura bilərlər. Düzdür, ÜDM bizim intellektimizi, düzgünlüyümüzü, cəsurluğumuzu, müdrikliyimizi, və ya vətənə bağlılığımızı nəzərə almır, ancaq insanların maddi ehtiyacları ödənildiyi halda sadalanan insani keyfiyyətləri inkişaf etdirmək daha da asan olur. Qısaca olaraq desək, yüksək ÜDM yaşam üçün vacib olan şeylərin hamısını müəyyən etməsə də, insan həyatını daha ləyaqətli edən keyfiyyətlərə çatmaq üçün daha böyük imkanlar yaradır.
Amma ÜDM iqtisadi rifahın heç də hər zaman mükəmməl göstəricisi deyil. Xoşbəxt insan həyatını müəyyən edən bir sıra amillər ÜDM-dən kənarda qalmışdır. Bunlardan biri asudə vaxtdır. Misal üçün, təsəvvür edək ki, ölkədə hər bir kəs həftə sonu asudə vaxtlarından həzz almaq əvəzinə, həftənin bütün günlərini işləməyə üstünlük verirlər. Daha çox əmtəə və xidmətlər istehsal olunduğu üçün ÜDM də artacaq. ÜDM-nin artmasına baxmayaraq, biz hər

kəsin daha da xoşbəxt olacağını deyə bilmərik. Azaldılmış asudə vaxtın şəxsə vurduğu ziyan daha çox əmtəə və xidmət istehlakından əldə olunan faydanı heçə endirə bilər.
Uşaqlara qayğı göstərən mərkəzlərin xidmətinin dəyəri ÜDM-yə daxildir, valideynlərin evdə uşaqların qayğısına qalması isə ÜDM-yə daxil deyil. Könüllü edilən xidmətlərin dəyəri cəmiyyətin rifahını yüksəldə bilsə də, bu dəyər də ÜDM hesablanarkən nəzərə alınmır.
ÜDM hesablanarkən nəzərə alınmayan digər şey isə ətraf mühitin keyfiyyətidir. Təsəvvür edək ki, dövlət ətraf mühitin mühafizəsini tənzimləyən qaydaların hamısını aradan qaldırır. Bu halda firmalar ətraf mühiti çirkləndirmələrinin fərqinə varmayaraq əmtəə və xidmətlər istehsalını artırarlar və bunun nəticəsində ÜDM də artar. Amma insanların rifahı yəqin ki, aşağı düşər. Suyun və havanın keyfiyyətinin korlanmasından gələn zərər, məhsul istehsalının artmasından yaranan faydadan çox ola bilər və beləliklə də insanların rifah halı pisləşər.
Sonda belə bir nəticəyə gələ bilərik ki, bir çox məqsədlər üçün ÜDM iqtisadi rifahın uğurlu göstəricisidir. Lakin ÜDM-nin nəyi əhatə edib nəyi isə əhatə etmədiyini həmişə yadda saxlamalıyıq.

65. Nominal ÜDM, real ÜDM və ÜDM deflyatorunun məzmununu və hesablanması qaydalarını izah edin.

Cavab: ÜDM, bazarda əmtəə və xidmətlərin istehsalına çəkilən ümumi xərcləri ölçən kəmiyyətdir. Ümumi xərclərin bir ildən növbəti ilə doğru artmasının səbəbləri: 1. Daha böyük həcmdə əmtəə və xidmətlər istehsal olunub; 2. Əmtəə və xidmətlər daha yüksək qiymətə satılır. Müəyyən vaxt ərzində iqtisadi dəyişiklikləri öyrənərkən iqtisadçılar bu 2 təsiri ayırmaq üçün nominal və real ÜDM göstəricilərindən istifadə edirlər.
Nominal ÜDM istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərin cari qiymətlərlə məcmu dəyərləndirilməsinə deyilir. Məsələn, 2001-ci ildə 100 ədəd hot doq 1 dollara satılmışdır ki, hot doqa çəkilən ümumi xərclər 100 dollar edir. Eyni ildə 50 ədəd hər biri 2 dollara olan hamburger satılmışdır ki, bu halda da ümumi xərclər 100 dollar edir. İqtisadiyyatda məcmu xərclər - hot doq və hamburgerə çəkilən birgə xərclər 200 dollara bərabərdir. Bu həcmdə, əmtəə və xidmətlərin istehsalının cari qiymətlərdə dəyərləndirilməsi nominal ÜDM adlanır. Real ÜDM isə istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərin baza ilindəki qiymətlərlə məcmu dəyərləndirilməsinə deyilir. Real ÜDM-ni hesablamaq üçün biz hər hansı bir ili baza ili (əsas il) kimi seçirik. Sonra qalan bütün illərdəki əmtəə və xidmətlərin dəyərini hesablamaq üçün hot doqların və hamburgerlərin baza ilindəki qiymətlərindən istifadə edirik. Başqa sözlə, baza ilindəki qiymətlər müxtəlif illərdəki istehsal həcmlərini müqayisə etməyə imkan verir.
Qısaca desək: Nominal ÜDM istehsal olunmuş məhsul və xidmətlərin dəyərini müəyyən etmək üçün cari qiymətlərdən istifadə edir. Real ÜDM isə istehsal olunmuş məhsul və xidmətlərin dəyərini müəyyən etmək üçün baza ilinin sabit qiymətlərindən istifadə edir. Çünki, real ÜDM qiymətdəki dəyişikliyə görə dəyişmir, real ÜDM-dəki dəyişikliklər yalnız istehsal olunan məhsulun həcmindəki dəyişməyə görə dəyişir. Beləliklə, real ÜDM istehsal olunmuş məhsul və xidmətlərin fiziki dəyərini ölçən bir göstəricidir.
ÜDM deflyatorundan istifadə etməklə nominal ÜDM real ÜDM-ə uyğunlaşdırılır.

ÜDM-un deflyatoru ÜDM-un nominal kəmiyyətinin ÜDM-un real kəmiyyətinə faiz nisbəti kimi hesablanır. ÜDM deflyatoru istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərin miqdarını deyil, onların qiymət səviyyəsini özündə əks etdirir. Bu göstəricidən qiymətlərin orta səviyyəsini öyrənmək üçün istifadə olunur.

ÜDM deflyatoru. Nominal ÜDM həm əmtəə və xidmətlərin qiymətlərini, həm də istehsal olunan əmtəə və xidmətlərin miqdarını özündə əks etdirir. Gördüyümüz kimi nominal ÜDM həm əmtəə və xidmətlərin qiymətlərini, həm də istehsal olunan əmtəə və xidmətlərin miqdarını özündə əks etdirir. Bunun əksinə olaraq, qiyməti baza ilindəki səviyyəsində sabit saxlayaraq real ÜDM-ni hesablayarkən, əsasən istehsal olunan əmtəə və xidmətlərin həcmində baş verən dəyişiklik qabardılır. Biz bu iki statistik göstəricidən, istehsal olunmuş əmtəə və xidmətlərin miqdarını deyil, onların qiymət səviyyəsini özündə əks etdirən üçüncü bir göstəricini, ÜDM deflyatoru adlanan statistik göstəricini tapa bilərik. ÜDM deflyatoru aşağıdakı kimi hesablanır:

ÜDM deflyatoru = (Nominal ÜDM) / (Real ÜDM) x 100%

ÜDM deflyatoru nominal ÜDM-in real ÜDM-ə olan nisbətinin 100-ə hasili kimi hesablanan və qiymət səviyyəsini ifadə edən göstəricidir.

Nominal və real ÜDM baza ilində eyni olduğu üçün, baza ili üçün ÜDM deflyatoru həmişə 100-ə bərabər olur. Növbəti illər üçün hesablanan ÜDM deflyatoru, nominal ÜDM-də baş verən və real ÜDM-dəki dəyişikliklər ilə izah edilə bilməyən, yəni qiymət səviyyəsində olan dəyişiklikləri özündə əks etdirir.

***66.**

İl	**Avtomobilin qiyməti**	**Avtomobilin sayı**	**Kompüterin qiyməti**	**Kompüterin sayı**
2009	5000 $	20	2000 $	8
2010	7000 $	15	800 $	12

a)2009-cu və 2010-cu illərdə nominal ÜDM hesablayın.
b)2009-cu ili qiymətlər üçün baza ili götürsək, real ÜDM nəyə bərabərdir?
c)2010-cu il üçün ÜDM deflyatorunu hesablayın.

Cavab:

a)2009-cu il 5000*20+2000*8=116000 2010-cu il 7000*15+800*12=114600

b)2009-cu il 5000*20+2000*8=116000 2010-cu il 5000*15+2000*12=99000

c)(114600/99000)*100=115,8

***67. İstehlakçının qiymət indeksinin, yaşayış minimumunun hesablanması üçün natamam ölçü vahidi olduğunu şərtləndirən üç problemi izah edin.**

Cavab: İstehlakçının qiymət indeksinin məqsədi, yaşayış minimumunu ölçməkdir. Başqa sözlə desək, istehlakçının qiymət indeksi davamlı həyat səviyyəsinin saxlanılması üçün gəlirlərin nə qədər artmalı olduğunu müəyyən etməyə çalışır. Lakin, istehlakçının qiymət indeksi yaşayış minimumunun hesablanması üçün mükəmməl ölçü vasitəsi deyil. İstehlakçının qiymət indeksi aşağıdakı üç səbəbdən yaşayış minimumunun qiymətinin hesablanması üçün natamam ölçü vahidi hesab edilir:

Birinci problem "əvəzetmə meyli" adlanır. Qiymətlər bir ildən digərinə nisbətən dəyişdikdə proporsional şəkildə dəyişmir. Bəzi qiymətlər digərlərinə nisbətən daha çox dəyişir. İstehlakçılar bu fərqli qiymət dəyişikliklərinə, qiyməti daha çox bahalaşmış əmtəələrdən daha az, qiyməti daha az bahalaşmış, hətta bəlkə də ucuzlaşmış əmtəələrdən daha çox almaqla cavab verir. Yəni, istehlakçılar bəzi əmtəələri nisbətən daha ucuz əmtəələrlə əvəzləyirlər. İstehlakçının qiymət indeksi dəyişməz əmtəə səbəti əsasında hesablandıqda, istehlakçının əvəzetməsi ehtimalı nəzərə alınmır və, bu səbəbdən, bir ildə digər ilə nisbətən yaşayış minimumundakı artımı şişirdir.
İstehlakçının qiymət indeksi ilə bağlı **ikinci problem,** yeni əmtəələrin bazara daxil olmasıdır. Bazara yeni əmtəələr daxil olduqda istehlakçının çeşidlər arasında seçim imkanı artır. Daha böyük çeşid hər bir dolları daha dəyərli etdiyindən, hər hansı müəyyən həyat səviyyəsinin saxlanılması üçün istehlakçıya daha az dollar lazım olur. Lakin, istehlakçının qiymət indeksi əmtəə və xidmətlərin dəyişməz səbətinə əsaslandığından, bu, dolların alıcılıq qabiliyyətində özünü göstərmir.
İstehlakçının qiymət indeksi ilə bağ**lı üçüncü problem**, ölçülməyən keyfiyyət dəyişikliyidir. Əgər əmtəənin keyfiyyəti ildən ilə pisləşirsə, hətta həmin əmtəənin qiyməti eyni qaldıqda belə dolların dəyəri düşür. Eyni şəkildə əgər keyfiyyət ildən ilə yaxşılaşırsa, dolların dəyəri artır.
Bu problemlərin nə qədər sərt olması və bunun üçün nə edilməli olduğu ilə bağlı iqtisadçılar arasında mübahisələr davam etməkdədir. 1990-cı illərdə aparılmış müxtəlif tədqiqatlara əsasən istehlakçının qiymət indeksi, inflyasiyanı hər il üçün təxminən 1 faizə qədər şişirtmişdir

68. İstehlakçının qiymət indeksinin mahiyyətini və onun hesablanması mərhələlərini izah edin.

Cavab: İstehlakçının qiymət indeksi, tipik istehlakçının aldığı əmtəə və xidmətlərin ümumi dəyərinin ölçüsüdür. ABŞ Əmək Nazirliyinin bir hissəsi olan Əmək Statistika Bürosu (ƏSB), hər ay istehlakçının qiymət indeksini hesablayaraq bu haqda məlumat verir.
Əmək Statistika Bürosu, istehlakçının qiymət indeksini və inflyasiya səviyyəsini hesablayarkən minlərlə əmtəə və xidmətlərin qiymətlərinə dair məlumatlardan istifadə edir. Bu statistikanın necə aparıldığını daha dəqiq görmək üçün, istehlakçıların yalnız iki əmtəə - hot doq və hamburqer aldığı iqtisadiyyatı təsəvvür edək.

1.Səbətin müəyyən edilməsi. İstehlakçının qiymət indeksinin hesablanmasında ilk mərhələ, hansı qiymətlərin tipik alıcı üçün daha əhəmiyyətli olduğunun müəyyənləşdirilməsidir. Əgər tipik istehlakçı hamburqerə nisbətən daha çox hot doq alırsa, hot doqun qiyməti hamburqerlərin qiymətindən daha əhəmiyyətli olur və bu səbəbdən, yaşayış minimumunun hesablanmasında daha böyük çəkiyə malik olur. Əmək Statistika Bürosu, bu məlumatı istehlakçıları təhlil etmək və tipik istehlakçının aldığı əmtəə və xidmətlər səbətini təsbit etməklə müəyyən edir.
2. Qiymətlərin tapılması. İstehlakçının qiymət indeksinin hesablanmasında ikinci mərhələ, hər bir zaman nöqtəsi üzrə səbətdəki hər bir əmtəə və xidmətlərin qiymətlərinin tapılmasıdır.
3. Səbətin dəyərinin tapılması. Üçüncü mərhələ, müxtəlif vaxtlarda əmtəə və xidmətlər səbətinin dəyərinin hesablanması üçün qiymətlərə dair məlumatların istifadə edilməsidir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu hesablamada dəyişən yalnız qiymətlərdir.
4. Baza ilinin seçilməsi və indeksin hesablanması. Dördüncü mərhələ illərdən birinin baza ili olaraq təyin edilməsidir. İndeksi hesablamaq üçün əmtəə və xidmətlər səbətinin hər bir il üzrə qiyməti, baza ilindəki səbətin qiymətinə bölünür və sonra onların nisbəti 100-ə vurulur. Alınmış rəqəm istehlakçının qiymət indeksidir.
5. İnflyasiya səviyyəsinin hesablanması. Beşinci və son mərhələ, qiymət indeksində əvvəlki dövrə nisbətən faiz dəyişikliyi olan inflyasiya dərəcəsinin əvvəlki dövrə nisbətən qiymət hesablamasıdır.
Əmək Statistika Bürosu hər ay minlərlə əmtəə və xidmətlərin qiymətləri haqqında məlumat toplayaraq, onları emal edir və yuxarıda göstərilən beş mərhələ üzrə ardıcıllığa əməl edərək tipik istehlakçı üçün yaşayış minimumunun necə sürətlə artdığını müəyyən edir.

69. İstehlakçının qiymət indeksinin mahiyyətini və onun hesablanması mərhələlərini izah edin.

Cavab: İstehlakçının qiymət indeksi, tipik istehlakçının aldığı əmtəə və xidmətlərin ümumi dəyərinin ölçüsüdür. ABŞ Əmək Nazirliyinin bir hissəsi olan Əmək Statistika Bürosu (ƏSB), hər ay istehlakçının qiymət indeksini hesablayaraq bu haqda məlumat verir.
Əmək Statistika Bürosu, istehlakçının qiymət indeksini və inflyasiya səviyyəsini hesablayarkən minlərlə əmtəə və xidmətlərin qiymətlərinə dair məlumatlardan istifadə edir. Bu statistikanın necə aparıldığını daha dəqiq görmək üçün, istehlakçıların yalnız iki əmtəə - hot doq və hamburqer aldığı iqtisadiyyatı təsəvvür edək.
1.Səbətin müəyyən edilməsi. İstehlakçının qiymət indeksinin hesablanmasında ilk mərhələ, hansı qiymətlərin tipik alıcı üçün daha əhəmiyyətli olduğunun müəyyənləşdirilməsidir. Əgər tipik istehlakçı hamburqerə nisbətən daha çox hot doq alırsa, hot doqun qiyməti hamburqerlərin qiymətindən daha əhəmiyyətli olur və bu səbəbdən, yaşayış minimumunun hesablanmasında daha böyük çəkiyə malik olur. Əmək Statistika Bürosu, bu məlumatı istehlakçıları təhlil etmək və tipik istehlakçının aldığı əmtəə və xidmətlər səbətini təsbit etməklə müəyyən edir.

2. Qiymətlərin tapılması. İstehlakçının qiymət indeksinin hesablanmasında ikinci mərhələ, hər bir zaman nöqtəsi üzrə səbətdəki hər bir əmtəə və xidmətlərin qiymətlərinin tapılmasıdır.
3. Səbətin dəyərinin tapılması. Üçüncü mərhələ, müxtəlif vaxtlarda əmtəə və xidmətlər səbətinin dəyərinin hesablanması üçün qiymətlərə dair məlumatların istifadə edilməsidir. Qeyd etmək lazımdır ki, bu hesablamada dəyişən yalnız qiymətlərdir.
4. Baza ilinin seçilməsi və indeksin hesablanması. Dördüncü mərhələ illərdən birinin baza ili olaraq təyin edilməsidir. İndeksi hesablamaq üçün əmtəə və xidmətlər səbətinin hər bir il üzrə qiyməti, baza ilindəki səbətin qiymətinə bölünür və sonra onların nisbəti 100-ə vurulur. Alınmış rəqəm istehlakçının qiymət indeksidir.
5. İnflyasiya səviyyəsinin hesablanması. Beşinci və son mərhələ, qiymət indeksində əvvəlki dövrə nisbətən faiz dəyişikliyi olan inflyasiya dərəcəsinin əvvəlki dövrə nisbətən qiymət hesablamasıdır.
Əmək Statistika Bürosu hər ay minlərlə əmtəə və xidmətlərin qiymətləri haqqında məlumat toplayaraq, onları emal edir və yuxarıda göstərilən beş mərhələ üzrə ardıcıllığa əməl edərək tipik istehlakçı üçün yaşayış minimumunun necə sürətlə artdığını müəyyən edir.

70. Rəsmi statistika orqanları tərəfindən işçi qüvvəsini, işsizlik səviyyəsini (dərəcəsi) və əhalinin işə yararlı hissəsinin necə hesablandığını izah edin.

Cavab: Gəlirlərinin böyük hissəsinə qənaət edən və investisiya edən ölkənin əsas kapital ehtiyatları və ÜDM-i, daha az qənaət edən və daha az investisiya edən bənzər ölkəyə nisbətən daha sürətlə inkişaf edir. Ölkənin həyat səviyyəsini daha açıq şəkildə müəyyən edən amil, həmin ölkədəki işsizlikdir. İşləmək istəyən, lakin iş tapa bilməyən insanlar əmtəə istehsalı və xidmətlərin göstərilməsində iştirak edə bilmir. Minlərlə firma və milyonlarla işçinin mövcud olduğu mürəkkəb iqtisadi şəraitdə müəyyən dərəcədə işsizliyin qaçılmaz olmasına baxmayaraq, zaman və ölkələr üzrə işsizliyin həcmi əhəmiyyətli dərəcədə dəyişir. Ölkə öz işçilərini mümkün qədər işlə təmin etdikdə, ÜDM-nin həcmi işçilərinin işsiz qaldığı haldakına nisbətən daha yüksək olur.
İşsizliyin ölçülməsi, Əmək Nazirliyinin bir hissəsi olan Əmək Statistika Bürosunun (ƏSB) işidir. Hər ay ƏSB, işsizliyə və məşğuliyyət növləri, orta iş həftəsinin uzunluğu, işsizliyin davam etdiyi müddət kimi əmək bazarının digər faktorlarına dair məlumatlar hazırlayır. Bu məlumatlar Əhalinin Cari Sorğusu adlanan və 60 000-ə yaxın ailəni əhatə edən müntəzəm sorğular nəticəsində əldə edilir. Sorğudakı suallara verilən cavablara əsasən, ƏSB sorğuda iştirak edən hər bir ailədəki hər bir həddi-buluğa çatmış (16 yaş və daha böyük) insanı üç kateqoriyadan birinə aid edir:
• İşləyən
• İşsiz
• İşçi qüvvəsinə aid olmayan
İşləyən - Ötən həftənin hər hansı hissəsini ödənişli işlə məşğul olmuş şəxs, işləyən hesab edilir.
İşsiz - Müvəqqəti işdən çıxarılmış və ya iş axtaran şəxs işsiz hesab edilir. **İşçi Qüvvəsi -** işləyənlər və işsizlər də daxil olmaqla işçilərin ümumi sayını ifadə edir.

ƏSB, sorğuda iştirak edən bütün fərdləri kateqoriyalara ayırdıqdan sonra, əmək bazarının vəziyyətini ümumiləşdirmək üçün müxtəlif statistik məlumatları hesablayır. ƏSB, işləyənlərlə işsizlərin cəmini işçi qüvvəsi kimi müəyyən edir:
İşsizlik dərəcəsi kimi, işçi qüvvəsinin işsiz olan faizi müəyyən edilir. İşsizlik dərəcəsi = (İşsizlərin sayı/ İşçi qüvvəsi)
Əhalinin işə yararlı hissəsi həddi-buluğa çatmış əhalinin işçi qüvvəsinə aid olan faizidir. Əhalinin işə yararlı hissəsi = işçi qüvvəsi / həddi-buluğa çatmış əhali) X100%.
ƏSB, həmin sorğudan əhalinin işə yararlı hissəsi haqqında məlumatların hazırlanması üçün də istifadə edir. Əhalinin işə yararlı, hissəsi Birləşmiş Ştatların həddi-buluğa çatmış əhalinin bütün həddi-buluğa çatmış əhalisinin işçi qüvvəsinə aid olan faizidir:
Bu məlumatların necə hesablandığını görmək üçün 2001-ci il üzrə olan məlumatlara baxaq. Həmin ildə 135.1 milyon insan işlədiyi halda, 6.7 milyon adam işsiz idi. İşçi qüvvəsi aşağıdakı kimi idi:
İşçi qüvvəsi =135.1+6.7=141.8 milyon
İşsizlik dərəcəsi = (işsizlərin sayı / işçi qüvvəsi) X 100%
İşsizlik dərəcəsi = (6.7/141.8) x 100 = 4.7 faiz.
Yaşlı əhali 211.9 milyon olduğundan, əhalinin işə yararlılıq dərəcəsi aşağıdakı kimi idi:
Əhalinin işə yararlılıq dərəcəsi = (141.8/211.9) x 100 = 66.9 faiz
Beləliklə, 2001-ci ildə, ABŞ-ın həddi-buluğa çatmış əhalisinin üçdə iki hissəsi əmək bazarında iştirak etmiş və əmək bazarı iştirakçılarının 4.7 faizi işsiz olmuşdur.

71. Friksion işsizliyin mahiyyətini və onun qaçılmaz olduğunu izah edin.

Cavab: Gəlirlərinin böyük hissəsinə qənaət edən və investisiya edən ölkənin əsas kapital ehtiyatları və ÜDM-i, daha az qənaət edən və daha az investisiya edən bənzər ölkəyə nisbətən daha sürətlə inkişaf edir. Ölkənin həyat səviyyəsini daha açıq şəkildə müəyyən edən amil, həmin ölkədəki işsizlikdir.
Friksional işsizlik, işçilərin öz zövq və bacarıqlarına uyğun iş axtarmasına vaxt sərf olunması səbəbindən meydana çıxan işsizlikdir. Friksion işsizlik adətən, qısamüddətli olur. Onlar könüllü olaraq işdən çıxanlardır.
Friksional işsizlik, adətən müxtəlif firmalar arasında əməyə olan tələbin dəyişməsi nəticəsində meydana çıxır. Bu, "uyğun" iş axtarışına sərf olunan vaxt üzündən baş verir.
İstehlakçılar "Compaq" kompüterlərini "Dell"-dən üstün tutmaq qərarına gəldikdə, "Compaq" daha çox yeni işçi işə qəbul edir, "Dell" isə, işçilərin bəzilərini ixtisar edir. "Dell"-in keçmiş işçiləri indi yeni iş axtarmalı, "Compaq" isə yeni açılmış müxtəlif iş yerləri üçün hansı yeni işçiləri götürməklə bağlı qərar verməlidir. İşsizlik dövrünün səbəbi bu yerdəyişmədir.
Friksional işsizlik, sadəcə olaraq, iqtisadiyyatın daim dəyişməsi səbəbindən qaçılmazdır. Sənaye sahələri və ya regionlar arasında tələbin xarakterindəki dəyişikliklər, struktur yerdəyişmələri adlandırılır. Yeni sahələrdə iş axtarmaq və tapmaq üçün işçilərə vaxt lazımdır.
Eyni şəkildə, ölkənin müxtəlif regionları müxtəlif məhsullar istehsal etdiyindən iş təminatı bir regionda artdığı halda, digər regionda azala bilər. Məsələn, neftin dünya qiyməti düşdükdə nə

baş verəcəyini nəzərdən keçirək. Texasdakı neft istehsal edən firmalar qiymətin düşməsinə istehsal və iş yerlərini azaltmaqla cavab verir.
Friksional işsizlik, sadəcə olaraq, iqtisadiyyatın daim dəyişməsi səbəbindən qaçılmazdır. Bir əsr əvvəl, Birləşmiş Ştatlarda ən çox iş yerləri olan dörd sənaye sahəsi- pambıq məhsulları, yun məhsulları, kişi geyimləri və taxta-şalban məhsulları idi. Bu gün isə ən böyük sənaye sahələri, avtomobil, aviasiya, kommunikasiya və elektrik avadanlıqları sahələridir. Bu yerdəyişmə baş verərkən bəzi firmalarda yeni iş yerləri yarandığı halda, digərlərində bağlanırdı. Bu prosesin son nəticəsi daha yüksək məhsuldarlıq və daha yüksək həyat səviyyəsi oldu. Lakin bu müddətdə enişlə üzləşən sənaye sahələrindəki işçilər, işdən çıxarıldıqlarına görə yeni iş yerləri axtarmalı olmuşdular.

72. Təbii işsizliyin məzmununu və Həmkarlar İttifaqlarının işsizliyin təbii səviyyəsinə təsir mexanizmini izah edin.

Cavab: Gəlirlərinin böyük hissəsinə qənaət edən və investisiya edən ölkənin əsas kapital ehtiyatları və ÜDM-i, daha az qənaət edən və daha az investisiya edən bənzər ölkəyə nisbətən daha sürətlə inkişaf edir. Ölkənin həyat səviyyəsini daha açıq şəkildə müəyyən edən amil, həmin ölkədəki işsizlikdir.
Təbii işsizlik iqtisadi sistemdə işçi qüvvəsinə tələbin mövcud əmək təklifindən aşağı olduğu zaman baş verən hadisədir. Bu, tez-tez iqtisadi dövrlərlə əlaqələndirilir və iqtisadi artım dövrlərində işsizlik nisbətləri aşağı düşür, tənəzzül dövrlərində isə işsizlik artır. Təbii ki, işsizliyə sektorial dəyişikliklər, texnoloji irəliləyişlər, demoqrafik amillər və bazar şəraitindəki dəyişikliklər kimi müxtəlif amillər təsir edə bilər.
Həmkarlar İttifaqları işçilərin hüquqlarını qorumaq, iş şəraitini yaxşılaşdırmaq və işsizliklə mübarizə aparmaq üçün yaradılan birliklərdir. Bu birliklər işçilərin kollektiv şəkildə təmsil olunmasını və danışıqların aparılmasını təmin etməklə işçilərin hüquqlarını gücləndirir. Həmkarlar ittifaqı vasitəsilə işçilər əmək haqqının yaxşılaşdırılması, iş şəraitinin yaxşılaşdırılması, iş təhlükəsizliyi tədbirləri və digər sosial müavinətlər tələb edə bilərlər. Səhmdarların ittifaqları işsizliyin təbii səviyyəsinə təsir göstərə bilər, çünki onlar işçilərə ümumi maraqlarını qorumaq və müdafiə etmək üçün bir araya gəlmək imkanı verir. İşsizlik vəziyyətində həmkarlar ittifaqları işçilərin hüquqlarını qoruyan işəgötürənlərlə danışıqlar apara və işsizlik müavinətləri, təlim və yenidən işə düzəlmə proqramları kimi sosial təminat tədbirlərini dəstəkləyə bilər. Bundan əlavə, həmkarlar ittifaqları işçilər arasında həmrəyliyi təşviq edə, işçilərə işsizlik zamanı bir-birlərinə dəstək olmağa imkan verə bilər.
Məşğulluq əmək tələbini və iş şəraitini yaxşılaşdıra və işəgötürənləri iş yerlərinin yaradılması üçün daha məsuliyyətli olmağa təşviq edə bilər.

73. İstehlakçının qiymət indeksindən (İQİ) istifadə etməklə inflyasiya səviyyəsinin hesablanması düsturunu yazın və misal əsasında hesablayın.

Cavab: İstehlakçının Qiymət İndeksi (İQİ) ölkədə qiymət səviyyəsinin dəyişməsini ölçmək üçün istifadə olunan göstəricidir. İQİ adətən onu baza dövrü ilə müqayisə etməklə hesablanır və inflyasiyanın səviyyəsini müəyyən etmək üçün istifadə olunur. İQİ-ni hesablamaq üçün aşağıdakı düsturdan istifadə olunur:
İQİ = (Cari Dövr Qiymətləri / Baza Dövrü Qiymətləri) x 100 Burada,
- Cari Dövr Qiymətləri nəzərdən keçirilən dövrdə müəyyən bir mal və xidmət səbətinin dəyərini əks etdirir.
- Baza Dövrü Qiymətləri müqayisə üçün seçilmiş istinad dövründə eyni mal və xidmətlər səbətinin dəyərini əks etdirir.
İQİ hesablanmasından sonra əldə edilən nəticə inflyasiya səviyyəsini göstərir. İQİ dəyəri 100-dən böyükdürsə, bu, inflyasiya olduğunu göstərir. Əgər IQI 100-dən az və ya ona bərabərdirsə, inflyasiyanın səviyyəsi aşağı və ya mənfi ola bilər, bu halda qiymətlər aşağı düşəcək.
Nümunə ilə hesablayaq:
Fərz edək ki, baza dövründə mal və xidmətlər səbətinin dəyəri 1000 vahid, cari dövrdə həmin mal və xidmətlər səbətinin dəyəri isə 1200 vahiddir. Bu halda, İQİ hesablanması aşağıdakı kimi aparılır:
İQİ = (1200 / 1000) x 100 = 120
Nəticədə ortaya çıxan İQİ dəyəri 120-dir ki, bu da inflyasiyanı göstərir. Başqa sözlə, qiymətlər baza dövrü ilə müqayisədə 20% artıb.
Bu yolla İQİ-ni hesablayaraq bir ölkədə inflyasiyanın səviyyəsini müəyyən edə və qiymət səviyyələrindəki dəyişikliyi izləyə bilərik.

74. Səmərəli əmək haqqı nəzəriyyəsini izah edin.

Cavab: İş axtarışı, minimum əmək haqqı qanunları, və həmkarlar ittifaqlarından əlavə iqtisadiyyatda işsizliyin mövcud olmasının dördüncü səbəbi, səmərəli əmək haqqı nəzəriyyəsi vasitəsilə əsaslandırıla bilər. Bu nəzəriyyəyə görə, əmək haqları tarazlıq səviyyəsindən yuxarı olduqda, işçilər daha səmərəli fəaliyyət göstərir. Bu səbəbdən, hətta artıq işçi qüvvəsi olduğu halda belə, əmək haqlarının yüksək olması firmalar üçün səmərəlidir.
S*əmərəli əmək haqları* işçilərin məhsuldarlığını artırmaq məqsədilə firmalar tərəfindən ödənilən tarazlıq səviyyəsindən yüksək olan əmək haqlarıdır. Bu nəzəriyyəyə görə, əmək haqları tarazlıq səviyyəsindən yuxarı olduqda, firmalar və işçilər daha səmərəli fəaliyyət göstərir. Səmərəli əmək haqqı nəticəsində meydana çıxan işsizlik, müəyyən mənada, minimum əmək haqqı qanunları və həmkarlar ittifaqları nəticəsində meydana çıxmış işsizliyə bənzəyir. Hər üç halda, işsizlik əmək haqqının əməyin təklif həcmi ilə, əməyin tələb həcmini tarazlaşdıran səviyyədən yüksək olması nəticəsində meydana çıxır. Lakin, burada çox əhəmiyyətli fərq də mövcuddur. Minimum əmək haqqı qanunları və həmkarlar ittifaqları, firmaların işçi izafiliyi yarandığı halda, əmək haqlarını azaltmasının qarşısını alırlar. Səmərəli əmək haqqı nəzəriyyəsinə əsasən, əmək haqlarının tarazlıq səviyyəsindən yuxarı saxlanılması firmalar üçün səmərəli olduğundan firmalar üzərində belə məhdudiyyətə bir çox halda ehtiyac yoxdur.

75. Minimum əmək haqqının mahiyyətini və onun artırılmasının işsizliyin səviyyəsinə təsirini izah edin.

Cavab: Struktur işsizlik o zaman baş verir ki, təklif olunan əməyin həcmi tələb olunan əməyin həcmini üstələyir. Struktur işsizlik adətən daha uzun müddətli işsizliyi izah edir. Minimum əmək haqqı qanunu, əmək haqqını tələblə təklifi tarazlaşdıran səviyyədən yüksək saxladıqda tarazlıq səviyyəsi ilə müqayisədə əməyin təklif həcmi artır, əməyin tələb həcmi isə azalır. Artıq işçi qüvvəsi -əmək izafiliyi, işsizlik meydana çıxır. İşləmək istəyən işçilərin sayı, mövcud iş yerlərinin sayından çox olduğuna görə bəzi işçilər işsiz qalır. Struktur işsizliyi daha yaxşı anlamaq üçün, ilk olaraq, minimum əmək haqqı qanunlarından inflyasiyanın necə meydana gəldiyinə baxaq. Minimum əmək haqqı, iqtisadiyyatımızdakı işsizliyin əsas səbəbi olmasa da, bunun, yüksək işsizlik dərəcəsinə malik müəyyən qruplara əhəmiyyətli təsiri var. Bundan əlavə, struktur işsizliyin bəzi digər səbəblərinin izah olunması üçün istifadə edilə bildiyindən, minimum əmək haqqının təhlili ilə başlamaq düzgün olardı. Minimum Əmək Haqqı İş Bazarına Necə Təsir Edir: Tədqiqatlar göstərir ki, 1. Minimum əmək haqqının 10% artması yeniyetmələrin məşğulluğunu 1- 3% azaldır. 2. Minimum əmək haqqının səviyyəsinin artması işləyən gənclərin strukturunda dəyişikliyə aparır: bəzi şagirdlər tədrisi atır, işsizlər sırasına qatılaraq, iş axtarmağa başlayırlar.

Hazırladı: Ağazadə Murad

QEYD: BU PDF-Nİ ÖZÜM ÜÇÜN HAZIRLAMIŞAM VƏ SİZLƏ BÖLÜŞÜRƏM. SUALLARI BURADAN OXUYUB İMTAHAN ZƏİF YAZILARSA MƏSULİYYƏT DAŞIMIRAM. ÇALIŞDIĞIM QƏDƏR BÜTÜN SUALLARI ƏTRAFLI ŞƏKİLDƏ CAVABLAMIŞAM.
HƏR KƏSƏ UĞURLAR!