Mikroiqtisadiyyat

Mövzu 1.Mikroiqtisadiyyata giriş

1.İqtisad elminin mühüm hissələri olan mikroiqtisadın və makroiqtisadın predmetini, onların oxşar və fərqli cəhətlərini izah edin (5BAL)

İqtisadi nəzəriyyə ənənəvi olaraq mikroiqtisadiyyata – ev təsərrüfatları və firmaların qərar qəbuletmə proseslərini və onların bazarda qarşılıqlı əlaqələrinin öyrənilməsinə və makroiqtisadiyyata – iqtisadiyyatın bütövlükdə öyrənilməsinə bölünür.

Mikroiqtisadiyyatın predmeti — iqtisadi agentlərin öz məqsədlərinə nail olmaq üçün qəbul etdikləri qərarların işlənib hazırlanması və reallaşdırılması prosesidir.

Mikroiqtisadiyyatın subyektlərinə (agentlərinə) aiddir: ev təsərrüfatı, firmalar, ayrı-ayrı fərdlər, ilkin istehsal resurslarının mülkiyyətçiləri.

Makroiqtisadiyyat bütovlükdə iqtisadiyyatın fəaliyyətini öyrənən bir bölmə olmaqla makroiqtisadi hadisə və prosesləri tədqiq edir və onların arasında asıllıqları və qanunauyğunluqları aşkar edir. Onun tədqiq etdiyi iqtisadi problemlər: milli hesablar sistemi,iqtisadi artım, onun amilləri və templəri, iqtisadiyyatın tsiklik inkişafı, makroiqtisadi müvazinat,məşğulluq və işsizlik, qiymətlərin ümumi səviyyəsi, maliiyə-kredit münasibətləri, dövlətin iqtisadi siyasəti, milli iqtisadiyyatın dünya təsərrüfatına inteqrasiyası, iqtisadi təhlükəsizlik və sairdir.

Oxşar: İqtisadiyyatı öyrənir, təhlil edirlər.

Fərqli:

1. Mikroiqtisadiyyat iqtisadiyyatın müəyyən hissəsini, yəni bir fərdi, ev təsərrüfatını, firmanı və ya sənədi araşdırır. İqtisadiyyat məsələlərini fərdi səviyyədə öyrənir. Digər tərəfdən, Makroiqtisadiyyat tək bir vahiddən bəhs etməyən bütün iqtisadiyyatı araşdırır, əksinə milli gəlir, ümumi qiymət səviyyəsi, ümumi istehlak və s. Kimi ümumi vahidləri araşdırır. Geniş iqtisadi məsələlərlə məşğul olur.

2. Mikroiqtisadiyyat ayrı-ayrı iqtisadi vahidləri vurğulayır. Bunun əksinə olaraq, makroiqtisadiyyatın ümumi iqtisadi dəyişkənlərə yönəldilməsi.

3. Mikroiqtisadiyyat əməliyyat və ya daxili məsələlərə tətbiq olunur, ətraf və xarici məsələlər isə makroiqtisadiyyatın problemidir.

2.“Bazarlar iqtisadi fəaliyyəti təşkil etmək üçün daha yaxşı vasitədir”. Bu prinsipi Adam Smitin “görünməz əl” anlayışından istifadə etməklə əsaslandırın (5 bal)

"Gözəgörünməz əl" sərvətlərin şəkildə şəkildə bölüşdürülməsinə nail olsa da, bu belə belə olmur. Bazarların, ətraf mühitə malik olmadığı halda, sərvətlərin bölünməsi nəticəsində məlum olan bir vəziyyət yaratmaq üçün iqtisadçılar bazarın iflası terminindən istifadə edilir. Bazarın mümkün səbəblərindən biri bəzi birla hərəkətlərinin onunla əlaqədə olmayan rifahına təsirini əks etdirən yan

təsirlərin olmasıdır. Məsələn, yan təsirin klassik misalı ətraf mühitin çirklənməsidir. Bazarın iflasının mümkün səbəblərindən başqa, tək bir və ya kiçik bazar qiymətlərinə hədsiz təsir edə bilmək, başqa sözlə, bazar gücüdür. Məsələn, şəhərin bütün işləri, suya ehtiyacı olduğu halda şəhərdə yalnız bir quyu mövcuddur, bu halda quyunun sahibi heç bir rəqabətlə idarə etmir. Rəqabət etmək "gözəgörünməz əlin" şəxslərin mənafelərini nəzarətdə saxlamaq üçün istifadə etmək üçün etibar edilmiş bir alətdir. Yan təsirlərin və ya bazar gücünə malik olduğu halda, düşünülmüş ictimai siyasət iqtisadi gücü yüksəldə bilər. Bəzən iqtisadi rifahın ədalətli şəkildə bölüşdürülməsini **"gözəgörünməz əl"** ilə əldə etmək mümkün olmur. Bazar iqtisadiyyatı insanların başqalarının almaq işkləri əmtəəni istehsal gücünə görə mükafatlandırır. Ən yaxşı basketbolçusunun ən yaxşı oyunçudan daha çox qazanmasının səbəbi olaraq, insanlarınmata dünyanın basketbol seyr etmək üçün daha çox pul qazanması şəxsdir. "Gözəgörünməz əl" hər kəsin köməyinə qədər qida, uyğun geyim və səviyyəli tibb xidmətinə sahib olmasını təmin etmir. Dövlətin fəaliyyətinin bir çox siyasi tədbirləri, potensialı, gəlir vergisi və sosial müdafiə sistemi, iqtisadi inkişafın daha ədalətli bölünməsinə nail olmaq qərarı.

Bununla belə, bəzi hallarda bazar fəaliyyətinin nəticələrini yaxşılaşdıra bildiyini söyləmək, bunun kimi belə olduğu mənaya gəlir. Dövlət siyasətini həyata keçirməkdən mələklər deyildir, aşkardan uzaq olan bir siyasi prosesin üzvləridir. Elə hallar ki, siyasi qüvvələrin siyasi gücü güclü olanları mükafatlandırmağa yönəldilir. Bəzi hallarda siyasət tam olaraq sahib olmadan, yalnız xoş niyyətli liderlər yeridir. İqtisadi nəzəriyyənin öyrənilməsinin məqsədindən biri də, dövlət siyasətinin ədalətli və perspektivliliyi ilə bağlı fikir sahibi olmanızı təmin etməkdir.

Bazarlarda qarşılıqlı əlaqədə olan təsərrüfat və şirkətlər sanki gözəgörünməz əl tərəfindən arzu olunan nəticələrə doğru yönəldilir.İqtisadi nəzəriyyədə qiymətlər gözəgörünməz əlin istifadə etdiyi bir alətdir.Nəyi alıb nəyi satmaq kimi qərarları qəbul edərkən ailə və müəssisələr qiymətə nəzər saldıqlarına görə,özləridə bilmədən öz hərərkətlərinin ictimai fayda və məsrəflərini nəzərə almış olurlar.Nəticə etibarilə ,qiymətlər həmin fərdi qərar verənlərin hərəkətlərini elə şəkildə dəyişirki ,cəmiyyətin rifahı maksimal dərəcədə artmış olsun.İqtisadi fəaliyyətin iştirakçıları öz maraqlarını nəzərə alıb hərəkət edərkən ,bazarın gözəgörünməz əli həmin marağı ümümi iqtisadi rifahın artmasına yönəldir.

3.İqtisadi təhlilin iki tipini (pozitiv nə normativ) fərqləndirin. Fikrinizi nümunə əsasında izah edin (5bal)

İqtisadi problemlərin təhlilində POZİTİV VƏ NORMATİV təhlildən istifadə olunur. .POZİTİV təhlil – iqtisadi hadisə və proseslərin real, faktiki vəziyyətini göstərir. NORMATİV təhlil iqtisadi hadisə və proseslərin gələcəkdə necə dəyişə biləcəyi üzrə elmi mübahisə və yanaşmaları öyrənir. Başqa sözlə, pozitiv ekonomiks “nə var” onu öyrənir, normativ ekonomiks isə “nə olmalıdıq” haqda subyektiv fikirləri öyrənir.

Pozitiv İqtisadiyyat, faktlara əsaslanan obyektiv yanaşma göstərən iqtisadiyyatın bir sahəsidir. Dəyişənlər arasındakı təsadüfi əlaqəni təhlil edir və izah edir. Insanlara ölkənin iqtisadiyyatının necə işlədiyini izah edir. Pozitiv iqtisadiyyat alternativ olaraq təmiz iqtisadiyyat və ya təsviri iqtisadiyyat kimi tanınır

Normativ Iqtisadiyyat: iqtisadiyyatın necə işləməsini təklif edir. Fərdi fikir və üstünlükləri nəzərə aldığı üçün siyasət iqtisadiyyatı olaraq da bilinir. Beləliklə, ifadələr nə doğru, na da yanlış olduğu sübut edilə bilmez

Pozitif Iqtisadiyyat məlumat və faktlara söykənən bir elmə istinad edir. Normativ iqtisadiyyat fikirlərə, dəyərlərə və mühakiməyə əsaslanan bir elm kimi təsvir olunur. . Pozitiv iqtisadiyyat nə olduğunu, normativ iqtisadiyyat nəcə olmalıdır? olduğunu izah edir

Məsələn, təsəvvür edin ki, iki nəfər minimum əmək haqqı qanunvericiliyini müzakirə edir. Siz aşağıdakı iddiaları eşidə bilərsiniz:

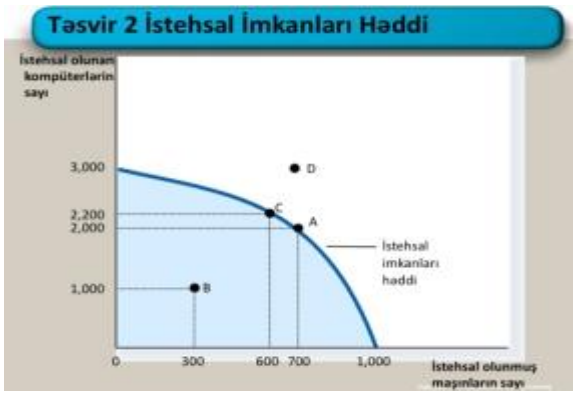
POLLI: Minimum əmək haqqı qanunları işsizliyə səbəb olur.

NORMA: Hökumət minimum əmək haqqını qaldırmalıdır

4.Məhdud resurslardan istifadənin səmərəliliyini istehsal imkanları həddi modelindən istifadə etməklə izah edin. Texnoloji yeniliklərin istehsal imkanları həddinə təsirini qrafik üzərində əsaslandırın(10Bal)

Məhdudluq o deməkdir ki, cəmiyyət müəyyən həcmdə resurslara malikdir və buna görə də insanların malik olmaq istədikləri bütün əmtəə və xidmətləri istehsal edə bilmir.

Bir çox iqtisadi modellər riyaziyyatın köməyi ilə qurulur. Bu bölümdə bu cür modellərin ən sadələrindən birini nəzərdən keçirəcəyik və bu modelin bəzi əsas iqtisadi fikirləri necə izah etdiyini görəcəyik. Bu model istehsal imkanları həddi adlanır.



İstehsal imkanları həddini əks etdirən qrafik firmalar tərəfindən konkret istehsal amillərinin və istehsal texnologiyalarının istifadəsi zamanı istehsal nəticələrinin müxtəlif səviyyələrini nümayiş etdirir (bizim misalda avtomobillər və kompüterlər).

İstehsal imkanlarının həddi iqtisadiyyatda istehsal imkanlarının mümkün olan nisbətini-mövcud halda avtomobil və kompüterlərin müvafiq səviyyəsini göstərir. Iqtisadiyyatın fəaliyyətinin nəticələri əyrinin istənilən nöqtəsində, yaxud da hədlərin daxilində ola bilər. Müəyyən kəmiyyətdə verilmiş resursla istehsal imkanları hədlərindən kənarda hər hansı hərəkət nöqtəsinə nail olmaq iqtisadiyyatda mümkün deyildir.

Əgər iqtisadiyyatın bütün resursları avtomobil istehsalına yönəldilmiş olarsa, biz heç bir kompüter əldə etmədən 1000 avtomobil istehsal edə bilərik. Əgər bütün resurslar kompüterin hazırlanmasına yönəldilmiş olarsa, onda iqtisadiyyat 3000 hesablayıcı maşın ala bilər, avtomobili isə o, xaricdən almalı olacaqdır. Bu ekstremal vəziyyət istehsal imkanları həddi qrafikinin iki son nöqtəsində göstərilmişdir. Əgər biz resursları iki istehsal sahəsi arasında bərabər səviyyədə bölәriksə, 700 avtomobil və 2000 kompüter əldə etmiş olarıq (qrafikdə A nöqtəsi). D nöqtəsi bizim malik olduğumuz məhdud resurslar şəraitində istehsalına heç zaman nail ola bilməyəcəyimiz istehsal həcmini göstərir. Başqa sözlə, iqtisadi fəaliyyətin nəticələri istehsal imkanlarının həddində, yaxud əyrinin daxilində ola bilər. Lakin ondan kənarda ola bilməz.

Əgər əlverişli olan məhdud resurslardan istifadə olunmaqla maksimum mümkün nəticə əldə edilirsə, hesab edirik ki, iqtisadiyyat səmərəli işləmişdir. Istehsal imkanları həddindəki nöqtə buraxılışın səmərəli səviyyəsini əks etdirir. Əgər əmtəə istehsalının həcmi A nöqtəsinə uyğun gəlirsə, onda iqtisadiyyatın bir əmtəənin istehsalını artırmaq üçün digərini azaltmaqdan başqa imkanı yoxdur. b nöqtəsi iqtisadiyyatın səmərəsiz fəaliyyətinə uyğun gəlir və bu zaman yalnız 300 avtomobil və 1000 kompüter istehsal olunur. Bu, o deməkdir ki, firmanın sərəncamında olan resusrların verdiyi imkanlardan xeyli az əmtəə istehsal olunmuş və ola bilsin ki, bu hal işsizliyin həddən artıq yüksək olması ilə əlaqədardır. Əgər səmərəsiz fəaliyyətin səbəbləri aradan qaldırılarsa, avtomobil istehsalı 700-ə, kompüter istehsalı isə 2000-ə qədər yüksələrsə, iqtisadiyyat B nöqtəsindən A nöqtəsinə keçə bilər.

İqtisad elminin on prinsipindən birində deyilir ki, insan seçir. Istehsal imkanlarının həddi cəmiyyətin rastlaşdığı seçimi göstərir. Əgər biz, imkanlarımız həddində istehsalın səmərəli səviyyəsinə çatmışıqsa, bir əmtəənin istehsalının artırılmasının yeganə üsulu digərinin azaldılması hesabına ola bilər. Cəmiyyət

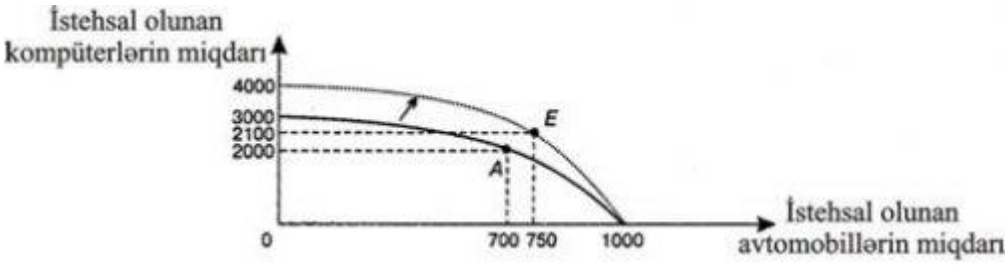
bəzi istehsal amillərinin avtomobil sənayesindən kompüter sahəsinə yenidən bölgüsünü apararkən, 100 avtomobil itirib əvəzində əlavə 200 kompüter əldə edir iqtisadiyyat A nöqtəsindən S nöqtəsinə hərəkət edir. Başqa sözlə, iqtisadiyyat A nöqtəsində olarkən 200 kompüterin alternativ istehsal xərcləri 100 avtomobil təşkil edir.

Fikir verin ki, istehsal imkanlarının hədd əyrisi (qr.2.2.) kənara əyilmişdir. Onun forması göstərir ki, avtomobilin alternativ istehsal xərcləri hər bir əmtəənin buraxılma kəmiyyətindən asılıdır. Iqtisadiyyat avtomobil istehsalı üçün resursların daha çox hissəsini istifadə edirsə, istehsal imkanlarının həddi daha gərgin keçir. Əgər, hətta avtomobil kompüter istehsalı sexlərində ciddi disk (dairə istehsal), meqabayt (yüksək səviyyəni göstərir) və monitor mütəxəssisləri tərəfindən yığılırsa belə, istehsal edilən avtomobilin hər vahidinin azalması o deməkdir ki, iqtisadiyyat əhəmiyyətli dərəcədə çox kompüter əldə etmiş olur. Və əksinə, iqtisadiyyat resursların daha çox hissəsini kompüterlərin istehsalına istifadə edirsə, istehsal imkanları həddi kifayət qədər maili olur. Bu halda, resurslar daha çox kompüter istehsalı üçün əlverişli olur və həmin sahədə qalır, onda hər bir «doğulmamış» avtomobil kompüterlərin çox da əhəmiyyətli olmayan səviyyədə artırılmasına səbəb olur.

Istehsal imkanları həddi əyrisi müəyyən müddətdə müxtəlif əmtəələrin istehsal həcminin qarşılıqlı asılılığını əks etdirir. Məsələn, əgər tətbiq olunan qabaqcıl texnika həftə ərzində fəhlələrin istehsal etdikləri kompüterlərin kəmiyyətini artırmağa imkan verirsə, iqtisadiyyat daha çox təşkilati texnika əldə edər və eyni zamanda avtomobil istehsalının həcmi dəyişməmiş qalar. Nəticədə, istehsal imkanları həddi sağdan yuxarı, kənara dəyişmiş olar. Nəticə etibarilə istehsalın iqtisadi artımı A nöqtəsindən E nöqtəsinə dəyişər, cəmiyyət isə çox avtomobil və kompüter əldə edər.

Istehsal imkanları həddinin təhlili mürəkkəb iqtisadi reallıq xatirinə onun fundamental prinsiplərinin sadələşdirilməsini nəzərdə tutur.

Kompüter istehsalında qabaqcıl texnologiyadan istifadə olunması istehsal imkanlarının həddini kənara dəyişdirir, istehsal olunan avtomobil və kompüterlərin miqdarını artırır.



5.İqtisadi modelin mahiyyətini izah edin. Dövri-axın diaqramından istifadə etməklə subyektlərin əsas məqsədlərinin reallaşdırılması mexanizminin mahiyyətini açıqlayın (10Bal)

İqtisadçılar öz təcrübəsində ən müxtəlif modellərdən istifadə edirlər. Bu modellər diaqramlardan, cədvəllərdən, bərabərliklərdən ibarət olur. İqtisadi modellərdə bir çox hissələr, məlumatlar çatışmır. Buna baxmayaraq, əslində onların çatışmazlığı bizə həqiqətən mühüm olan şeyi dərk etməyə imkan verir. İqtisadçının modeli də bütün iqtisadi amilləri nəzərə ala bilmir. Bütün modellər müəyyən fərziyyələr və ehtimallarla qurulmuşdur. İqtisadçılar öz təhlillərində öyrənilən məsələyə dəxli olmayan amillərin iştirakına yol vermirlər.

Dövri-axın cədvəli bazarlar vasitəsilə ailələr və müəssisələr arasında pulun necə hərəkət etdiyini göstərən vizual modeldir.

İqtisadiyyat müxtəlif fəaliyyət növləri ilə - alıcılıqla, satıcılıqla, işlə, muzdlu əməklə, istehsalla və i.a. məşğul olan milyonlarla insanlardan ibarətdir. Onun quruluşunu dərk etmək üçün düşünmə tərzimizi sadələşdirən üsul tapılmalıdır. Başqa sözlə,iqtisadiyyatın təşkilini aydınlaşdıran model lazımdır.

Ev təsərrüfatları istehsal amillərinə sahibdirlər və firmaların istehsal etdikləri bütün əmtəə və xidmətləri istehlak edirlər.
Ev təsərrüfatı və firmalar iki əsas bazara qarşılıqlı təsir edir. Əmtəə və xidmətlər bazarında ev təsərrüfatı alıcı, firmalar isə satıcı rolunda çıxış edir: ev təsərrüfatı firmaların istehsal etdikləri əmtəə və xidmətləri əldə edir. Istehsal amilləri bazarında ev təsərrüfatları firmaların əldə etdiyi və istehsal üçün istifadə edəcəyi istehsal amilini təklif edir. Dövriyyə axınının qrafikində ev təsərrüfatları və firmalar arasında olan bütün sövdələşmələrin (razılaşmaların) təşkilinin sadə üsulu verilmişdir. Dövriyyə axını qrafikinin daxili oxları ev təsərrüfatı və firmaların arasında əmtəə və xidmətlərin hərəkətini əks etdirir. Ev təsərrüfatları istehsal amilləri bazarında firmalara əmək, torpaq və kapital

satır. Firmalar bunları əmtəə və xidmətlər istehsalında istifadə etmək üçün əldə edirlər. Ev təsərrüfatları isə bunları öz növbəsində müvafiq bazarlardan əldə etmişlər. Beləliklə, istehsal amilləri ev təsərrüfatlarından firmalara, əmtəə və xidmətlər isə firmalardan ev təsərrüfatlarına «axır».
Qrafikin xarici oxları pul vəsaitlərinin axın hərəkətini əks etdirir. Ev təsərrüfatları pulu firmalardan əmtəə və xidmətlər almaq üçün istifadə edir. Firmalar gəlirlərinin bir hissəsini istehsal amillərinin (məsələn, işçilərin əmək haqqını) xərcini ödəmək üçün yönəldir. Qalan hissə firma mülkiyyətçilərinin, eyni zamanda ev təsərrüfatlarının üzvləri hesab olunanların mənfəətini özündə əks etdirir. Beləliklə, əmtəə və xidmətlərə xərclənən pul vəsaitləri ev təsərrüfatlarından firmalara, pul gəlirləri isə əmək haqqı, renta və mənfəət formasında firmalardan ev təsərrüfatlarına daxil olur.



Mövzu 2.İstehlakçı seçimi nəzəriyyəsi

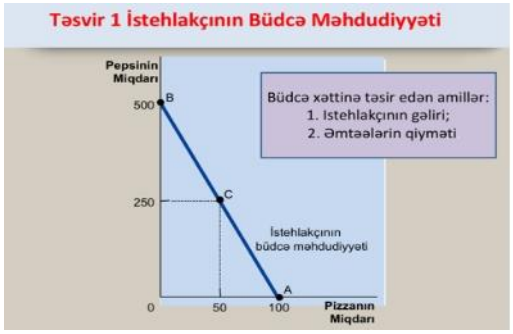
6.İstehlakçının büdcə məhdudiyyətinin mahiyyətini və ona təsir edən amilləri qrafik təsvirlərdə istifadə etməklə izah edin.(10Bal)

Büdcə məhdudiyyəti müəyyən gəlirdən asılı olaraq istehlakçının almaq imkanı olduğu əmtəələrin müxtəlif paketlərini göstərir.Büdcə məhdudiyyəti istehlakçının verilmiş gəlir səviyyəsində ala biləcəyi əmtəə və xidmətlərin kombinasiyasını

> •Məxaric (xərc) imkanları gəlirlərlə məhdudlaşdığından, insanlar arzuladıqlarından daha az istehlak edirlər.
>
> İstehlakçının Büdcə Məhdudiyyəti: Büdcə məhdudiyyəti xəttindəki hər hansı bir nöqtə istehlakçının almaq imkanı olduğu istehlak paketlərini göstərir.

Məsələn, əgər istehlakçı pizza almasa, o, 500 pinta Pepsi istehlak edə bilər (B nöqtəsi). Əgər istehlakçı

heç bir Pepsi almırsa, o, 100 pizza istehlak edir (A nöqtəsi). Əgər istehlakçı pulunu pepsi və pizza arasında yarı bölərsə (C nöqtəsi) 250 pinta pepsi və 50 pizza ala bilər və s.



Büdcə məhdudiyyətinə təsir göstərən amillər istehlakçının gəliri və əmtəələrin qiymətidir.

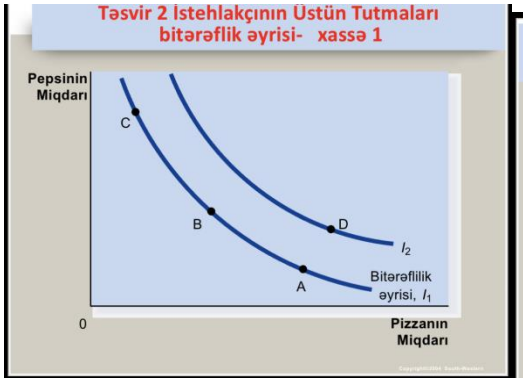
7.Bitərəflik (fərqsizlik) əyrilərinin məzmununu və bitərəflik (fərqsizlik) əyrilərinin dörd xassəsini qrafiklərdən istifadə etməklə izah edin.(10Bal)

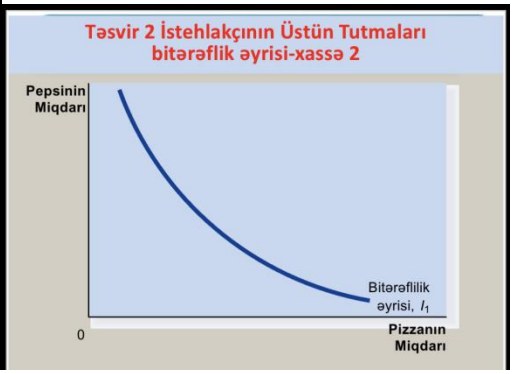
Bitərəflilik əyrisi istehlakçını eyni dərəcədə razı salan kombinasiyaları göstərir.İstehlakçıya iki kombinasiya təklif olunduqda o, öz zövqünə daha çox uyğun olanını seçir.

Bitərəflilik Əyrilərinin Dörd Xassəsi

Bitərəflilik əyriləri, istehlakçının üstün tutmalarını əks etdirdiyindən onlar həmin üstün tutmaları əks etdirən müəyyən xassələrə malikdirlər:

• Xassə 1: Daha yüksək bitərəflilik əyriləri daha aşağı əyrilərdən üstün tutulur. İstehlakçılar adətən bir şeydən daha çox olmasını üstün tuturlar. Daha böyük miqdara verilən bu üstünlük bitərəflilik əyrilərində əks olunur. Təsvir 2-də göstərildiyi kimi daha yüksək birətəflilik əyriləri, aşağı bitərəflilik əyrilərinə nisbətən daha böyük miqdarları əks etdirir. Beləliklə, istehlakçı daha yüksək bitərəflilik əyrisi üzərində olmağı üstün tutur.





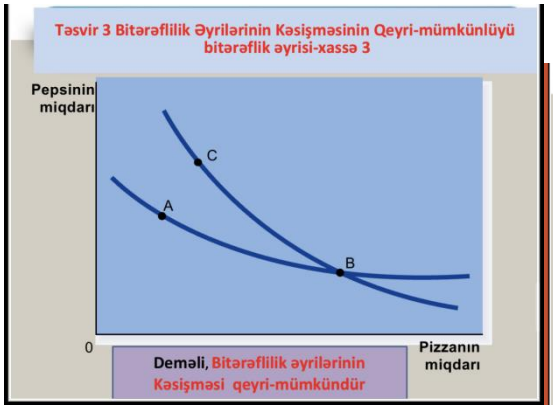
• Xassə 2: Bitərəflilik əyriləri aşağıya doğru meyllidir. Bitərəflilik əyrisinin meyli, istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə dəyişmək istədiyi dərəcəni göstərir. Əksər hallarda istehlakçı hər iki əmtəəni

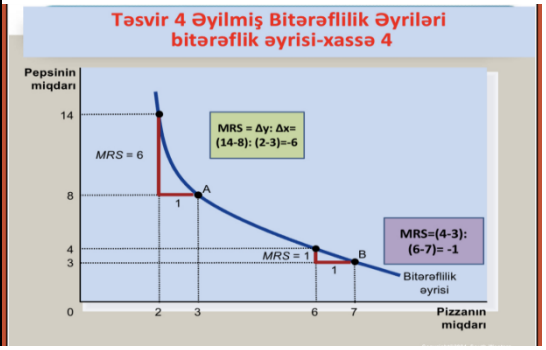
xoşlayır. Bu səbəbdən, bir əmtəənin miqdarı azaldıqda digər əmtəənin miqdarı istehlakçının eyni şəkildə razı qalması üçün artmalıdır. Buna görə də əksər bitərəflilik əyriləri aşağıya meyllənir.

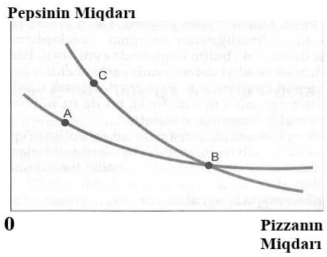
• Xassə 3: Bitərəflilik əyriləri kəsişmir. Bunun nə üçün belə olduğunu görmək üçün bitərəflilik əyrilərinin Təsvir 3-də (səh. 458) olduğu kimi kəsişdiyini fərz edin. Bu halda A nöqtəsi B nöqtəsi ilə eyni bitərəflilik əyrisi üzərində olduğundan, hər iki nöqtə istehlakçını eyni dərəcədə razı salır. Bundan əlavə, B nöqtəsi C nöqtəsi ilə eyni bitərəflilik əyrisi üzərində olduğundan, hər iki nöqtə istehlakçını eyni dərəcədə razı salır.

Buradan belə nəticəyə gəlmək olar ki, A və C nöqtələri də, hətta C nöqtəsində hər iki məhsuldan daha çox olmasına baxmayaraq istehlakçını eyni dərəcədə razı salır. Bu isə bizim istehlakçının həmişə hər iki əmtəədən daha çox olmasına üstünlük verməsi fərziyyəmizə ziddir. Beləliklə, bitərəflilik əyriləri kəsişə bilməz.

• Xassə 4: Bitərəflilik əyriləri içəriyə doğru əyilir. Bitərəflilik əyrisinin meyli, marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi - istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə əvəzləşdirmək istədiyi dərəcədir. Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi (MRS) adətən istehlakçının hazırda istehlak etdiyi hər bir əmtəənin miqdarından asılıdır. İnsanlar onlarda bol olan əmtəələri daha çox əvəzləşdirmək, onlarda az olan əmtəələri isə daha az əvəzləşdirmək istədiyindən bitərəflilik əyriləri içəriyə doğru əyilir. Misal olaraq, Təsvir 4-ə nəzər salın. A nöqtəsində istehlakçının çoxlu Pepsisi və bir az pizzası olduğundan o, çox ac, lakin çox susuz deyil. İstehlakçını 1 pizzadan imtina etməyə inandırmaq üçün istehlakçıya 6 pinta Pepsi verilməlidir: marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi bir pizza üçün 6 pintadır. Əksinə, B nöqtəsində istehlakçı az Pepsi və çoxlu pizzaya malikdir və o çox susuz, lakin çox ac deyil. Bu nöqtədə o, 1 pinta Pepsi almaq üçün 1 pizza verməyə razılaşır. Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi bir pizza üçün bir pintadır. Beləliklə, bitərəflilik əyrisinin əyri forması, istehlakçının böyük miqdarda sahib olduğu əmtəədən imtina etmək istəyini əks etdirir.

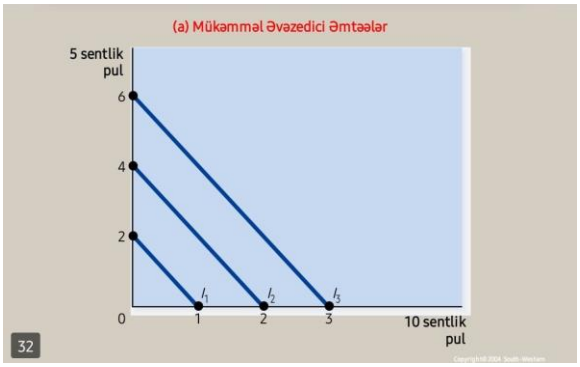






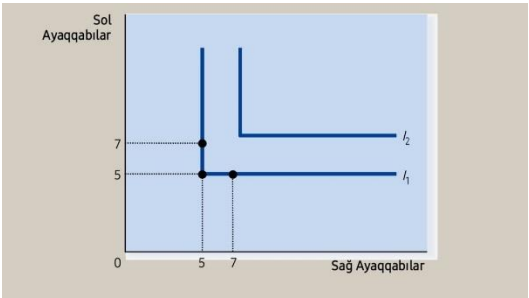
8.Mükəmməl əvəzedici və mükəmməl tamamlayıcı əmtəələr haqqında bəhs edin. Bir-birini mükəmməl əvəz edən və bir-birini mükəmməl tamamlayan əmtəələrin fərqsizlik əyrilərini qrafik təsvir edin.(10Bal)

Mükəmməl əvəzedici əmtəələr: düz xətli bitərəflilik əyrilərinə malik olan iki əmtəə mükəmməl əvəzedici əmtəələrdir və onların marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi dəyişməzdir.



Sizin 5 və 10 sentlik pullar üzrə üstün tutmalarınızı, yuxarıdakı bitərəflilik əyrisi ilə göstərə bilərik. Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi dəyişməz olduğundan bitərəflilik əyriləri düz xətlərdir. Düz xətli bitərəflilik əyrilərinin bu halında iki əmtəənin mükəmməl əvəzedici əmtəələr olduğunu qəbul edirik.Sizin 5 və 10 sentlik xırda pullar arasında marjinal əvəzləşdirmə dərəcəniz dəqiq müəyyən edilmiş rəqəm olacaq yəni 2.

Mükəmməl tamamlayici əmtəələr: düzbucaqlı bitərəflilik əyrilərinə malik olan iki əmtəə mükəmməl tamamlayici əmtəələrdir.

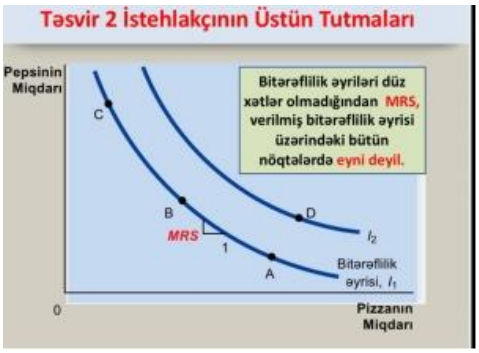


Bir nəfərin sizə ayaqqabı paketləri təklif etdiyini fərz edin. Ayaqqabılardan bəziləri sol ayağımıza, digərləri isə sağ ayağımıza uyğun gəlir.Sizin sağ və sol tay ayaqqabılar üzrə üstün tutmalarmızı aşağıdakı bitərəflilik əyrisi ilə göstərə bilərik.Bu halda, 5 sol və 5 sağ ayaqqabıdan ibarət paket, 5 sol və 7 sağ ayaqqabıdan ibarət paketlə eynidir. Bu isə öz

növbəsində 7 sol və 5 sağ ayaqqabılardan ibarət paketlə eynidir. Bu səbəbdən, bitərəflilik əyriləri düz bucaqlıdırlar. Yəni marjınal əvəzləşdirmə dərəcəsi 0-a bərabərdir.

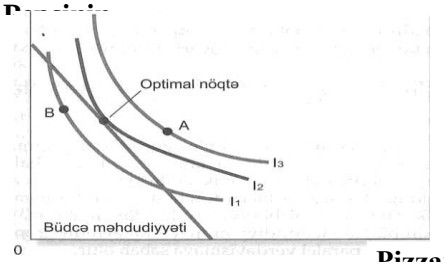
9.Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsinin mahiyyətini və onun hesablanması qaydasını qrafik təsvirdən istifadə etməklə izah edin.Tam cavab deyil.10 bal.

Marjinal Əvəzləşdirmə Dərəcəsi (MRS) Bitərəflilik əyrisi üzərindəki hər hansı nöqtədəki meyl, istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə dəyişmək istədiyi dərəcəyə bərabərdir. Bu dərəcə marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi adlanır. Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi 7 istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə Əvəzləmək istədiyi dərəcədir. Bu halda, marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi istehlakçının bir əmtəənin istehlakında bir vahidlik azalmanın kompensasiya edilməsi üçün nə qədər digər əmtəə miqdarını tələb etdiyini göstərir.



10.İstehlakçının optimal seçiminin məzmunu və onun müəyyən edilməsi (qrafik təsvir əsasında) optimal nöqtədə MRS-i (marjinal əvəzetmə dərəcəsi) hesablayın.10 bal.

İstehlakçının çata biləcəyi ən yüksək bitərəflilik əyrisi (təsvirdəki I_2), büdcə məhdudiyyətinə cüzi olaraq toxunan əyridir. Bu bitərəflilik əyrisi ilə büdcə məhdudiyyətinin toxunduğu bu nöqtə **optimal nöqtə** adlanır. İstehlakçı A nöqtəsinə üstünlük verir, lakin onun büdcə məhdudiyyətinin üzərində olduğundan onun bu nöqtəyə nail olmaq imkanı yoxdur. İstehlakçı B nöqtəsinə nail ola bilər, lakin bu nöqtə daha aşağı bitərəflilik əyrisi üzərində olduğundan istehlakçını daha az qane edir. Optimal nöqtə, Pepsi və pizza istehlakının istehlakçının əldə edə biləcəyi ən yaxşı kombinasiyasını əks etdirir.



Optimal nöqtədə bitərəflilik əyrisinin meyli büdcə məhdudiyyətinin meylinə bərabərdir. Bitərəflilik əyrisinin büdcə məhdudiyyətinə toxunan olduğu qəbul edilir. Bitərəflilik əyrisinin meyli Pepsi ilə pizza arasındakı marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi, büdcə məhdudiyyətinin meyli isə Pepsi və pizzanın nisbi qiymətidir. Beləliklə, istehlakçı iki əmtəənin marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsinin nisbi qiymətə bərabər olduğu istehlakını seçir.

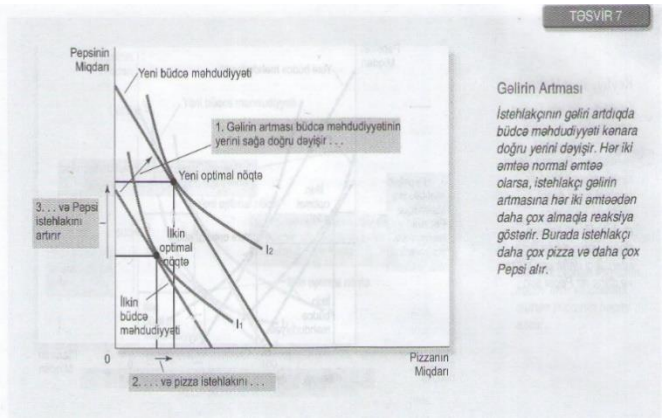
İstehlak seçimini etməklə, istehlakçı iki əmtəənin nisbi qiymətini qəbul etməklə, onun marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsinin bu nisbi qiymətlə eyni olduğu optimal nöqtəni seçir. Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi, istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə dəyişmək istədiyi dərəcə olduğu halda, nisbi qiymət bazarın bir əmtəəni digəri ilə dəyişmək istədiyi dərəcədir. İstehlakçının optimal nöqtəsində istehlakçının iki əmtəəni dəyərləndirməsi, (marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi ilə hesablanan) bazarın dəyərləndirməsi (nisbi qiymətlə hesablanan) ilə eynidir.

İstehlakçının optimallaşdırmasının nəticəsi olaraq, müxtəlif əmtəələrin bazar qiymətləri istehlakçının bu əmtəələrə verdiyi dəyəri əks etdirir.

11. İstehlak olunan hər iki məhsul normal əmtəədirsə,gəlirin artmasının istehlakçının seçiminə necə təsir göstərməsini qrafik üzərində izah edin.10 bal.

Yüksək gəlirlə istehlakçı hər iki əmtəədən daha çox ala bilər. Gəlirdəki artım büdcə məhdudiyyətinin yerini kənara doğru dəyişir. İki əmtəənin nisbi qiyməti dəyişmədiyindən, yeni büdcə məhdudiyyəti meyli ilkin büdcə məhdudiyyəti meyli ilə eynidir. Yəni, gəlirdəki artım büdcə məhdudiyyətində paralel yerdəyişməyə səbəb olur.

Genişləndirilmiş büdcə məhdudiyyəti, istehlakçıya Pepsi və pizzanın baha yaxşı kombinasiyasını seçmək imkanı verir. Başqa sözlə, indi istehlakçı daha yüksək



bitərəflilik əyrisinə çata bilər. Büdcə məhdudiyyətindəki yerdəyişmə və bitərəflilik əyriləri ilə əks olunan istehlakçının üstün tutmaları nəzərə alınmaqla, istehlakçının optimal nöqtəsi "ilkin optimal nöqtə" kimi qeyd olunan nöqtədən "yeni optimal nöqtə" kimi qeyd olunan nöqtəyə keçir.

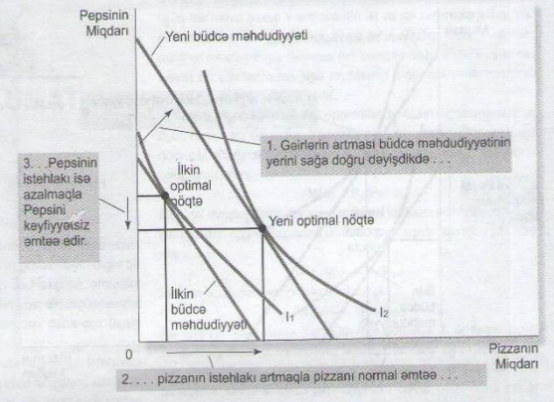
Təsvirdə istehlakçı daha çox Pepsi və daha çox pizza istehlak etməyi seçir.Əgər gəliri artdıqda istehlakçı hər hansı əmtəədən daha çox istəyirsə, iqtisadçılar onu normal əmtəə adlandırırlar.Təsvirdəki bitərəflilik əyriləri, Pepsi və pizzanın hər ikisinin normal əmtəələr olması fərziyyəsinə əsasən çəkilmişdir.

12. İstehlak olunan iki məhsuldan birinin normal, digərinin isə keyfiyyətsiz əmtəə olması halında, gəlirin azalmasının istehlakçının seçiminə necə təsir göstərməsini qrafik üzərində izah edin.10 bal.

Əgər gəliri artdıqda istehlakçı hər hansı əmtəədən daha az alırsa, iqtisadçılar onu keyfiyyətsiz əmtəə adlandırırlar.Pizzanın normal əmtəə,Pepsinin isə keyfiyyətsiz əmtəə olduğunu fərz edək.

Əksər əmtəələrin normal əmtəələr olmasına baxmayaraq dünyada bəzi keyfiyyətsiz əmtəələr da var. Misal olaraq, avtobuslardan istifadəni göstərmək olar. Yüksək gəlirli istehlakçılar, aşağı gəlirli istehlakçılara nisbətən şəxsi maşına sahib olmağa və avtobuslara daha az minməyə meyllidirlər. Bu səbəbdən avtobusdan istifadə keyfiyyətsiz mal hesab edilir.

Pepsinin qiymətinin 2 manatdan 1 manata endiyini fərz edək. Təəccüblü deyil ki, aşağı qiymət istehlakçmm alış imkanlarını artırır. Başqa sözlə desək,hər hansı məhsulun qiymətinin düşməsi büdcə məhdudiyyətinin yerini kənara doğru dəyişir.



13. Qiymətlərdəki dəyişikliyin istehlakçının seçiminə təsirini gəlir və əvəzetmə effektləri əsasında izah edin və onun qrafik təsvirini göstərin.20 bal.

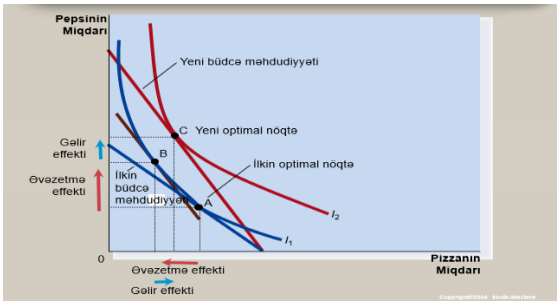
Əmtəənin qiymətindəki dəyişikliyin istehlaka təsiri iki effektə ayrıla bilər: Gəlir və əvəzetmə effekti. ***Gəlir effekti*** qiymət dəyişikliyi istehlakçını daha yüksək və ya daha aşağı **bitərəflilik əyrisinə** keçirdikdə istehlakda baş verən dəyişiklikdir. ***Əvəzetmə effekti*** **-** qiymət dəyişikliyi istehlakçını **bitərəflilik əyrisi boyunca** yeni marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsinə malik nöqtəyə keçirdikdə istehlakda baş verən dəyişiklikdir.

2 əmtəə nəzərdə tutaq:pizza və pepsi.Pepsinin qiyməti aşağı düşdükdə 2 cür düşünə bilərik:

1. Pepsinin daha ucuz olduğu halda gəlirini daha böyük alıcılıq qabiliyyətinə malikdir.Həm daha çox pepsi, həm də daha çox pizza alına bilər.Bu gəlir effektidir.
2. Pepsinin qiymətinin düşdüyü halda imtina edilən hər bir pizza üçün daha çox pepsi almaq olar. Pizza nisbətən baha olduğundan daha az pizza və daha çox pepsi almalıyam.Bu əvəzetmə effektidir.

Nəticədə gəlir və əvəzetmə effektlərini hər ikisi pepsi alışının artmasına təsir göstərdiyindən istehlakçı daha çox pepsi alır. Lakin istehlakçının gəlir və əvəzetmə effektlərinin əks istiqamətdə işləməsi səbəbindən istehlakçının daha çox pizza alması şübhə doğurur.

Bitərəflilik əyrilərindən istifadə etməklə gəlir və əvəzetmə effektlərini izah etmək olar. Gəlir effekti, daha yüksək bitərəflilik əyrisinə keçmə nəticəsində istehlakdakı dəyişiklikdir. Əvəzetmə effekti, müxtəlif marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsinə malik bitərəflilik əyrisi üzərində yerləşmə nəticəsində istehlakdakı dəyişiklikdir.



Qiymətdəki Dəyişiklik: Əvəzetmə Effekti

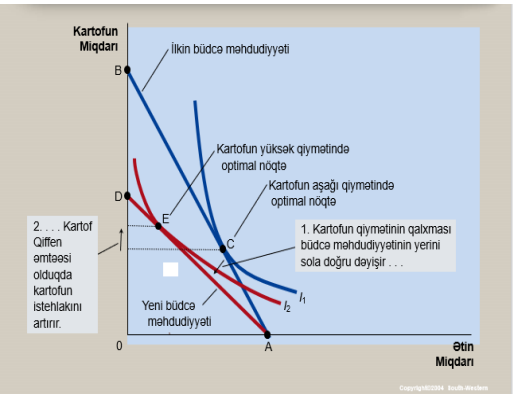
Qiymətdəki dəyişiklik ilkin olaraq istehlakçının bitərəflilik əyrisində bir nöqtədən eyni əyri üzərində digər nöqtəyə keçməsi ilə nəticələnir. A nöqtəsindən B nöqtəsinə keçid şəklində göstərilmişdir.

Qiymətdəki Dəyişiklik: Gəlir Effekti

Eyni əyri üzərində bir nöqtədən digər nöqtəyə keçən istehlakçı sonradan digər bitərəflilik əyrisinə yerdəyişmə edir.B nöqtəsindən C nöqtəsinə keçid şəklində göstərilmişdir.

14.Qiffen əmtəəsinin məzmununu qrafik təsvirdən istifadə etməklə izah edin.20 bal.

İqtisadçılar tələb qanununu pozan əmtəəni göstərmək üçün Qiffen əmtəəsi qiymətin artması terminindən istifadə edirlər.Qiffen əmtəələri, gəlir effekti əvəzetmə effektini üstələyən keyfiyyətsiz əmtəələrdir. Bu səbəbdən onlar yuxarıya doğru meyllənən tələb əyrilərinə malikdirlər.Məsələn,2 əmtəə kartof və ət götürək.Kartofun qiymətinin qalxması istehlakçının daha böyük miqdarda kartof almasına gətirib çıxarır,çünki kartof keyfiyyətsiz əmtəədir.Gəlir effekti istehlakçının daha az ət və daha çox kartof almağa vadar edir.Burdan da görürük ki,kartof Qiffen əmtəəsidir.

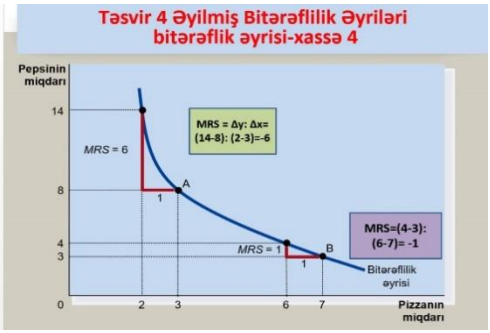


İqtisadçılar arasında hər hansı Qiffen əmtəəsinin bu vaxta aşkar edilib, edilməməsi ilə bağlı fikir ayrılığı mövcuddur. Bəzi tarixçilər kartofun on doqquzuncu əsrdə İrlandiyadakı kartof qıtlığı zamanı Qiffen əmtəəsi olduğunu bildirirlər. Kartof insanların qidasının o qədər böyük hissəsini təşkil edirdi ki, kartofun qiyməti qalxdıqda o, böyük gəlir effektinə səbəb oldu. İnsanlar aşağı düşmüş yaşayış standartlarına ət həzzini azaltmaq və əsas ərzaq olan kartofu daha çox almaqla cavab verdilər. Beləliklə, bu, kartofun yüksək qiymətinin əslində tələb olunan kartofun həcmini artırdığını sübut edir.

15.Marjinal əvəzləndirmə dərəcəsi (MRS) – nə aid məsələ.20 bal.

Bitəraflilik əyrisi üzərindəki hər hansı nöqtədəki meyl, istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə dəyişmək istədiyi dərəcəyə bərabərdir.Bu dərəcə *marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi adlanır.* **Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi** istehlakçının bir əmtəəni digəri ilə əvəzləmək istədiyi dərəcədir. Bu halda, marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi istehlakçının bir əmtəənin istehlakında bir vahidlik azalmanın kompensasiya edilməsi üçün nə qədər digər əmtəə miqdarını tələb etdiyini göstərir.Qeyd etmək lazımdır ki,bitəraflilik əyriləri düz xətlər olmadığından marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi,verilmiş bitəraflilik əyrisi üzərindəki bütün nöqtələrdə eyni deyil.

Marjinal əvəzləşdirmə dərəcəsi (MRS) adətən istehlakçının hazırda istehlak etdiyi hər bir əmtəənin miqdarından asılıdır. İnsanlar onlarda bol olan əmtəələri daha çox əvəzləşdirmək, onlarda az olan əmtəələri isə daha az əvəzləşdirmək istədiyində bitəraflilik əyriləri içəriyə doğru əyilir.

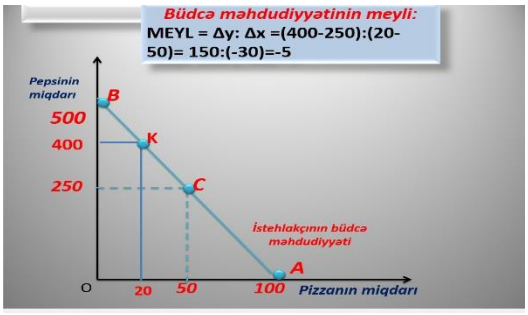


16. (20 bal) İstehlakçının büdcə məhdudiyyətinə və onun meylinin qrafik əsasında izahına aid məsələ həlli.

Büdcə məhdudiyyəti istehlakçının almaq imkanı olduğu əmtəələrin müxtəlif paketlətini göstərir. Məsələn, əgər istehlakçı pizza almasa, o, 500 pinta pepsi istehlak edə bilər (B nöqtəsi). Əgər istehlakçı heç bir pepsi almırsa, o, 100 pizza istehlak edir (A nöqtəsi). Əgər istehlakçı pulunu pepsi və pizza arasında yarı bölərsə (C nöqtəsi) 250 pinta pepsi və 50 pizza ala bilər.

Büdcə məhdudiyyətindəki meyl istehlakçının bir əmtəəni digər əmtəəyə dəyişə biləcəyi dərəcəni göstərir. *Büdcə məhdudiyyətinin meyli* iki əmtəənin nisbi qiymətlərinə- bir əmttənin qiymətinin digərinin qiymətinə olan nisbətinə bərabədi.

Bir dəyişənin dəyişməsinə digər dəyişənin necə cavab verməsini başa düşmək üçün MEYL anlayışından istifadə olunur. MEYL = Δy: Δx Əyrinin meylliyini (mailliyini) tapmaq üçün koordinat X və Y-in bir nöqtədən digərinə dəyişilərkən bu dəyişilmənin əhəmiyyətini hesablamaq zəruridir. Xəttin meyli (mayilliliyi) – Y koordinatındakı dəyişmənin , X koordinatındakı dəyişməyə olan nisbətinə bərabərdir. Əslində, büdcə məhdudiyyəti aşağı endiyindən meyl mənfi rəqəmdir. Lakin bizim halda mənfi işarəsinə əhəmiyyət verməmək olar.



Mövzu 3.Rəqabətli bazarda firmalar

17. (20 bal) Məcmu xərclər (TC), orta məcmu xərclər (ATC) və marjinal xərclər (MC) arasındakı əlaqəni qrafik üzərində izah edin.

Xərclər firmaların istehsalda istifadə etmək üçün istehsal amilləri ilə həyata keçirdikləri ödəmələrdir.Firmanın əldə etdiyi mənfəət xərclərlə bağlıdır.

Məcmu xərc sabit xərclər(FC) və dəyişən xərclərin(VC) cəmidir.Sabit xərclər istehsal miqdarından asılı olmayan,ona bağlı artıb azalmayan xərclərdir.Hətta firma istehsal etməsə belə bu xərcləri ödəməlidir.

Dəyişən xərclər isə istehsalın həcmindən asılı olan ödəmələrdir.Bu xərclərə adətən xammal və əməkhaqqı xərcləri daxil edilir.

Orta məcmu xərclər hər bir məhsula düşən xərcləri əks etdirir,yəni məhsulun maya dəyəridir.Məcmu xərcləri istehsalın həcminə bölməklə hesablanır.**ATC=TC/Q**

Marjinal xərclər (MC) istehsal həcminin bir vahid artırılması nəticəsində məcmu xərclərdə baş verən dəyişmədir.Məcmu xərcləri dəyişmənin istehsal həcmindəki dəyişməyə nisbətidir.**MC= *TC/*Q**



Məcmu xərclər marj xərclərdən dəyərcə böyük məhfum olduğuna görə TC MC-dən yuxarıdan yerləşir.Orta xərcdə 1 məhsuldan söhbət getdiyi üçün marjinal xərclərlə kəsişir.

18. (20 bal) Firmanın orta məcmu xərclər (ATC) əyrisinin qısamüddətli və uzunmüddətli dövrdə fərqləndiyini qrafik üzərində göstərin və izah edin.

Qısamüddətli və Uzunmüddətli Orta Məcmu Xərclər Arasındakı Əlaqə

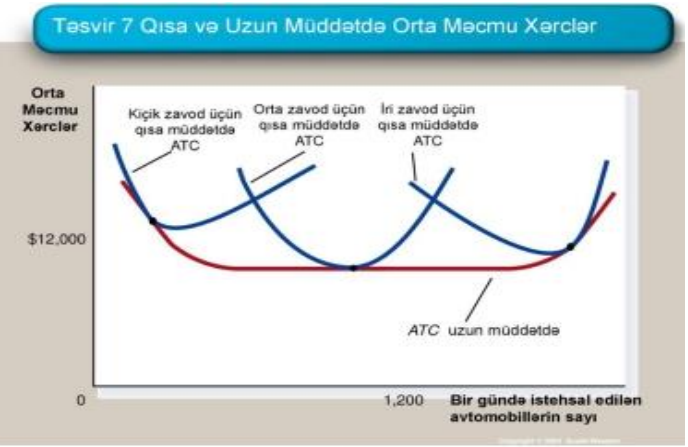
Bir çox firmalar üçün məcmu xərclərin dəyişməz və dəyişən xərclər arasında bölünməsi zaman müddətindən asılıdır. Məsələn, Ford Motor Şirkəti kimi avtomobil istehsalçısını nəzərdən keçirək. Yalnız bir

neçə aylıq müddətdə Ford öz avtomobil zavodlarının sayı və ya həcmini tənzimləyə bilmir. Onun əlavə avtomobil istehsal edə bilməsinin yeganə yolu artıq malik olduğu zavodlarına əlavə işçilər cəlb etməkdir. Bu

səbəbdən, bu zavodların xərcləri qısa müddət üçün dəyişməz xərclərdir. Bunun əksinə olaraq, bir neçə illik müddətdə Ford zavodlarının həcmini genişləndirə, yeni zavodlar tikə və ya köhnələrini bağlaya bilər. Bu

halda, zavodların xərci uzun müddət üçün dəyişən xərc hesab olunur.

Bir çox qərarlar qısa müddətdə dəyişməz, uzun müddətdə isə dəyişən olduğu üçün, firmanın uzun müddətli qiymət əyriləri qısa müddətli qiymət əyrilərindən fərqlənir. Təsvir 7-də buna aid misal göstərilmişdir. Bu təsvirdə kiçik, orta və iri zavod üçün üç qısa müddətli orta məcmu xərclər əyrisi göstərilmişdir. Burada, həmçinin, uzun müddətli orta məcmu xərclər əyrisi də göstərilmişdir. Firma uzun müddətli əyri üzrə hərəkət etdikcə zavodun həcmini istehsal həcmi ilə uyğunlaşdırır. Bu diaqram qısamüddətli və uzunmüddotli xərclərin bir-biri ilə necə əlaqəli olduğunu göstərir. Uzun müddətli orta məcmu xərclər əyrisi qısa müddətli orta məcmu xərclər əyrisi ilə müqayisədə daha dayaz U- formalıdır. Bundan əlavə, bütün qısa müddətli əyrilər uzun müddətli əyrilər üzərindən və ya onlardan yuxarıda yerləşir. Bu xüsusiyyətlərin səbəbi firmaların uzun müddətdə daha böyük elastikliyə malik olmasıdır. Bu halda uzun müddətdə, firmalar hansı qısa müddətli əyridən istifadə etmək istədiyini göstərir. Qısa müddətdə isə o, keçmişdə seçdiyi qısa müddətli əyridən istifadə etməlidir. Təsvirdə istehsaldakı dəyişikliyin müxtəlif zaman müddətləri üzrə xərcləri necə dəyişdiyini göstərən misal verilmişdir. Ford istehsalı gündə 1000 avtomobildən 1 200 avtomobilə qədər artırmaq istədikdə, qısa müddətdə onun malik olduğu orta həcmli zavodlarında daha çox işçi işə götürməkdən başqa seçimi yoxdur. Azalan marjinal istehsal səbəbindən, bir avtomobil üçün orta məcmu xərclər 10 000 dollardan 12 000 dollara qədər artır. Uzun müddətdə isə Ford həm zavodlarının həcmini, həm də işçi qüvvəsini artıra bilər və orta məcmu xərclər 10000 dollara qayıdar. Firmaya uzun müddətə çatmaq üçün nə qədər vaxt lazımdır? Bu sualın cavabı firmadan asılıdır. Avtomobil şirkəti kimi böyük istehsal firması üçün daha böyük zavod tikmək bir il və ya daha çox vaxt apara bilər. Əksinə, limonad köşkü işlədən şəxs bir saat və ya daha qısa müddətdə gedib daha böyük çəllək ala bilər. İstehsalat imkanlarını tənzimləmək üçün firmaya nə qədər vaxt lazım olması ilə bağlı ümumi bir cavab yoxdur.



19. (20 bal) İstehsal xərclərinə dair məsələ.dəqiq deyil.

Orta xərclər məcmu, sabit və dəyişən xərclər üçün hesablana bilər. Orta məcmu xərclər hər bir məhsula düşən xərcləri əks etdirir, yəni məhsulun maya dəyəridir. **Orta məcmu xərclər (ATC)** (və ya Orta xərclər-AC) məcmu xərclərin istehsalın həcminə (Q) bölməklə hesablanır[1]:

ATC= TC/Q

Orta sabit xərclər (Average Fixed Cost - AFC) bir məhsula düşən sabit xərci əks etdirir və sabit xərclərin (FC) istehsal həcminə (Q) bölünməsi ilə hesablanır:

AFC= FC/Q

Orta dəyişən xərclər (Average Variable Cost - AVC) bir məhsula düşən dəyişən xərci əks etdirir və dəyişən xərclərin (VC) istehsal həcminə (Q) bölünməsi ilə hesablanır:

AVC= VC/Q

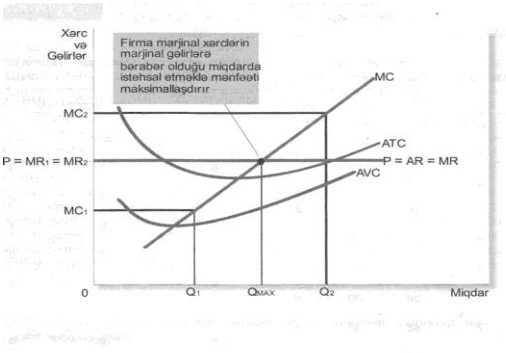
Marjinal xərclər (Marginal Cost - MC) istehsal həcminin bir vahid artırılması nəticəsində məcmu xərclərdə baş verən dəyişmədir. MC məcmu xərclərdəki dəyişmənin (ΔTC) istehsal həcmindəki dəyişməyə (ΔQ) nisbəti kimi hesablanır[1].

MC= ΔTC/ΔQ

20. (20 bal) Təkmil rəqabətli bazarda fəaliyyət göstərən firmanın mənfəətinin maksimumlaşdırılmasını və zərərlərin minimumlaşdırılmasını təmin edən istehsal həcmini qrafik üzərində izah edin.

Rəqabətli firmanın məqsədi mənfəətin, yəni məcmu gəlirlərlə məcmu xərclərin fərqinin maksimallaşdırılmasıdır. Mənfəət məcmu gəlirdən məcmu xərcləri çıxmaqla hesablanır. Əgər ferma heç bir şey istehsal etməzsə, onun 3 dollar zərəri olacaqdır. Əgər ferma 1 qallon istehsal edərsə, onun 1 dollar mənfəəti olacaq. Əgər ferma 2 qallon istehsal edərsə, onun 4 dollar mənfəəti olacaq və s. Mənfəəti maksimallaşdırmaq üçün, Smit Ferması mənfəəti maksimum edən miqdarı seçir.

Smit Fermasının qərarına başqa cür də baxmaq olar: Smit Ailəsi mənfəəti maksimallaşdıran miqdarı seçmək üçün, hər bir istehsal həcminin marjinal gəliri və marjinal xərclərini müqayisə edə bilər. Birinci istehsal olunan qallon südün marjinal gəliri 6 dollar, marjinal xərcləri isə 2 dollardır; beləliklə, mənfəət 4 dollar artmışdır. İkinci qallon südün marjinal gəliri 6 dollar, marjinal xərcləri isə 3 dollardır və buna görə də mənfəət 3 dollar artır. Marjinal gəlirin marjinal xərclərdən çox olduğu müddətdə, istehsal həcminin artırılması mənfəəti də artırır. Smit Ferması 5 qallon istehsal həcminə çatdıqda isə, vəziyyət tamamilə dəyişir. Altıncı qallonun marjinal gəliri 6 dollar, marjinal xərcləri isə 7 dollardır, buna görə də mənfəət 1 dollar azalır. Buna görə də, Smit Ailəsi 5 qallondan artıq istehsal etməyəcəkdir. Marjinal gəlirin marjinal xərclərdən çox olduğu müddətdə, istehsal həcminin artırılması mənfəəti də artırır. Smit Ferması 5 qallon istehsal həcminə çatdıqda isə, vəziyyət tamamilə dəyişir. Alt;ncı qallonun marjinal gəliri 6 dollar, marjinal xərcləri isə 7 dollardır, buna görə də mənfəət 1 dollar azalır (7 dollardan 6 dollara). Buna görə də, Smit Ailəsi 5 qallondan artıq istehsal etməyəcəkdir.



Bu təsvirdə marjinal xərclər əyrisi (MC), orta məcmu xərclər əyrisi (ATC) və orta dəyişən xərclər əyrisi (AVC) göstərilir. Eyni zamanda bazar qiyməti (P), ona bərabər olan marjinal gəlir (MR) və orta gəlir (AR) göstərilir. Q, miqdarında, marjinal gəlir MR, marjinal xərclərdən MC-, daha çox olduğu üçün, istehsal həcminin artırılması mənfəəti artırır. Q_2 miqdarında, marjinal xərclər MC_2 marjinal gəlirdən MR_2 daha çox olduğu üçün, istehsal həcminin azaldılması mənfəəti artırır. Mənfəəti maksimum edən miqdar Q_{MAX} üfqi qiymət xətti ilə marjinal xərclər əyrisinin kəsişdiyi nöqtədədir.

21. (20 bal) Mükəmməl rəqabətli bazarda firmanın fəaliyyətinə aid məsələ.

Mükəmməl rəqabətli bazarlara xas olan üçüncü bir şərt də sadalanır:

• Firmalar sərbəst olaraq bazara daxil ola və ya bazarı tərk edə bilərlər.

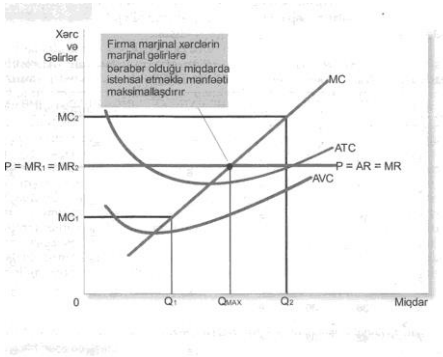
Məsələn, əgər kimsə süd ferması açmaq istəsə və ya hər hansı mövcud olan süd ferması biznes fəaliyyətini dayandırmaq istəsə, süd sənayesi bu şərtləri yerinə yetirəcəkdir. Qeyd olunmalıdır ki, rəqabətli firmaların təhlili sərbəst daxilolma və tərk etmə şərtinə əsaslanmır, çünki bu şərt firmaların qiymətlə razılaşan olmaları üçün vacib deyil. Firma istehsalı tamamilə dayandırıb, bağlanmaq qərarı verə bilər.

Məsələn, fermerin üzləşdiyi istehsal qərarına nəzər yetirək. Torpağın icarə haqqı fermerin dəyişməz xərclərindən biridir. Əgər fermer hər hansı bir fəsildə heç bir şey istehsal etməmək qərarı versə, torpaq boş qalsa da icarə haqqı yenə də ödənilməlidir. Hər hansı bir fəsildə bağlanmaq haqqında verilən qısa müddətli qərar nəticəsində, dəyişməz xərclər sayılan torpağın icarə haqqı batmış xərclər sayılır. Bununla müqayisədə, əgər fermer tamamilə fermerlik işini tərk etmək qərarına gələrsə, o, torpağı sata bilər. Bazarı tərk etmək haqqında verilən uzun müddətli qərar verərkən, torpağın xərcləri batmış xərclər deyildir.

22. (20 bal) Marjinal xərclərin (MC) mahiyyətini və onun orta ümumi xərc (ATC) əyrisi ilə kəsişdiyi nöqtənin hansı mənaya gəlməsini qrafik üzərində göstərin və izah edin.

Marjinal xərclər (Marginal cost-MC) istehsal həcminin bir vahid artırılması nəticəsində məcmu xərclərdə baş verən dəyişmədir. MC məcmu xərclərdəki dəyişmənin istehsal həcmindəki dəyişməyə nisbəti kimi hesablanır.

Təsvirdə göstərilən xərclər əyrilərinə nəzər yetirin. Bu xərclər əyrilərinin, bizim əvvəlki fəsildə qeyd etdiyimiz kimi, əksəriyyət firmalara xas olan xüsusiyyətləri vardır: Marjinal xərclər əyrisi (MC) yuxarıya doğru meyllidir. Orta məcmu xərc əyrisi (ATC) U hərfi formasındadır və marjinal xərclər əyrisi orta məcmu xərc əyrisini minimum nöqtədə kəsir. Təsvirdə eyni zamanda bazar qiyməti (P) üfqi xətt kimi göstərilir. Qiymət xəttinin üfqi olmasının səbəbi firmanın qiymətlə razılaşan olmasıdır: Firmanın istehsal etdiyi məhsulun miqdarından asılı olmayaraq qiymət dəyişmir. Yadda saxlayın ki, rəqabətli firma üçün qiymət həm orta gəlirə (AR), həm də marjinal gəlirə (MR) bərabərdir.



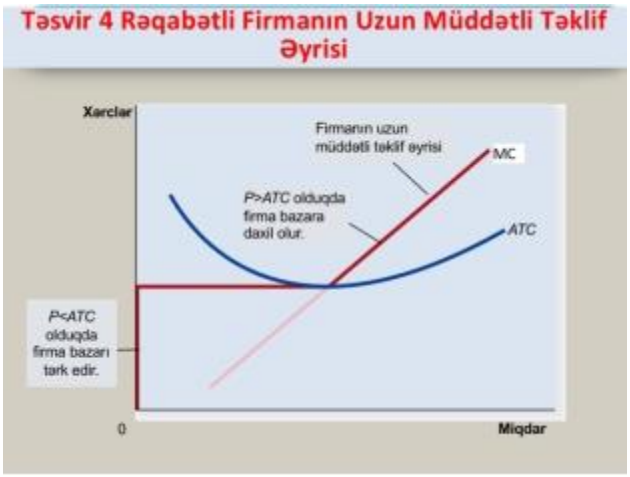
22.Marjinal xərcin (MC) mahiyyətini və onun orta ümumi xərc (ATC) əyrisi ilə kəsişdiyi nöqtənin hansı mənaya gəlməsini qrafik üzərində göstərin və izah edin.(10 bal)

Marjinal xərclər (Marginal Cost - MC) istehsal həcminin bir vahid artırılması nəticəsində məcmu xərclərdə baş verən dəyişmədir. MC məcmu xərclərdəki dəyişmənin (ΔTC) istehsal həcmindəki dəyişməyə (ΔQ) nisbəti kimi hesablanır

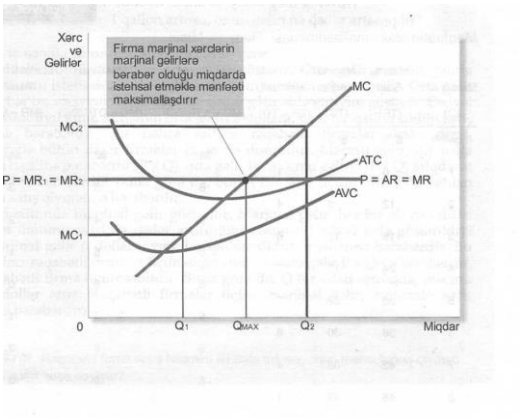
MC= ΔTC/ΔQ

Qrafik olaraq təsvir etsək MC əyrisi **orta məcmu xərclər (ATC)** və orta dəyişən xərclər (**AVC**) əyriləri ilə həmişə ən aşağı nöqtələrində kəsişir. Bunun səbəbi isə açıqdır: nə qədər ki marjinal xərclər, yəni yeni məhsula çəkilən xərclər orta xərclərdən azdır, bu orta xərcləri azaldacaq.

Başqa sözlə, **MC ATC**-yə çatana qədər orta xərclər azalır, **MC ATC**-ni keçdikdən sonra isə artır. Bu səbəbdən **MC-nin ATC-yə bərabər olduğu hal orta xərclər üçün minimum olur.**



23. Təkmil rəqabətli bazarda istənilən firmanın mənfəətini maksimallaşdıran istehsal həcminin necə müəyyən edildiyini qrafik üzərində göstərin və mənfəətin hesablanması qaydasını nümunə əsasında izah edin.(10 bal)



Bu təsvirdə marjinal xərclər əyrisi (MC), orta məcmu xərclər əyrisi (ATC) və orta dəyişən xərclər əyrisi (AVC) göstərilir. Eyni zamanda bazar qiyməti (P), ona bərabər olan marjinal gəlir (MR) və orta gəlir (AR) göstərilir. Q, miqdarında, marjinal gəlir MR, marjinal xərclərdən MC-, daha çox olduğu üçün, istehsal həcminin artırılması mənfəəti artırır. Q2 miqdarında, marjinal xərclər MC2 marjinal gəlirdən MR2 daha çox olduğu üçün, istehsal həcminin azaldılması mənfəəti artırır. Mənfəəti maksimum edən miqdar QMAX üfqi qiymət xətti ilə marjinal əyrisinin kəsişdiyi nöqtədədir.

Mənfəət məcmu gəlirlərlə (TR) məcmu xərclərin (TC) fərqinə bərabərdir:

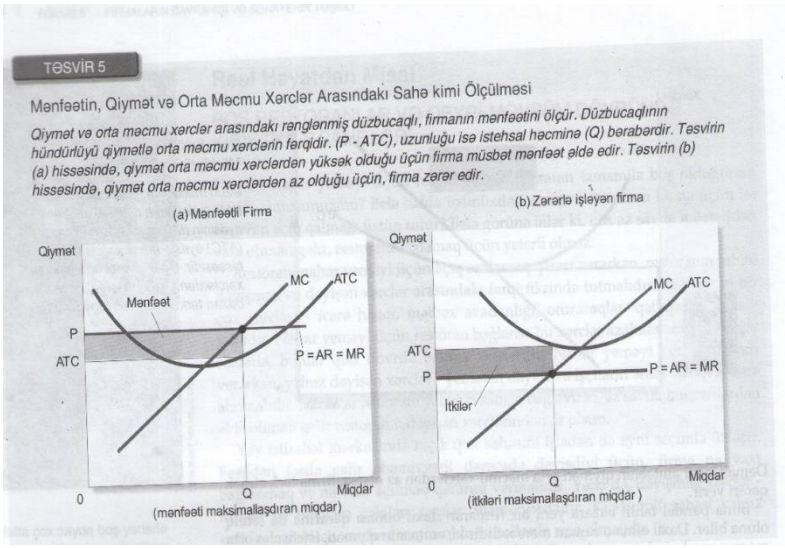
Mənfəət = TR - TC.

Biz bu bərabərliyin sağ tərəfini Q-yə bölüb vurmaqla belə yaza bilərik:

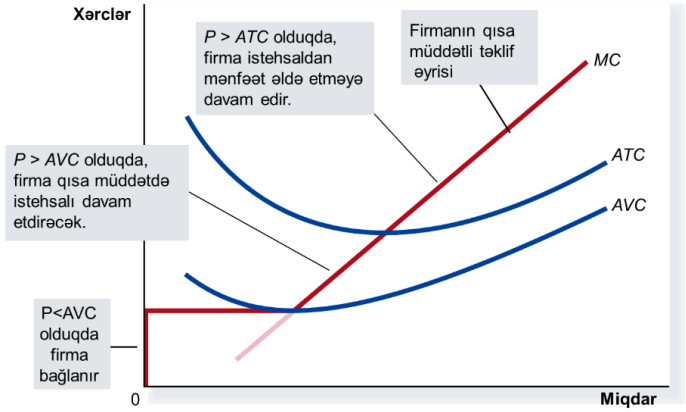
Mənfəət = (TR/Q - TC/Q) x Q.

Diqqət edin ki, TR/Q orta gəlirə, orta gəlir isə P-yə vo TC/Q orta məcmu xərclərə (ATC) bərabərdir. Buna görə də, Mənfəət = (P - ATC) x Q.

Mənfəətin bu cür ifadə olunması onun bizim diaqramda ölçülməsinə imkan yaradır.Təsvir 5-in (a) hissəsində mənfəət əldə edən firma göstərilir. Daha əvvəl müzakirə etdiyimiz kimi, firma qiymətin marjinal xərclərə bərabər olduğu miqdarda istehsal etməklə mənfəəti maksimallaşdırır. İndi isə, rənglənmiş düzbucaqlıya baxm. Düzbucaqlmm hündürlüyü qiymətlə orta məcmu xərclərin (P - ATC) fərqinə bərabərdir. Düzbucaqlmm uzunluğu isə istehsal həcminə (Q) bərabərdir. Buna görə də, düzbucaqlımn sahəsi (P - ATC) x Q-yə, bu isə firmanın mənfəətinə bərabərdir.



24. Təkmil rəqabətli bazarda fəaliyyət göstərən firmanın qısamüddətli dövrlərdəki təklif əyrisinin qrafik təsvirini verin və izah edin. (10 bal)



Əgər P < AVC olarsa, onda fəaliyyətini dayandırır.

Yəni, əgər firmanın orta dəyişən xərcləri əmtəənin qiymətindən çox olarsa, onda firma fəaliyyətini dayandırmaq qərarı verəcəkdir. Bu şərt intuitivdir: İstehsal etmək qərarı verərkən, firma bir vahid əmtəədən əldə edəcəyi gəliri, bu əmtəəni əldə etmək üçün xərcləməli olacağı orta dəyişən xərclərlə müqayisə edir. Əgər qiymət orta dəyişən xərclərdən çox deyilsə, fəaliyyətin dayandırılması firmanın zərərini azaldacaqdır. Gələcək şərtlərin dəyişməsi nəticəsində, qiymət orta xərclərdən artıq olarsa, firma fəaliyyətini yenidən davam etdirə bilər.

Əgər firma istehsal etmək qərarı verirsə, marjinal xərclərin əmtəənin qiymətinə bərabər olduğu miqdarda istehsal edəcəkdir. Lakin, əgər bu miqdarda, qiymət orta dəyişən xərclərdən aşağıdırsa, firma fəaliyyətini dayandırıb heç bir şey istehsal etməyəcəkdir. Rəqabətli firmanın qısa müddətli təklif əyrisi, onun marjinal xərclər əyrisinin, orta dəyişən xərclər əyrisindən yuxarıda qalan hissəsinə bərabərdir.

25.Təkmil rəqabətli bazarda fəaliyyət göstərən firmanın məcmu gəlirinin (TR),orta gəlirinin (AR) və marjinal gəlirinin (MR) necə müəyyən edilməsini izah edin. (10 bal)

Firmanın məcmu gəliri, əmtəənin qiymətilə miqdarının hasilinə bərabərdir.TR = (P X Q)Məcmu gəlir, istehsal həcmi ilə düz mütənasibdir.Orta gəlir, məcmu gəlirlə məcmu satış həcminin nisbətidir

(AR = TR/Q) (PXQ): Q=P

Marjinal gəlir bir vahid əlavə satış nəticəsində məcmu gəlirdəki dəyişmədir.Marjinal gəlir, cəmi gəlirin dəyişməsinin ümumi istehsalın miqdarındakı dəyişkliyə nisbətidir.

MR = Δ TR/ Δ Q

Orta gəlir məcmu gəlirlə istehsal həcminin nisbətinə bərabərdir. Orta gəlir firmanın hər bir səciyyəvi əmtəədən nə qədər gəlir əldə etdiyini göstərir. Məcmu gəlir, qiymətlə miqdarın hasilinə bərabərdir (P x Q), orta gəlir isə məcmu gəlirlə (P x Q) miqdarın (Q) nisbətinə bərabərdir(TR/Q).Buna görə də, bütün firmalar üçün, orta gəlir satılan əmtəənin satış qiymətinə bərabərdir.

Marjinal gəlir, hər bir əlavə satılan məhsulun ümumi gəliri nə qədər artırdığını göstərir. Məcmu gəlir P x Q-yə bərabərdir. P isə rəqabətli firma üçün sabitdir. Buna görə də, Q bir ədəd artdıqda, məcmu gəlir P dollar artır. Rəqabətli firmalar üçün, marjinal gəlir, əmtəənin satış qiymətinə bərabərdir(DTR/DQ)

26.Təkmil rəqabətli bazarın məzmunu və onun əsas xüsusiyyətləri haqqında bəhs edin.(5 bal)

Rəqabətli bazar çox sayda alıcının və satıcının oxşar əmtəələr alıb satdığı elə bir bazadır ki, hər bir alıcı və satıcı qiymətlə razılaşandır.

Təkmil rəqabətli bazarda firma: Özünün xüsusi qiymət siyasətini aparmayan, amma yalnız bazar qiymətlərinə uyğunlaşan firmadır.

Bütün firmalar kimi əsas məqsədi - mənfəəti maksimumlaşdırmaqdır.

Təkmil rəqabətli bazarda fəaliyyət göstərən firmanın qarşısında üç aparıcı məsələ durur:

1)Sahə bazarında qalmaq və ya çıxmaq;

2) Əgər qalacaqdırsa,onda istehsalı həyata keçirmək və ya onu müvəqqəti dayandırmaq;

3)Əgər firma istehsal etməyə qərar verirsə, onda onun buraxılış həcmi necə olmalıdır.

Mükəmməl rəqabətli bazar adlandırılan, rəqabətli bazarın iki xüsusiyyəti var:

• Bazarda çoxlu sayda alıcı və satıcı var.

• Satıcıların təklif etdiyi əmtəələr demək olar ki, eynidir.

Bu şərtlərin nəticəsində, hər hansı bir alıcının və ya satıcının bazar qiymətinə əhəmiyyətsiz təsiri vardır. Hər bir alıcı və satıcı bazar qiymətini olduğu kimi qəbul edir.

Süd bazarı buna misal ola bilər. Heç bir süd alıcısı südün bazar qiymətinə təsir edə bilməz, çünki o, bazarın ölçüsünə nisbətən çox kiçik miqdarda süd alır. Buna bənzər olaraq, hər bir süd

satıcısının südün qiymətinə çox az təsiri ola bilər, çünki çoxlu sayda digər satıcılar demək olar ki, eyni cür süd satır. Hər bir satıcı mövcud olan qiymətdə istədiyi qədər süd sata bildiyi üçün daha az qiymət qoymasının heç bir mənası yoxdur və əgər o, daha yüksək qiymət qoyarsa, alıcılar başqa satıcılardan süd alacaq. Rəqabətli bazarda alıcılar və satıcılar bazarın müəyyən etdiyi qiyməti qəbul etməlidirlər və buna görə də onlar "qiymətlə razılaşan" adlandırılırlar.

Yuxarıda sadalanan iki şərtə əlavə olaraq, mükəmməl rəqabətli bazarlara xas olan üçüncü bir şərt də sadalanır:

• Firmalar sərbəst olaraq bazara daxil ola və ya bazarı tərk edə bilərlər.

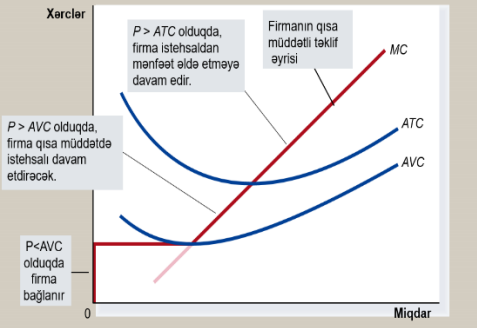
Məsələn, əgər kimsə süd ferması açmaq istəsə və ya hər hansı mövcud olan süd ferması biznes fəaliyyətini dayandırmaq istəsə, süd sənayesi bu şərtləri yerinə yetirəcəkdir. Qeyd olunmalıdır ki, rəqabətli firmaların təhlili sərbəst daxilolma və tərk etmə şərtinə əsaslanmır, çünki bu şərt firmaların qiymətlə razılaşan olmaları üçün vacib deyil. Lakin, biz daha sonra bu fəsildə rəqabətli bazarda uzun müddətli nəticənin formalaşmasında sərbəst daxilolma və tərk etmə şərtinin çox əhəmiyyətli yeri olduğunu görəcəyik.

27.Təkmil rəqabətli bazarda hansı şərtlər mövcud olduqda ,firmanın müvəqqəti bağlanmaq qərarına gəldiyini qrafik üzərində göstərin və şərh edin.(10 bal)

Burada biz firmanın müvəqqəti olaraq bağlanmaq qərarı ilə, tamamilə bazarı tərk etmək qərarını fərqləndirməliyik. Müvəqqəti olaraq fəaliyyəti dayandırma, bazar şərtlərinə cavab olaraq müəyyən müddət ərzində heç bir şey istehsal etməmək haqqından qısa müddətli qərardır.Firma müvəqqəti olaraq istehsalı dayandırsa da, dəyişməz xərclərini ödəməlidir. Bunun əksinə olaraq, bazarı tamamilə tərk edən firma həm dəyişən, həm də dəyişməz xərclərinə qənaət etmiş olur.Məsələn, fermerin üzləşdiyi istehsal qərarına nəzər yetirək. Torpağın icarə haqqı fermerin dəyişməz xərclərindən biridir. Əgər fermer hər hansı bir fəsildə heç bir şey istehsal etməmək qərarı versə, torpaq boş qalsa da icarə haqqı yenə də ödənilməlidir. Hər hansı bir fəsildə bağlanmaq haqqında verilən qısa müddətli qərar nəticəsində, dəyişməz xərclər sayılan torpağın icarə haqqı batmış xərclər sayılır. Əgər TR ilə məcmu gəlirləri və VC ilə dəyişən xərcləri ifadə etsək, firmanın bağlanmaq qərarını belə ifadə etmək olar: Əgər TR < VC olarsa, onda fəaliyyətini dayandırır.

Məcmu gəlirlər dəyişən xərclərdən az olduğu halda firma fəaliyyətini dayandırır.Bu bərabərsizliyin hər iki tərəfini Q-yə bölsək, Əgər TR/Q < VC/Q olarsa, onda fəaliyyətini dayandırır.Orta gəlir (TR/Q=P) sadəcə olaraq firmanın satdığı əmtəələrin qiymətinə bərabərdir. Buna bənzər olaraq, VC/Q orta dəyişən xərclərə (AVC) bərabərdir. Bunları nəzərə alaraq, fəaliyyəti dayandırmaq qərarını belə ifadə etmək olar:P<AVC olduqda firma dərhal fəaliyyətini dayandırmalıdır, çünki qiymətin və istehsal xərclərinin bu cür nisbəti zamanı hətta dəyişən xərclərin belə ödəyə bilmir və istehsal davam etdirilərsə itkilər yalnız artacaqdır. İtkilərin minimumlaşdırılmasının yeganə üsulu istehsalı dayandırmaqdır.Qısa müddətdə, rəqabətli firmanın təklif əyrisi onun marjinal xərclər əyrisinin(MC) orta dəyişən xərclər əyrisindən(AVC) yuxarıda qalan hissəsidir.

Təsvir 3 Rəqabətli Firmanın Qısa Müddətli Təklif Əyrisi



28.Təkmil rəqabətli bazarda hansı şərtlər mövcud olduqda, firmanın bazarı tərk etmək qərarına gəldiyini qrafik üzərində göstərin və şərh edin.(10 bal)

Firmanın Bazara Daxil Olmaq və ya Tərk Etməklə Bağlı Uzun Müddətli Qərarı

Firmanın uzun müddətdə bazarı tərk etmək qərarı onun bağlanmaq qərarına bənzərdir. Əgər firma tərk etmək qərarı verərsə, satışdan əldə olunan bütün gəlirləri itirsə də, bu halda həm dəyişməz, həm də dəyişən xərclərə qənaət olunacaqdır. Beləliklə, əgər məcmu gəlirlər məcmu xərclərdən az olarsa, firma bazarı tərk etmək qərarı verir.Biz yenə də, bir az riyaziyyatm köməyi ilə bu şərti daha faydalı edə bilərik. Əgər TR ilə məcmu gəlirləri və TC ilə məcmu xərcləri ifadə etsək, bazarı tərk etmək şərtini belə ifadə edə bilərik

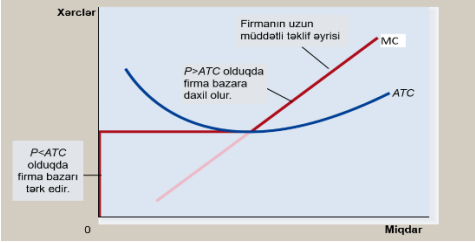
Uzun müddətdə, firmanın məcmu gəlirləri onun məcmu xərclərindən az olarsa, firma tərk etmək qərarı verir.

Əgər TR < TC olarsa, onda bazarı tərk et.

Əgər TR/Q < TC/Q olarsa, onda bazarı tərk et.

Əgər P < ATC olarsa, onda bazarı tərk et.

Təsvir 4 Rəqabətli Firmanın Uzun Müddətli Təklif Əyrisi



Mövzu 4.İnhisar

29.İnhisar bazarının iqtisadi məzmununu və onun yaranma səbəblərini izah edin. Fikrinizi nümunələrlə əsaslandırın.5 bal.

Əgər firma istehsal etdiyi əmtəənin yeganə satıcısıdırsa və onun istehsal etdiyi məhsulun yaxın əvəzediciləri yoxdursa, onda bu firmanın inhisarçı firma deyilir. İnhisarın yaranmasının əsas səbəbi bazara daxil olmanın qarşısını alan maneələrin olmasıdır: digər firmalar bazara daxil olub rəqabət aparmaq imkanından məhrum olduqlarına görə inhisarçı firma istehsal etdiyi məhsulun yeganə satıcısıdır.

İnhisarın yaranmasının ən sadə yolu hər hansı bir firmanın mühüm sərvətin yeganə sahibi olmasıdır.Məsələn, Köhnə Qərbdə kiçik bir şəhərdə su bazarını nəzərdən keçirək. Əgər şəhər sakinlərinin xeyli hissəsinin işlək quyuları varsa, onda əvvəlki fəsildə müzakirə etdiyimiz rəqabətli bazar modeli bu haldakı su bazarını izah edə bilər. Nəticədə, bir qallon suyun qiyməti, əlavə bir qallon suyu istehsal etmək üçün çəkilən istehsal xərcinə bərabər olur. Əgər şəhərdə ancaq bir su quyusu varsa və suyu başqa bir yerdən əldə etmək mümkün deyilsə, onda bu quyunun sahibi şəhərin su bazarında inhisarçı firmadır. Təəccüblü deyil ki, bu inhisarçı firmanın bazara təsir imkanı rəqabətli bazarda hər hansı bir firmanın bazara təsir imkanından qat-qat artıqdır. Su kimi zəruri tələbat malına inhisarçı firma, istehsal xərclər aşağı olsa belə, çox yüksək qiymət müəyyən edə bilər.

Mühüm sərvətin yeganə sahibi olmaq inhisarın yaranması üçün potensial bir səbəb olsa belə, təcrübədə inhisarlar bu səbəbdən nadir hallarda yaranırlar. Milli iqtisadiyyatların miqyası indi böyükdür və mühüm sərvətlər də xeyli sayda insan-lara məxsusdurlar. Həm də bir çox əmtəələr beynəlxalq ticarətdə iştirak etdikləri üçün, belə əmtəələrin istehsalçıları dünya bazarı miqyasında rəqabətlə üzləşirlər. Bu səbəbdən də, yaxın əvəzediciləri olmayan sərvətlərə sahib olan firmalar tapmaq çətindir.Bir çox hallarda, inhisarın yaranmasına səbəb dövlətin bəzi əmtəə və xidmət-ləri satmaq üçün müstəsna hüququ bir şəxsə və ya bir firmaya verməsi olur. Bəzən isə inhisarın yaranmasına səbəb hər hansı bir şirkətə siyasi dairələr tərəfindən tam dəstək verilməsi olur. Krallar, məsələn, bir vaxtlar öz dostlarına və tərəfdarlarına iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olmaq üçün müstəsna hüquqlar verirdilər. Başqa hal-larda isə dövlət bəzi firmalara ictimai mənafeyə xidmət etdiyinə görə inhisarçı firma hüquqları verir. Məsələn, ABŞ dövləti .com, .net, və .org sonluğu ilə bitən bütün İnternet səhifələrinə xidmət göstərən Network Solutions şirkətinə inhisarçı firma hüququ verib və bu qərarını bu cür İnternet səhifələrində istifadə edilən məlumatların mərkəzləşdirilmiş və əlaqəli olmasının zəruriliyi ilə əsaslandırır.

30.Təbii inhisarın məzmununu və onun yaranmasının səbəblərini izah edin.5bal.

Əgər bir firma bütün bazarı, iki və daha çox firma olduğu haldakına nisbətən daha aşağı xərclərlə mal və xidmətlərlə təmin edə bilərsə onda belə sənaye sahəsinə təbii inhisar deyilir.

(Firmanın orta məcmu xərcləri istehsalın həcmindən asılı olaraq davamlı şəkildə azalırsa, belə firmaya təbii inhisar deyilir.)

Əgər firma təbii inhisardırsa, onda yeni firmaların bazara daxil olub onun inhisarçı nüfuzunu azaltmağı təhlükəsi elə də böyük deyil. Adətən, firma mühüm sərvətin yeganə sahibi olmadıqda və ya dövlət tərəfindən himayə edilmədikdə, özünün inhisarçı nüfuzunu qorumaqda çətinlik çəkir. İnhisarçının əldə etdiyi mənfəət digər firmaları da bazara daxil olmağa şirnikləndirir və nəticədə bazarda rəqabət yaranır. Bundan fərqli olaraq, təbii inhisarın olduğu bazara girmək

cəlbedici deyil. Belə bazara girmək barədə düşünən firmalar gec-tez bazara girməklə onun yalnız kiçik bir hissəsini tuta biləcəklərini və nəticədə hər bir firmanın orta xərclərinin artacağını başa düşürlər.

Təbii inhisar Bir firma mal və xidmətləri bazarda iki və daha çox firmanın fəaliyyət göstərdiyi halla müqayisədə daha az xərclərlə istehsal etdikdə yaranır.eyni zamanda Təbii inhisar müəyyən istehsal səviyyəsində istehsalın artması nəticəsində maya dəyərinin azalması halında yaranır.

31. Cəmiyyətin maddi rifahı baxımından iki firmanın birləşməsinin “lehinə” və “əleyhinə” gətirilən arqumentləri sadalayın və onların hər birini xarakterizə edin.5bal.

Anti-İnhisar Qanunlarının Köməyi ilə Rəqabətin Artırılması

Əgər Coca-Cola və Pepsi Co. şirkətləri birləşmək istəsələr, onda bu planı gerçəkləşdirməzdən əvvəl gərək hökumət tərəfindən ciddi araşdırılma aparılsın. Ədliyyə Nazirliyinin hüquqşünasları və iqtisadçıları, hətta belə qərara gələ bilərlər ki, bu iki iri sərinləşdirici içki istehsal edən firmaların birləşməsi bazarda rəqabəti azaldar və beləliklə də ölkə vətəndaşlarının maddi rifahına mənfi təsir göstərər. Bu halda Ədliyyə Nazirliyi birləşməyə .imkan verməmək üçün məhkəməyə müraciət edər və əgər hakim razı olsa, şirkətlərin birləşməsinə icazə verilməz. Məhz bu səbəbdən "Microsoft" şirkətinin 1994-cü ildə İntuit şirkətini almaq planı baş tutmadı.

Dövlətə özəl firmaların fəaliyyətinə təsir etmək imkanı verən anti-inhisar qanunları, yəni firmaların inhisarçı nüfuzunu azaltmağa imkan verən hüquqi aktlar və qanunlar toplusudur. ABŞ Ali Məhkəməsinin qeyd etdiyi kimi: anti-inhisar qanunları "sağlam rəqabəti və ticarəti müdafiə etmək üçün yaradılmış və iqtisadi azadlıqların mükəmməl xartiyası deməkdir."

Anti-inhisar qanunları dövlətə rəqabəti müxtəlif vasitələrlə gücləndirmək imkanı verir. Onlar hökumətə məsələn, Cola and Pepsi Co. şirkətlərinin xəyali birləşməsi kimi birləşməsinin qarşısını almaq imkanı verir. Bu qanunlar dövlətə bəzi şirkətləri kiçik hissələrə parçalamaq imkanı verir. Məsələn, 1984-cü ildə hökumət AT&T kimi nəhəng telekommunikasiya şirkətini səkkiz nisbətən kiçik şirkətə parçaladı. Nəhayət, anti-inhisar qanunları, şirkətlərin öz fəaliyyətlərini uzlaşdıraraq bazarda inhisarçı kimi çıxış etmələrinin qarşısını alır.

Anti-inhisar qanunlarının həm faydası, həm də ziyanı var. Bəzən şirkətlər rəqabəti azaltmaq deyil, daha səmərəli birgə istehsal sayəsində xərcləri azaltmaq

məqsədilə birləşirlər. Şirkətlərin bu cür birləşməsindən əldə edilən faydaya sinerji deyilir. Məsələn, son illərdə bir sıra ABŞ bankları birləşərək əməliyyatların səmərəliliyini artırmış və inzibati işçi heyətinin sayını azaltmağa nail olmuşlar. Anti-inhisar qanunlarının məqsədi sosial rifahı yaxşılaşdırmaqdan ibarətdirsə, onda dövlət ilk növbədə hansı birləşmələrin məqsədəuyğun, hansıların isə uyğun olmadığını dəqiq müəyyən etməlidir. Yəni, dövlət birləşmələrdən əldə edilən sinerji ilə rəqabətin azalması nəticəsində yaranan ziyanı müqayisə edib hansının çox olduğunu müəyyən etməlidir. Anti-inhisar qanunlarının əleyhdarları dövlətin bu müqayisəni dəqiqliklə aparmaq iqtidarında olduğuna şübhə ilə yanaşırlar.

32. İnhisarçı firmanın istifadə etdiyi qiymət ayrı-seçkiliyinin (diskriminasiya) məzmununu və onun həyata keçirilməsi yollarını misallar əsasında izah edin.5Bal

Qiymət ayrı-seçkiliyi - *Eyni əmtəənin müxtəlif alıcılara müxtəlif qiymətlərə satılmasına deyilir*

İndiyədək inhisarçı firmanın bütün alıcılar üçün eyni qiymət təyin etdiyini hesab edirdik. Bir çox hallarda isə firmalar bütün məhsul vahidləri üçün istehsal xərclərinin eyni olmasına baxmayaraq, eyni əmtəəni müxtəlif alıcılara müxtəlif qiymətlərə satmağa çalışırlar. Belə qiymətqoyma siyasətinə qiymət ayrı-seçkiliyi deyilir. Qiymət ayrı-seçkiliyinin mənfəətini artırmağa çalışan inhisarçı üçün rasional bir strategiya olmasıdır. Başqa sözlə desək, müxtəlif alıcılar üçün müxtəlif qiymətlər müəyyən etməklə inhisarçı öz mənfəətini artıra bilər. Yəni, qiymət ayrı-seçkiliyi edən inhisarçı əmtəəyə bütün alıcılar üçün bir qiymət təyin edən firma ilə müqayisədə hər bir alıcıya əmtəəni həmin ahcının ödəmə niyyətinə daha yaxın qiymətə sata bilir.Qiymət ayrı-seçkiliyi aparmaq üçün alıcıları ödəmə niyyətlərinə görə qruplara ayırmağı bacarmaq lazımdır.

Qiymət ayrı-seçkiliyinə nümunələr

Kino Biletləri Bir çox kinoteatrlar uşaqlar və yaşlı vətəndaşlar üçün kino biletlərini digər vətəndaşlara satdıqlarından aşağı qiymətə satırlar. Rəqabətli bazarda bu faktı izah etmək çətindir. Rəqabətli bazarda qiymət marjinal xərcə bərabərdir və kinoda bir yerin marjinal xərci həm uşaq, həm də böyük üçün eynidir. Amma əgər biz nəzərə alsaq ki, kinoteatrlar bilet satışı üzərində inhisara malikdirlər və bəzi alıcı qrupları bilet üçün aşağı məbləğ ödəmək niyyətindədirlər, onda görərik ki, kinoteatrlar qiymət ayrı-seçkiliyi aparmaqla öz mənfəətlərini artıra bilərlər.

Təyyarə Biletləri Eyni uçuş üçün biletlər bir neçə qiymətə satıla bilər. Əgər sərnişin qayıtmaq bileti də alırsa və getdiyi şəhərdə şənbə gecəsini qalırsa, onda aviaşirkət biletin qiymətində xeyli güzəştə gedir. İlk baxışda bu qəribə görünə bilər. Aviaşirkət üçün sərnişinin getdiyi şəhərdə şənbə gecəsi qalıb-qalmamasının nə əhəmiyyəti ola bilər? Səbəb ondan ibarətdir ki, bu qaydanın tətbiqi biznes məqsədilə və şəxsi məqsədlə səfərə çıxan sərnişinləri ayırmağa imkan verir. Biznes məqsədilə səfərə çıxan sərnişin bilet üçün daha çox pul ödəmək

niyyətindədir və yəqin ki, o şənbə gecəsi başqa şəhərdə qalmayacaq. Bunun əksinə olaraq, şəxsi məqsədlərlə səfərə çıxan sərnişin bilet üçün daha az pul ödəmək niyyətindədir və şənbə gecəsi getdiyi şəhərdə qalmaq ehtimalı daha da böyükdür. Beləliklə, şənbə gecəsi getdiyi şəhərdə qalmaq istəyən sərnişinlər üçün qiymətdə güzəştə getməklə aviaşirkətlər qiymət ayrı-seçkiliyini uğurla apara bilərlər.

33. Dövlətin antiinhisar siyasətinin mahiyyətini və onun əsas istiqamətlərini izah edin. 5Bal

Anti-inhisar qanunları dövlətə rəqabəti müxtəlif vasitələrlə gücləndirmək imkanı verir. Bu qanunlar dövlətə bəzi şirkətləri kiçik hissələrə parçalamaq imkanı verir. Nəhayət, anti-inhisar qanunları, şirkətlərin öz fəaliyyətlərini uzlaşdıraraq bazarda inhisarçı kimi çıxış etmələrinin qarşısını alır.

Anti-inhisar qanunlarının həm faydası, həm də ziyanı var. Bəzən şirkətlər rəqabəti azaltmaq deyil, daha səmərəli birgə istehsal sayəsində xərcləri azaltmaq məqsədilə birləşirlər.

Anti-inhisar qanunlarının məqsədi sosial rifahı yaxşılaşdırmaqdan ibarətdirsə, onda dövlət ilk növbədə hansı birləşmələrin məqsədəuyğun, hansıların isə uyğun olmadığını dəqiq müəyyən etməlidir. Yəni, dövlət birləşmələrdən əldə edilən sinerji ilə rəqabətin azalması nəticəsində yaranan ziyanı müqayisə edib hansının çox olduğunu müəyyən etməlidir. Anti-inhisar qanunlarının əleyhdarları dövlətin bu müqayisəni dəqiqliklə aparmaq iqtidarında olduğuna şübhə ilə yanaşırlar.

Dövlətin antiinhisar siyasətinin məqsədləri arasında aşağıdakıları qeyd etmək olar:

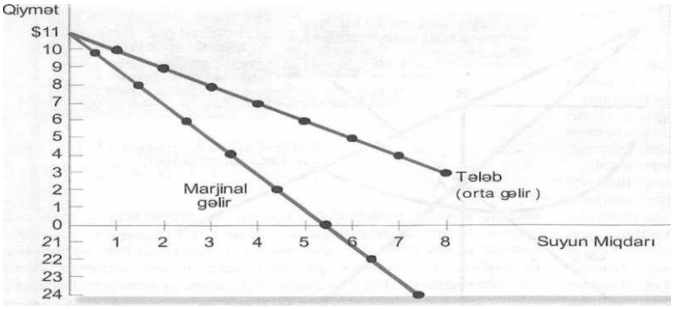
- İstehsalın səmərəliliyinin təmin edilməsi və iqtisadiyyatda resursların bölüşdürülməsi;
- arzuolunmaz bazar strukturlarının və təsərrüfat subyektlərinin arzuolunmaz davranışlarının - yəni ictimai rifahı pozan halların qarşısının alınması və ya aradan qaldırılması;
- təsərrüfat subyektlərinin bir qrupuna digərləri hesabına yardım (məsələn, səmərəliliyindən asılı olmayaraq, kiçik firmaların iri firmalarla rəqabətində və ya digər fəaliyyət sahələri ilə müqayisədə bəzi sahələrdəki firmalara köməklik).

Dövlətin özəl firmaların fəaliyyətinə təsir etmək imkanı verən anti-inhisar qanunları,yəni firmaların inhisarçı nüfuzunu azaltmağa imkan verən hüquqi aktlar və qanunlar toplusudur.Anti-inhisar qanunları ‘sağlam rəqabəti və ticarəti müdafiə etmək üçün yaradılmış və iqtisadi azadlıqların mükəmməl xartiyası deməkdir.

Anti-inhisar qanunları dövlətə rəqabəti müxtəlif vasitələrlə gücləndirmək imkanı verir.

34. İnhisarçı firmanın marjinal gəliri (MR) ilə onun satdığı məhsulların qiyməti arasındakı əlaqəni izah edin. Fikrinizi qrafik üzərində əsaslandırın.10Bal

Tələb əyrisi əmtəənin qiyməti ilə tələb həcmi arasındakı əlaqəni göstərir. Marjinal gəlir əyrisi isə satış həcmi bir vahid artdıqda firmanın gəlirinin nə qədər artdığını göstərir. İnhisarçı firmanın təyin etdiyi qiymət orta gəlirə bərabər olduğu üçün, tələb əyrisi həm də orta gəlir əyrisidir. Bu iki əyri həmişə şaquli xətt üzərindəki eyni nöqtədə başlayırlar çünki, satılan ilk əmtəə vahidinin qiyməti elə marjinal gəlirə bərabərdir. Əgər inhisarçı firma istehsalı artırırsa, onda satılan hərbir vahidin qiyməti aşağı salınmalıdır və beləliklə də marjinal gəlir həmişə qiymətdən az olur.



inhisarçının marjinal gəliri həmişə onun satdığı əmtəənin qiymətindən az olur.İnhisarçı bazarda aşağı meylli tələb əyrisi ilə üzləşdiyindən marjinal gəlir qiymətdən azdır. Satışın həcmini artırmaq üçün, inhisarçı firma əmtəənin qiymətini aşağı salmalıdır. İnhisarçı firma üçün marjinal gəlir anlayışı rəqabət aparan firmalar üçün olduğundan kəskin fərqlənir. İnhisarçı satışın həcmini artıran zaman bu ümumi gəlirə iki cür təsir edir (P x Q):

İstehsal həcmi effekti: daha artıq miqdarda məhsul satılır və deməli Q daha da yüksəkdir

• Qiymət effekti: qiymət düşür, deməli P aşağıdır.

Rəqabət aparan firma bazarda mövcud olan qiymətə nə qədər istəsə məhsul istehsal edib sata bildiyi üçün bu halda heç bir qiymət effekti yoxdur. Əgər belə firma istehsalı bir vahid artırırsa, onda qiymətdə heç bir dəyişiklik baş vermir və bütün satılan miqdarın hər bir vahidi eləəvvəlki qiymətə satılır. Bunun səbəbi rəqabətli firmanın qiymətlə razılaşan olması və onun marjinal gəlirinin eləəmtəə vahidinin qiymətinə bərabər olmasıdır. Bunun əksinə olaraq, inhisarçı istehsalı bir vahid artıran zaman o qiyməti aşağı salmalıdır və bu da əvvəlcə satılan hər bir əm-təə vahidindən əldə edilən gəliri aşağı salır. Nəticədə inhisarçının marjinal gəliri qiymətdən az olur.

35. (10 bal) İnhisarçı firmanın mənfəəti necə maksimumlaşdırmasının mahiyyətini izah edin və qrafik üzərində fikrinizi əsaslandırın.

Ekonomiksin On Prinsipindən biri ağıllı insanların marjinal faydanı düşünməsidir. Bu həm rəqabət aparan firmalar, həm də inhisarçı firmalar üçün doğrudur.

Fərz edək ki, inhisarçı az miqdarda, məsələn Qı qədər məhsul istehsal edir. Bu halda marjinal xərc marjinal gəlirdən azdır. Əgər firma istehsalı 1 vahid artırsa, əlavə gəlir əlavə xərclərdən çox olar və deməli mənfəət artar. Beləliklə, əgər marjinal xərclər marjinal gəlirdən azdırsa, firma daha artıq əmtəə istehsal etməklə öz mənfəətini artıra bilər.

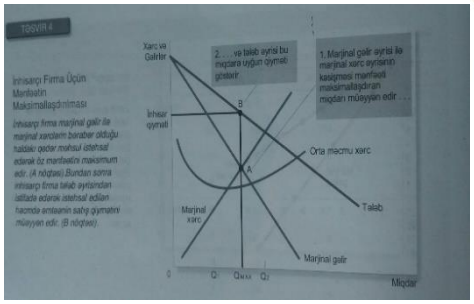
Oxşar qayda ilə yüksək istehsal həcmi halını, məsələn istehsal Q2 olduğu halı araşdıra bilərik. Bu halda marjinal xərclər marjinal gəlirdən yüksəkdir. Bu halda, əgər firma istehsalı 1 vahid azaltsa, onda bu vahidin istehsalına çəkilən xərclər onun satışından əldə edilən gəlirdən artıq olduğu üçün, firma bu addımı atmaqla ziyana düşməz. Beləliklə, əgər marjinal xərclər marjinal gəlirdən artıqdırsa, onda firma istehsalı azaltmaqla öz mənfəətini artıra bilər.

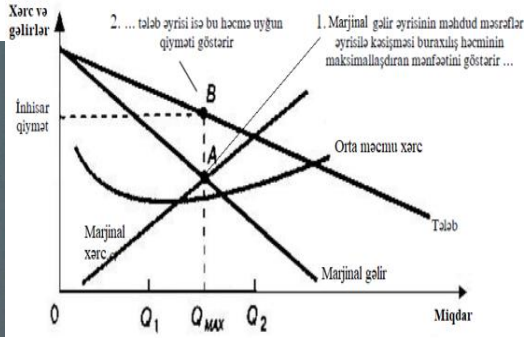
Nəhayət, firma öz istehsalının həcmini o vaxta qədər dəyişir ki, əmtəənin miqdarı Q_{MAX} həddinə çatır və bu halda marjinal gəlir ilə marjinal xərclər bəra-bərləşir. Beləliklə, öz mənfəətini maksimallaşdıran inhisarçı firma marjinal gəlir və marjinal xərclər əyrilərinin kəsişdiyi nöqtəyə uyğun miqdarda əmtəə istehsal edir.

Mənfəətlərini maksimallaşdırmaq baxımından inhisarçı və rəqabət aparan firmalar eynidirlər. Amma onların arasında ciddi bir fərq var: rəqabət aparan firma üçün marjinal gəlir əmtəənin bazar qiymətinə bərabərdir, inhisarçı firmanın marjinal gəliri isə əmtəənin qiymətindən aşağıdır. Yəni,

Rəqabət aparan firma üçün: P = MR = MC.

İnhisarçı firma üçün: P > MR = MC.





36. İnhisarçı firmanın məcmu gəliri (TR), orta gəliri (AR) və marjinal gəliri (MR) ilə məhsulun qiyməti arasındakı əlaqənin hesablanması düsturunu yazın və fikrinizi qrafik üzərində əsaslandırın. 20 bal.

SUYUN həcmi (Q)- qallon	QİYMƏT (P)	MƏCMU GƏLİR (TR=P X Q)	ORTA GƏLİR (AR = TR/Q)	MARJINAL GƏLİR MR = ΔTR/ΔQ
0	11	0	-	-
1	10	10	10	10
2	9	18	9	8
3	8	24	8	6
4	7	28	7	4
5	6	30	6	2
6	5	30	5	0
7	4	28	4	-2
8	3	24	3	-4

Birinci iki sütunda inhisarçının tələb əyrisi təsvir edilib. Əgər inhisarçı 1 qallon su istehsal edirsə,10 manata sata bilər. Əgər o iki qallon su istehsal edərsə, onda hər iki qallonu satmaq üçün o gərək qiyməti 9 manata endirsin. Amma inhisarçı 3 qallon su istehsal edərsə, onda qiymət 8 manat olar.Əgər bu iki sütunu qrafikdə təsvir etsək aşağı meylli tələb əyrisi alarıq.

Üçüncü sütunda inhisarçının ümumi gəliri göstərilib. Gəlir əmtəə satışının həcmi ilə hasilinə bərabərdir.

Dördüncü sütunda firmanın orta gəliri, yəni firmanın əldə etdiyi məcmu gəlirin satışın həcminə nisbəti göstərilib. Orta gəliri hesabiamaq üçün məcmu gəliri satış həcminə bölürük.Orta gəlir həmişə əmtəənin qiymətinə bərabərdir. Bu həm inhisarçı,həm də rəqabət aparan firmalar üçün doğrudur.

Marjinal gəliri hesablamaq üçün istehsal bir vahid artarkən gəlirin dəyişməsi tapılır.

Məsələn, firma 3 qallon su istehsal edən zaman onun əldə etdiyi məcmu gəlir 24 manat olur. İstehsalı 4 qallona qədər artıran zaman məcmu gəlir 28 manat olur. Deməli, marjinal gəlir 28 manatla 24 manatın fərqinə yəni,4 manata bərabər olur.

37.(20)İnhisar mənfəətinin inhisar qiyməti ilə və orta məcmu xərclə (ATC) əlaqəsini qrafik əsasında izah edin

İnhisarçının Mənfəəti

İnhisarçı nə qədər mənfəət əldə edir? İnhisarçının mənfəətini hesablamaq üçün mənfəətin məcmu gəlir (TR) ilə məcmu xərclərin (TC) fərqinə bərabər olduğunu yadınıza salın:

Mənfəət = TR - TC.

Bu ifadəni aşağıdakı kimi də yazmaq olar

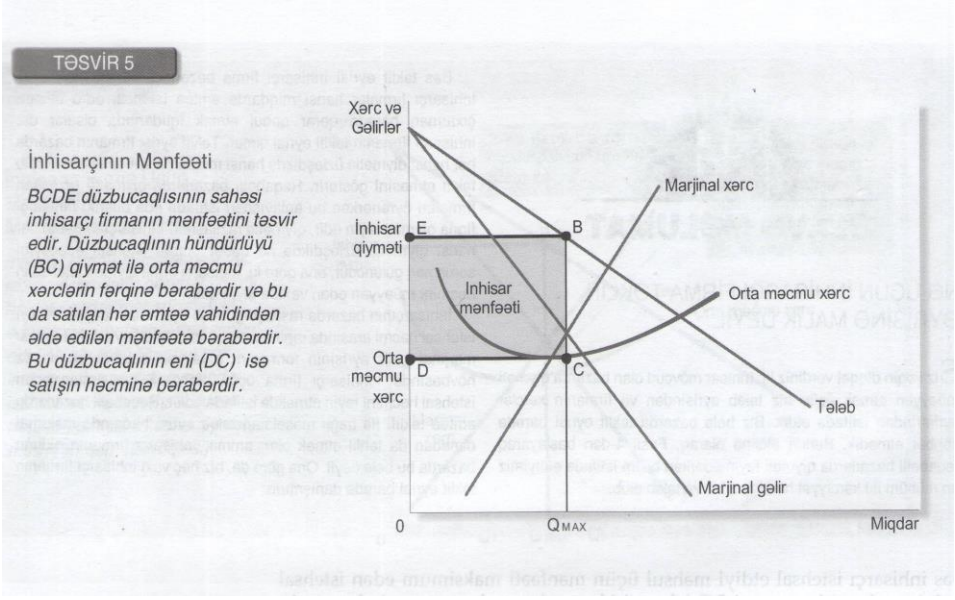
Mənfəət = (TR/Q - TC/Q) x Q.

TR/Q orta gəlirdir və qiymət P-yə, TC/Q isə orta məcmu xərclərdir və ATC-yə bərabərdir. Ona görə də,

Mənfəət = (P - ATC) x Q.

Mənfəət üçün bu tənlik (bu elə rəqabət aparan firma üçün mənfəət tənliyi ilə eynidir) bizə inhisarçı firmanın mənfəətini diaqramda təsvir etmək imkanı verir.

Təsvir 5-dəki ştrixlənmiş düzbucaqlıya nəzər salaq. Düzbucaqlının hündürlüyü (BC parçası) qiymət ilə orta məcmu xərclərin fərqinə (P - ATC) bərabərdir ki, bu da satılan hər bir vahidə görə əldə edilən mənfəətə bərabərdir. Bu düzbucaqlının eni isə (DC düz xətt parçası) satılan Q_{MAX} miqdarına bərabərdir. Beləliklə, bu düzbucaqlımn sahəsi inhisarçı firmanın məcmu mənfəətinə bərabərdir.



38.(20)Bazarın inhisarlaşmasının cəmiyyətin maddi rifahına təsirini və onu xarakterizə edən itirilmiş iqtisadi səmərənin mahiyyətini izah edin(qrafik təsvir əsasında)

İNHİSARLARIN MADDİ RİFAHA MƏNFİ TƏSİRİ

İnhisarçılıq bazarların təşkilinin səmərəli formasıdırmı? Rəqabət aparan firmadan fərqli olaraq inhisarçı firmanın qiyməti marjinal xərclərdən yüksək təyin etdiyini gördük. Alıcıların nöqteyi-nəzərindən, bu inhisarçını arzu olunmaz edir. Eyni zamanda, məhz yüksək qiymət təyin etmək hesabına inhisarçı mənfəət əldə edir. Firma sahibləri nöqteyi-nəzərindən, inhisarçı firmanın yüksək qiymət təyin etməsi arzu olunan haldır. İndi gəlin araşdıraq görək, inhisarçının yüksək qiymət təyin etməsindən firma sahiblərinin əldə etdikləri mənfəət alıcıların itirdiyi izafi faydadan çoxdurmu, yəni cəmiyyət üçün inhisar arzu olunandırmı?

Bu suala cavab vermək üçün biz Fəsil 7-də istifadə etdiyimiz təhlil üsulundan istifadə edə bilərik. Həmin fəsildə olduğu kimi burada da biz məcmu izafi faydanı iqtisadi rifahın meyarı kimi qəbul edəcəyik. Yadınıza salın ki, məcmu izafi fayda istehlakçının izafi faydası ilə istehsalçının izafi faydasının cəminə bərabərdir. İstehlakçının izafi faydası əmtəə üçün alıcının ödəmə niyyəti ilə əmtəə üçün onun faktiki ödədiyi məbləğin fərqinə bərabərdir. İstehsalçının izafi faydası isə istehsalçıların əmtəəni satdıqları faktiki məbləğ ilə həmin əmtəənin istehsalı üçün xərclərinin fərqinə bərabərdir. Bizim misalda isə ancaq bir istehsalçı var - inhisarçı.

Bu təhlilin nəticəsi yəqin ki, sizə tanış gələcək. Fəsil 7-də biz bu nəticəyə gəldik ki, rəqabətli bazarda tələb və təklifin bazar tarazlığı ən səmərəli nəticədir. Bundan başqa, bazardakı "gözəgörünməz əl" sərvətləri elə paylaşdırır ki, bazarda yaranan məcmu izafi fayda maksimum olur. İnhisar bazarında sərvətlər rəqabətli bazarda olduğundan fərqli paylaşdırıldığı üçün, yəqin ki, inhisar bazarında iqtisadi rifah maksimum həddə çatmayacaq.

Itirilmiş İqtisadi Səmərə

Əvvəlcə baxaq görək, əgər inhisarçı firma xeyirxah ictimai planlaşdırıcı tərəfindən idarə olunarsa nə baş verər. İctimai planlaşdırıcı təkcə firma sahiblərinin mənfəətini artırmaq barədə yox, həm də firmanın müştərilərinin maddi rifahı barədə düşünür. Planlaşdırıcı məcmu izafi faydanı, yəni istehsalçının izafi faydası (mənfəəti) ilə istehlakçıların izafi faydasının cəmini maksimum etməyə çalışır. Yadmızda saxlayın ki, məcmu izafi fayda əmtəənin alıcılar üçün olan dəyəri ilə həmin əmtəənin inhisarçı firma tərəfindən istehsalına çəkilən xərclərin fərqinə bərabərdir.

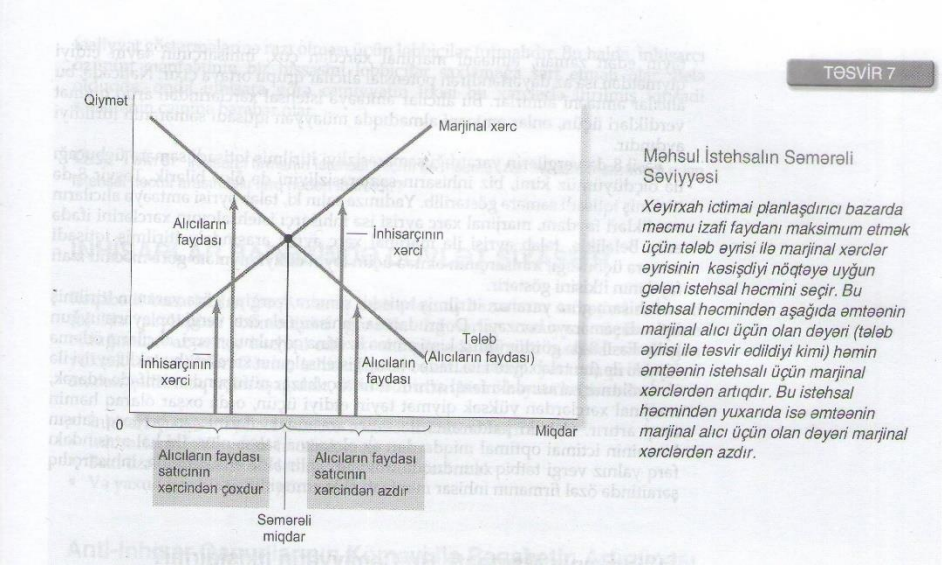
Təsvir 7-də xeyirxah ictimai planlaşdırıcının seçəcəyi istehsal həcmi göstərilib. Tələb əyrisi əmtəənin alıcılar üçün olan dəyərini ifadə edir. Marjinal xərc əyrisi isə inhisarçı firmanın xərclərini ifadə edir. Beləliklə, sosial cəhətdən səmərəli miqdar tələb əyrisi ilə marjinal xərc əyrisi kəsişdikdə olur. Bu miqdardan aşağıda əmtəənin alıcılar üçün faydası istehsal xərclərindən çoxdur və istehsalı artırmaqla məcmu izafi faydanı artırmaq mümkündür. İstehsalın həcmi bu miqdardan çox olduqda isə, marjinal xərc əmtəənin alıcılar üçün olan faydasından artıqdır və istehsalın həcmini azaltmaqla məcmu izafi faydanı artırmaq olar.

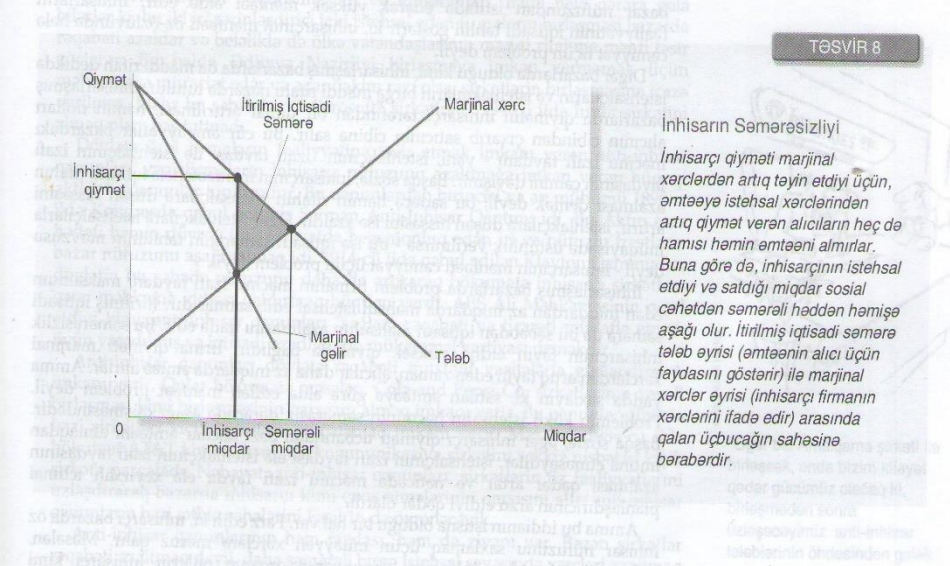
Əgər inhisarçı firmanı xeyirxah ictimai planlaşdırıcı idarə etmiş olsaydı, əmtəənin qiyməti tələb əyrisi ilə marjinal xərc əyrisinin kəsişdiyi nöqtəyə uyğun təyin edilməli idi. Yəni, rəqabət aparan firmaya oxşar olaraq, mənfəətini maksimum etmək istəyən inhisarçıdan fərqli olaraq, ictimai planlaşdırıcı qiyməti

marjinal xərclərə bərabər təyin edərdi. Bu qiymət alıcılara əmtəənin istehsal xərcləri haqqında düzgün məlumat verdiyi üçün, alıcılar məhz lazımi miqdarda əmtəə alardılar.

İnhisarın maddi rifaha təsirini qiymətləndirmək üçün biz inhisarçının seçdiyi istehsal həcmi ilə ictimai planlaşdırıcının seçəcəyi istehsal həcmini müqayisə edə bilərik. İnhisarçının marjinal gəlir və marjinal xərc əyrilərinin kəsişdiyi nöqtəyə uyğun istehsal həcmini seçdiyini; ictimai planlaşdırıcının isə tələb və marjinal xərc əyrilərinin kəsişdiyi nöqtəyə uyğun istehsal həcmini seçdiyini gördük. Təsvir 8-də bu müqayisəli şəkildə verilib. Gördüyünüz kimi inhisarçı, sosial cəhətdən səmərəli olan miqdardan az əmtəə istehsal edir.

İnhisarçı təyin etdiyi qiymət ilə də iqtisadi səmərənin itirilməsinə səbəb olur. Bazardakı tələb əyrisi qiymət ilə miqdar arasındakı tərs mütənasibliyi ifadə etdiyi üçün, səmərəsiz olan az miqdarda əmtəə istehsalı elə səmərəsiz olan yüksək qiymətin ekvivalentidir. İnhisarçı əmtəənin qiymətini marjinal xərclərdən artıq təyin etdiyi qiymətdən isə az dəyərləndirən potensial alıcılar qrupu ortaya çıxır. Nəticədə, bu alıcılar əmtəəni almırlar. Bu alıcılar əmtəəyə istehsal xərclərindən artıq qiymət verdikləri üçün, onlar əmtəəni almadıqda müəyyən iqtisadi səmərənin itirildiyi aydındır.





Fəsil 8-də vergilərin yaratdığı səmərəsizliyi itirilmiş iqtisadi səmərə üçbucağı ilə ölçdüyümüz kimi, biz inhisarın səmərəsizliyini də ölçə bilərik. Təsvir 8-də itirilmiş iqtisadi səmərə göstərilib. Yadınıza salın ki, tələb əyrisi əmtəəyə alıcıların verdikləri faydanı, marjinal xərc əyrisi isə inhisarçı istehsalçının xərclərini ifadə edir. Beləliklə, tələb əyrisi ilə marjinal xərc əyrisi arasındakı itirilmiş iqtisadi səmərə üçbucağı, inhisarçının əmtəə üçün təyin etdiyi qiymətə görə məcmu izafi faydanın itkisini göstərir.

İnhisara görə yaranan itirilmiş iqtisadi səmərə, vergiyə görə yaranan itirilmiş iqtisadi səmərəyə bənzəyir. Doğrudan da, inhisarçı elə özəl vergi toplayana uyğun gəlir. Fəsil 8-də gördüyümüz kimi əmtəə üzərinə qoyulmuş vergi, alıcıların ödəmə niyyəti ilə (bu tələb əyrisi ilə ifadə olunur) istehsalçının xərcləri (bu təklif əyrisi ilə ifadə olunur) arasındakı fərqi artırır. İnhisarçı bazar nüfuzundan istifadə edərək, marjinal xərclərdən yüksək qiymət təyin etdiyi üçün, o da oxşar olaraq həmin fərqi artırır. Hər iki halda alıcı ilə satıcı arasındakı dərinləşən bu fərq satışın həcminin ictimai optimal miqdardan az olmasına səbəb olur. İki hal arasındakı fərq yalnız vergi totbiq olunduqda dövlətin gəlir əldə etdiyi halda, inhisarçılıq şəraitində özəl firmanın inhisar mənfəəti əldə etməsidir.

Mövzu 5.Oliqopoliya.

39.Oliqapolik bazarın xarakterik olan elametlerini gosterin ve onun yaranma sebeblerin rizah edin Fikrinizi nümunelerle əsaslandırın. 5 bal

OLİGOPOLİYA oxşar və ya eyni məhsullar satan yalnız bir neçə satıcının olduğu bazar strukturudur. Oliqopolistik bazarda yalnız satıcıların kiçik qrupu olduğundan oliqopoliyanın əsas xüsusiyyəti əməkdaşlıqla şəxsi maraqlar arasındakı gərginlikdir.

Oliqopolik bazarın əsas xüsusiyyətləri:

• Oliqopolik bazarda fəaliyyət göstərən firmaların bir-birilə qarşılıqlı təsir əlaqələrinin olması vacibdir.

• Oliqopolik bazarlarda istehsal olunan mal və xidmətlər bəzən tamamilə eyni, bəzən də fərqliləşdirilmiş şəkildə istehlakçıya çatdırılmaqdadır.

• Oliqopolik bazarın digər xüsusiyyəti isə digər bazarlardan fərqli olaraq bu bazara daxil olan firma özündən əvvəl bazarda yer alan firmaların qiymət strategiyalarını, istehsal miqdarlarını, əhatə etdiyi istehlakçı kütlələrinin və buna bənzər dəyişənləri nəzərə almaq məcburiyyətindədir.

Oliqopoliyaların davranışını anlamaq üçün duopoliya adlanan, yalnız iki üzvün mövcud olduğu oliqopoliyanı nəzərdən keçirək. Yalnız iki sakinin – Cek və Cilin içməli su istehsal edən quyusunun olduğu şəhər təsəvvür edin. Hər şənbə Cek və Cil neçə qallon su çıxarmağı qərara alır, suyu şəhərə gətirir və bazarda olan qiymətə satır. Əgər Cek və Cil bazarı bərabər bölüşərlərsə, hər biri 30 qallon istehsal edər və bir qallonun qiyməti 60 dollar olar və onlardan hər biri 1 800 dollar mənfəət əldə etmiş olarlar. Əgər Cek şəxsi gəlirini daha üstün tutaraq istehsal həcmini artırarsa , (Daha çox mənfəət qazanmaq məqsədi ilə) Cil də eyni qaydada düşünə bilər. Belə olarsa, Cek və Cil hər biri şəhərə 40 qallon gətirəcək. Ümumi satış 80 qallon olacaq, qiymət isə 40 dollara düşəcək. Beləliklə, duopolistlər nə qədər istehsal etməklə bağlı qərar verərkən ayrı-ayrılıqda öz maraqlarını güdərlərsə, onlar birlikdə inhisar həcmindən artıq miqdarda istehsal edəcək, inhisar qiymətindən aşağı qiymət təyin edəcək və inhisar mənfəətindən az məcmu mənfəət əldə edəcəklər. Şəxsi maraq məntiqinin, duopoliya məhsul buraxılışını inhisar səviyyəsindən yüksək olmasına səbəb olmasına baxmayaraq, bu duiopoloistin rəqabətli paylaşdırmaya nail olmasını təmin etmir. Hər bir duopolistin 40 qallon istehsal etdiyi halda nə baş verdiyinə nəzər salın. Qiymət 40 dollar olur və hər duopolist 1 600 dollar mənfəət götürür. Bu halda Cekin şəxsi maraq məntiqi onun başqa bir nəticəyə gəlməsinə səbəb olur.

Oliqopoliyaların mövcud olmasının ən böyük səbəbi əməkdaşlıqdır. Firmalar rəqibləri ilə rəqabət aparmağa çalışmaqdansa, konkret qiymət üzrə əməkdaşlıqda daha çox iqtisadi fayda görürlər.

40.Oliqopolik bazardakı firmalarının sayının onların məhsul buraxılışına təsirini istehsal həcmi effekti və qiymət effekti ilə əlaqələndirərək izah edin. 10 bal

İstehsal həcmi effekti qiymət effektindən böyük olarsa, firma sahibi istehsalı artıracaq. Qiymət effekti istehsal həcmi effektindən böyük olduqda isə, firma sahibi istehsalı artırmayacaq. Hər bir oliqopolist, digər firmaların istehsalını nəzərə almaqla bu iki marjinal effektin tam balansı yaranana qədər istehsalı artırır.

Satıcıların sayı nə qədər çox olarsa, hər bir satıcının bazar qiymətinə təsir imkanı bir o qədər az olur. Bu o deməkdir ki, oliqopoliyanın həcmi artdıqca, qiymət effektinin həcmi azalır. Oliqopoliya çox böyüdükdə, qiymət effekti tamamilə yoxa çıxır və yalnız istehsal həcmi effekti qalır. Son həddə aid bu halda oliqopoliyadakı hər bir firma qiymət marjinal maya dəyərindən yuxarı olduqca istehsalı artırır. Əks halda firmalar istehsalın stabil qalması ilə bağlı razılığa gələ bilərlər ki , bu da onların ümumi mənfəətinin aşağı olması ilə nəticələnir

Məsələn ,.Əgər bazarda 2 firma olsa və onlar 60 ədəd məhsul satırsa , bazara yeni firmanın daxil olması ilə hər firmanın istehsal həcmi də azalmış olacaq . Yəni 60=30×2 İki firma arasında bölünmüş istehsal həcmi 60=20×3 Həmin həcmdə məhsul 3 firma arasında bölündükdə isə hər firma daha az məhsul istehsal edəcək və sistematik olaraq məcmu gəlir azalacaq : TR=Q×P 30 məhsul 5 manatdan satılarsa (150=30×5) hər firma 150 manat gəlir əldə etmiş olacaq . Bazara 3cü firmanın daxil olması ilə hər firmanın gəliri 20×5=100 olacaq .

41) Oliqapolik bazarda davranrg modellerinden olan "Düstaqların dilemması"ve "Dominant strategiya" nedir? Fikrinizi niimune ile izah edin. 5 bal

DUSTAQLARIN DİLEMMASI- iki yaxalanmış dustaq arasında hətta qarşılıqlı olaraq faydalı olduğu halda belə əməkdaşlığın qorunmasının nə üçün çətin olduğunu göstərən”oyun”. Dustaqların dilemması polis tərəfindən yaxalanmış iki cinayətkar haqqında hekayədir. 1 nümunəyə baxaq : İki dutaq götürək və onları Bonni və Klayd adlandıraq. Polisin Bonni və Klaydı qanunsuz silah daşıma kimi kiçik cinayətdə ittiham etmək üçün kifayət qədər sübutu var və hər biri dustaqda bir il keçirəcək. Polis bu iki cinayətkarın bank oğurluğunda iştirak etməsindən şübhələnsə də, onları bu böyük cinayətdə ittiham etmək üçün ciddi sübutları yoxdur. Polis Bonni və Klaydı ayrı-ayrı otaqlarda dindirir və onlardan hər birinə aşağıdakı sövdələşməni təklif edirlər: “Bu dəqiqə səni bir illiyə həbs edə bilərik. Lakin, bank oğurluğunu və ortağının da bu işdə əli olduğunu da boynuna alsan sənə bəraət verər və azad edərik. Ortağın isə 20 il iş alacaq. Lakin, əgər hər ikiniz cinayəti boynunuza alsanız sizin ifadənizə ehtiyac olmayacaq və məhkəmə xərclərindən qaça bilərik və hər biriniz dərhal 8 il alacaqsınız.” İlk olaraq, Bonninin qərarına baxaq. O, belə düşünür: “Mən Klaydın nə edəcəyini bilmirəm. Əgər o, susarsa, mənim ən yaxşı strategiyam cinayəti etiraf etmək olar. Onda mən azad olar və bir ili həbsxanada keçirmərəm. Əgər o, cinayəti etiraf edərsə, yenə də mənim üçün ən yaxşı strategiya cinayəti etiraf etmək olar. Onda mən həbsxanada 20 il deyil 8 il keçirəcəyəm. Deməli, Klaydın nə etməsindən asılı olmayaraq

cinayəti etiraf etməyim yaxşı olardı” Oyunlar nəzəriyyəsi dilində digər oyunçuların hansı strategiyanı seçməsindən asılı olmayaraq, oyunçu üçün ən yaxşı olan strategiya dominant strategiya adlandırılır.

DOMİNANT STRATEGİYA- Digər oyunçuların seçdiyi strategiyalardan asılı olmayaraq oyundakı oyunçu üçün ən yaxşı strategiya klaydın cinayəti etiraf etməsindən və ya susmasından asılı olmayaraq o, həbsxanada daha az vaxt keçirəcək. İndi isə Klaydın qərarına nəzər salaq. O da Bonni kimi eyni seçimlə üzləşir və demək olar ki, eyni qaydada düşünür. Bonninin nə etməsindən asılı olmayaraq, cinayəti etiraf etməklə Klayd həbsxanada keçirəcəyi müddəti azalda bilər. Nəticə etibarilə sonda Bonni və Klayd hər ikisi cinayəti etiraf edir və hər ikisi həbsxanada 8 il keçirir. Lakin, onlar üçün bu dəhşətli nəticədir. Əgər onların hər ikisi susmuş olsaydı daha yaxşı olardı, onlar qanunsuz silah gəzdirməyə görə 1 il həbsxanada yatacaqdılar. Hər biri öz maraqlarını güddüyündən hər ikisi onlar üçün daha pis olan nəticə əldə edir.

42)Oliqapoliyalarla bağlı dövletin antiinhisar siyaseti ve bu siyasetla elaqedar fikir ayrılıqlarını nümuneler üzerinde izah edin. 5 bal

Oliqopolistlər kartellər formalaşdırmaqla inhisar mənfəəti əldə etmək istəsələr də, əksər hallarda bu mümkün olmur. Dövlət siyasəti olaraq, oliqopolistlər arasındakı açıq razılaşmalar anti-inhisar qanunları ilə qadağan olunurAnti-inhisar qanunları kartellərin yaranmasını və fəaliyyətini qadağan edir və bunun üçün müxtəlif addımlar atırlar . Anti-inhisar qanunları ilk olaraq ABŞ və digər böyük Anti - inhisar qanunları kartelləri qadağan etdiyindən onlara nadir hallarda rast gəlinir. Lakin aşağıdakı məqalədə göstərildiyi kimi okean gəmiçilik nəqliyyat şirkətləri bu qanunlardan azaddır və bunun nəticəsi olaraq adi halda təyin edə biləcəkləri qiymətlərdən daha yüksək qiymətlər təyin edirlər. ABŞ Ticarəti İnkişaf Etdikcə, Gəmiçilik Kartelləri Daha Çox Diqqət Mərkəzinə Gəlir. RUTHERFORD N.J.-iki həftədən bir kiçik ofis binasında təxminən 20 gəmi nəqliyyatı menecerlərinin növbəti yığıncaqlarına toplaşırlar. Onlar uzun konfrans stolu arxasında əyləşir, bublik və qəhvədən dadaraq bir qədər söhbət edir və sonra isə yükləri Atlantik Okeanından keçirmək üçün təyin edəcəkləri qiyməti müzakirə edirlər. ABŞ-ın Sea-Land Service Inc. Şirkətindən tutmuş Danimarkanın A.P. Moller/Maersk Line şirkətinə kimi dünyanın bir çox böyük gəmi nəqliyyatı şirkətləri on illər boyu on milyard dollarlıq yük üçün tarifləri müəyyən edən kiçik kartelin üzvləridir. Üzvlərinin həddindən çox gəmi hazırlanmasının qarşısını ala bilməməsi səbəbindən kifayət qədər güclü olmasa da, onları gəmiçiliyin OPEK-i adlandırmaq olar. Səkkiz onillikdir ki, gəmiçilik kartelləri 1916-cı ildə kartellərin etibarlı

xidmətini təmin edəcəyini düşünən gəmiçilik sahəsindəki müştərilərin istəyi ilə qəbul edilmiş Gəmiçilik Qanunu ilə Konqres tərəfindən müdafiə olunur. Qanuna yalnız iki dəfə, 1961 və 1984-cü illərdə əhəmiyyətli düzəlişiər edilsə də, hər iki dəfə bu sənaye sahəsinin toxunulmazlığı dəyişilməz qaldı.

Anti-inhisar Siyasəti ilə Bağlı Fikir Ayrılıqları

Uzun müddət anti-inhisar qanunlarının hansı növ fəaliyyəti məhdudlaşdırmalı olması məsələsi ilə bağlı fikir ayrılıqları mövcuddur. Əksər şərhçilər rəqabət aparan firmalar arasında qiymətin təyin edilməsi ilə bağlı razılaşmaların qanunsuz hesab edilməsi ilə razılaşır. Lakin anti-inhisar qanunlarının təsirləri o qədər də nəzərə çarpmayan bəzi işgüzar münasibətlərin qadağan edilməsində istifadə edilmişdir.

İlk baxışda pərakəndə satış qiymətinin saxlanılmasının rəqabətə qarşı və bu səbəbdən cəmiyyət üçün zərərli olduğunu düşünmək olar. Kartel üzvləri arasındakı razılaşma kimi bu, pərakəndə satıcıların qiymət üzrə rəqabət aparmasının qarşısını alır. Bu səbəbdən, tez-tez məhkəmələr pərakəndə satış qiymətinin saxlanılmasını anti-inhisar qanunlarının pozulması kimi qəbul etmişdirlər.

Coyote Air adlandırdığımız böyük aviaşirkətin hər hansı marşrut üzrə inhisarasahib olduğunu təsəvvür edin. Sonra Roadrunner Express daxil olaraq bazarın 20 faizini ələ keçirərək Coyote Air-a 80 faizi saxlayır. Bu rəqabətə cavab olaraq Coyote gediş haqlarını azaltmağa başlayır. Bəzi anti-inhisar analitikləri Coyote-ninhərəkətinin rəqabətə qarşı olduğunu iddia edirlər: Qiymətin aşağı salınması Roadrunner-i bazardan çıxarmaq məqsədi daşıya bilər. Belə olduqda Coyote yenidən inhisarı ələ keçirə və qiymətləri yenidən qaldıra bilər. Belə davranış yırtıcıqiymət siyasəti adlandırılır. Yırtıcı qiymət siyasətinin anti-inhisar məhkəmə işləri üçün xarakterik iddia olmasına baxmayaraq, bəzi iqtisadçılar bu arqumentə şübhə ilə yanaşır və yırtıcı qiymət siyasetinin nadir hallarda, bəlkə də heç vaxt səmərəli strategiya olmadığını hesab edirler.

43. Kartelin mezmununu ve firmalar kartel yaratdrqda bazarda reqabet baxımından bag veren deyiqikliyi izah edin. 5 bal

KARTEL- birgə fəaliyyət göstərən firmalar qrupudur. Oliqopoliyalarda kartellərdə firmalar arasında və digər kartellərlə razılaşdırılmış şəkildə bazar bölüşdürülür (İstehsal həcmi və qiyməti) . Kartel yalnız istehsalın ümıimi səviyyəsi deyil, həm də hər bir üzv tərəfindən istehsal ediləcək həcm üzrə razılığa gəlməlidir Əgər kartel yaradılmasa bazar istehlakçıya xeyir vermiş olur, firmalar bu halda pul itirmiş olur . Buna görə də Kartellərin yaradılması onlar üçün yeganə səmərəli çıxış yoludur .Kartel yaradıldıqda firmalarqeyd etdiyimiz kimirazılığa gəlirlər ki bu da öz növbəsində rəqabətə öz təsirini göstərir . Bu zaman firmalar bazarda tələb və təklif əyrilərinin yerdəyişməsini qiymətləndirirlər və məcmu gəliri maksimallaşdırmaqçün bazara məhdud sayda məhsul çıxarırlar . Əgər başqa kartellər olarsa bazar bölüşdürülməsinə onlar da daxil edilir . Nəticədə bazar satıcı firmalar tərəfindən idarə edilir . Yəni heç bir rəqabət və bazarın səmərəliliyi qalmır (istehlakçı üçün) .

44.Oliqopolik bazarda tarazlıq anlayrışını izah edin ve Neş tarazlığının qlsaca şerhini verin. 10 bal

Oliqopolik bazarda tarazlıq tələb və təklif əyrilərinin kəsişdiyi nöqtədir və satıcı və alıcılar üçün əlverişli sayılır . Bu isə o deməkdir ki , istehlakçıların məhsula olan tələbatı satıcıların bazara çıxardığı həmin məhsulun sayı ilə üst-üstə düşür . Bu Xətdən yuxarı ifratlıq , xətdən aşağı isə qıtlıq sayılır . Tarazlığa çatmaq üçün oliqopoliyalar birgə iş birliyi qurmalıdırlar (təklifdən asılı olaraq). Iqtisadi nəzəriyyəçi Con Nəşin şərəfinə adlandırılmış Nəş tarazlığı bir-biri ilə qarşılıqlı fəaliyyətdə olan iqtisadi subyektlərin digərlərinin artıq seçdikləri strategiyanı nəzərə alaraq, hər birinin özünün ən yaxşı strategiyasını seçdiyi situasiyadır. Buna misal kimi rəqib firmaların qəbul etdiyi qərarları nümunə göstərmək olar .

45) Oliqapolik bazardakı istehsal həcmi və qiymət ilə rəqabətli bazardakı istehsal həcmi və qiymət arasındakı müqayisəli təhlil edin. 20 bal

Oliqopoliyada istehsal həcmini firmalar özləri müəyyən edirlər . Burada firmaların sayı nə qədər az olsa qiymət və istehsal həcminə nəzarət o qədər güclü olar .Oliqopoliya bir qayda olaraq mahiyyət baxımından inhisar və rəqabətli bazarın arasında yerləşir . inhisarçı bazara qiyməti tənzimləməkçün müəyyən qədər məhsul çıxarmaq qərarını tam sərbəst şəkildə qəbul edir . Oliqopoliyalarda kartellərdə firmalar arasında və digər kartellərlə razılaşdırılmış şəkildə bazar bölüşdürülür (İstehsal həcmi və qiyməti) . Burada 1dən çox firma olduğu üçün Oliqopoliyalar daha çox məhsul istehsal edir və qiymət daha aşağı olur Oliqopoliyada istehsalçı firmaların sayı artdıqda isə o təkmil rəqabətli bazara çevrilir . Təkmil rəqabətli bazarda isə firma çox olduğu üçün qiyməti onlar təyin edə bilmir , onunla razılaşan tərəf olur və yalnız istehsal həcmi effektini nəzərə alırlar, təklif tarazlıq nöqtəsindən yüksək və ya ona yaxın olur və nəticədə qiymət daha aşağı olur . Bunları ümumiləşdirərək demək olar ki , oliqopoliyada firmalar mənfəəti maksimaİlaşdırmaq üçün ayrı-ayrılıqda istehsalı seçdikdə onlar inhisarda olduğundan daha çox , rəqabətdə olduğundan daha az məhsul istehsal etmiş olacaq . Oliqopoliyada qiymət rəqabətdə olduğundan daha çox , inhisar qiymətindən isə daha az olar. İstehsal həcmi effekti qiymət effektindən böyük olarsa, istehsalı artacaq. Qiymət effekti istehsal həcmi effektindən böyük olduqda isə, istehsalı artmayacaq. Rəqabətli bazarda hər bir firmanın istehsalla bağlı qərarları qiyməti marjinal maya dəyəri ilə bərabərləşdirir.

Mövzu 6.İnhisarçı rəqabət

46. İnhisarçı rəqabət bazardakı firmaların əlavə istehsal imkanlarını və qiymətlə marjinal xərclər (MC) arasındakı əlaqələrinin məzmununu qrafiklərdən istifadə etməklə izah edin.20 bal.

İnhisarçı və mükəmməl rəqabət arasında 2 əsas fərq - əlavə istehsal imkanları və əlavə qiymət təyin edilməsi.

1. Əlavə İstehsal İmkanları:

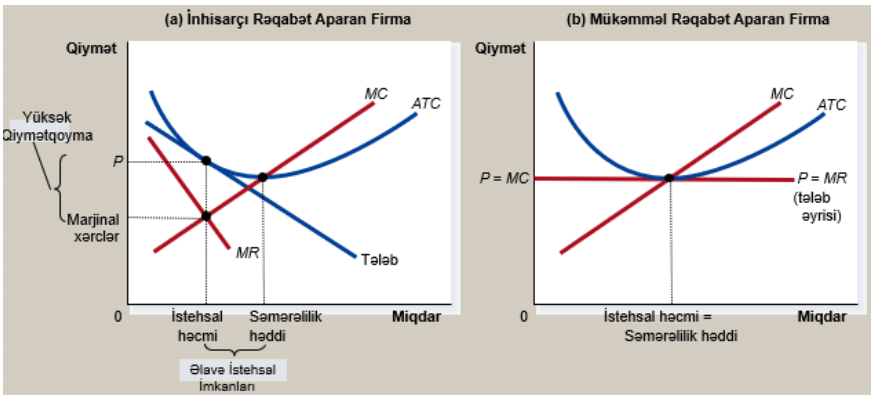
- Uzun müddət üçün **mükəmməl rəqabətdə** firmalar əlavə istehsal imkanlarına **malik olmurlar.**

- **Rəqabətli bazarlara** sərbəst daxil olma firmaları minimum orta məcmu xərclərlə istehsala sövq edir ki, bu da firmanın səmərəlilik həddi adlandırılır.

- **İnhisarçı rəqabətdə** firmalar əlavə istehsal imkanlarına **malik olurlar.**

- Uzun müddət üçün **mükəmməl rəqabət** aparan firmalar **səmərəlilik həddində istehsal** etdiyi halda **inhisarçı rəqabət** aparan firmalar bu səviyyədən **aşağı** istehsal edir.

Əlavə istehsal imkanları daxil olma və tərk etmə inhisarçı rəqabət bazarındakı hər bir firmanı onların tələb və orta məcmu xərc əyriləri arasındakı toxunma nöqtəsinə gətirir.Təsvirin (a) hissəsində, bu nöqtədə istehsal həcminin orta məcmu xərclərin minimum olduğu miqdar ilə müqayisədə az olduğu göstərilir. Beləliklə, inhisarçı rəqabətdə firmalar özlərinin orta məcmu xərclər əyrisinin aşağıya doğru meylli hissəsi üzərində istehsal edirlər. Belə halda inhisarçı rəqabət mükəmməl rəqabətlə ziddiyyət təşkil edir.Təsvirin (b) hissəsində göstərildiyi kimi, rəqabətli bazarlara sərbəst daxil olma firmaları minimum orta məcmu xərclərlə istehsala sövq edir.



Orta məcmu xərcləri minimallaşdıran miqdar firmanın səmərəlilik həddi adlandırılır. Uzun müddət üçün mükəmməl rəqabət aparan firmalar səmərəlilik həddində istehsal etdiyi halda inhisarçı rəqabət aparan firmalar bu səviyyədən aşağı istehsal edir. İnhisarçı rəqabətdə firmalar əlavə istehsal imkanlarına malik olurlar. Başqa sözlə, mükəmməl rəqabət aparan firmadan fərqli olaraq**, inhisarçı rəqabət aparan firma istehsal həcmini artıra və istehsalın orta məcmu xərclərini azalda bilər.**

Marjinal Xərclərdən Yüksək Əlavə Qiymət Təyin Edilməsi :

- **Rəqabət aparan** firma üçün qiymət marjinal xərclərə bərabərdir.
- **İnhisarçı rəqabət** aparan firma üçün qiymət marjinal xərcləri üstələyir.
- **İnhisarçı rəqabətdə** qiymətin marjinal xərcləri üstələdiyindən, təyin edilən qiymətdə satılan hər əlavə məhsul vahidi daha böyük mənfəət deməkdir.

Marjinal xərclərdən yüksək əlavə təyin edilməsi.Mükəmməl rəqabətlə inhisarçı rəqabət arasındakı ikinci fərq qiymətlə marjinal xərclər arasındakı əlaqədir. Təsvirin (b) hissəsində, rəqabət aparan firma üçün qiymət marjinai xərclərə bərabərdir. Təsvirin (a) hissəsində,inhisarçı rəqabət aparan firma üçün qiymət, firma həmişə müəyyən bazar gücünə malik olduğuna görə, marjinal xərcləri üstələyir.

Marjinal xərclərdən yüksək əlavə qiymət təyin edilməsinin sərbəst daxil olma və sıfır mənfəətlə uyğuluğu:Sıfır mənfəət vəziyyəti qiymətin orta məcmu xərclərə bərabər olmasını təmin edir. Bu qiymətin marjinal xərclərə bərabər olmasını təmin etmir. Uzun müddətli tarazlıqda inhisarçı rəqabət aparan firmalar özlərinin orta məcmu xərclər əyrilərinin aşağıya doğru enən hissəsi üzərində fəaliyyət göstərir və marjinal xərclər orta məcmu xərclərdən az olur. Beləliklə, qiymətin orta məcmu xərclərə bərabər olması üçün qiymət marjinal xərclərdən yüksək olmalıdır.

Qiymət və marjinal xərclər arasındakı əlaqədə mükəmməl rəqabət aparanlarla inhisarçı rəqabət aparanlar arasındakı başlıca **davranış fərqləri** görə bilərik.Fərz edək ki,təyin edilən hazırkı qiymətdə mal almağa hazır olan başqa bir müştəri var və onun gəlməsini istəyərikmi?Mükəmməl rəqabət aparan firma üçün heç bir fərq etməz.Marjinal xərclərə bərabər olduğundan, satılan hər əlavə məhsul vahidindən əldə edilən mənfəət sıfır olur. Bunun əksinə olaraq, inhisarçı rəqabət aparan firma əlavə bir müştəri tapmağa çalışacaq. Onun təyin etdiyi qiymət marjinal xərcləri üstələdiyindən, təyin edilən qiymətdə satılan hər əlavə məhsul vahidi daha böyük mənfəət deməkdir.

47.(5)İnhisarçı rəqabət bazarının inhisar ilə oxşar və fərqli cəhətlərini izah edin.

İnhisarçı rəqabət bazarı — istehlakçıların müəyyən tələbatını ödəməkdən məqsədi ilə fərqli məhsullar təklif edən çoxlu sayda satıcınn və alıcının olduğu bazardır. Bu bazar inhisar və təkmil rəqabət bazarlarının arasında yerləşir. Bu səbəbdən onlarn müxtəlif xüsusiyyətlərini özündə birləşdirir. İnhisar-müəyyən məhsul və ya xidmətin yalnız bir şəxs və ya firma tərəfindən təqdim edildiyi haldır. Əgər firma istehsal etdiyi əmtəənin yeganə satıcısıdırsa və onun istehsal etdiyi məhsulun yaxın əvəzediciləri yoxdursa, onda

bu firmanın inhisarçı firma deyilir. İnhisarın yaranmasının əsas səbəbi bazara daxil olmanın qarşısını alan maneələrin olmasıdır.

İnhisarçı rəqabət bazarının inhisar ilə oxşar cəhətlərinə aiddir:

1. İnhisar-İnhisarçı rəqabətli firmada olduğu kimi marjinal gəlirin marjinal xərcdən artıq olduğu müddətdə məhsul buraxılışını artıraraq mənfəətini maksimallaşdıracaqdır.
2. İnhisar-İnhisarçı rəqabətli firmada olduğu kimi maksimum mənfəət əldə etmək istəyirlər P>ATC olsa, mənfəət var deməkdir.
3. İnhisar-İnhisarçı rəqabətli firmada olduğu kimi qısa müddətdə iqtisadi mənfəət əldə edilə bilinir.
4. İnhisar-İnhisarçı rəqabətli firmada olduğu kimi itirilmiş iqtisadi səmərəyə sahibdir.
5. İnhisar-İnhisarçı rəqabətli firmada olduğu kimi tələb əyrisi aşağı meyillənib.
6. İnhisar-İnhisarçı rəqabətli firmada olduğu kimi sosial cəhətdən səmərəsizdir.

İnhisarçı rəqabət bazarının inhisar ilə fərqli cəhətlərinə aiddir:

Tək bir satıcının məhsulu çox sayda alıcıya istehsal etdiyi / satdığı bazar quruluşuna inhisar deyilir. Bir çox satıcının çox sayda alıcıya fərqli məhsullar təqdim etdiyi rəqabətli bazar mühitinə inhisarçı rəqabət deyilir. İnhisar bazarında vahid satıcı / istehsalçı var, inhisarçı rəqabətdə iki ilə on və ya daha çox oyunçu ola bilər. İnhisar bazar strukturunda satıcı tərəfindən tək bir məhsul təklif olunur və həddindən artıq məhsul fərqliliyi mövcuddur. Əksinə, inhisarçı bir rəqabətdə fərqli satıcılar tərəfindən təklif olunan məhsul yaxın əvəzedicilər olduğundan və bu səbəbdən cüzi məhsul fərqliliyi var. İnhisar bazarında qiymətə nəzarət dərəcəsi xeyli olsa da tənzimlənir. Bunun əksinə olaraq, inhisarçı bir rəqabətdə qiymət üzərində müəyyən bir nəzarət var.İnhisar bazarında rəqabət mövcud deyil, firmalar arasında qeyri-qiymət rəqabəti səbəbindən sərt rəqabət olduğu halda, inhisar bazarında rəqabət mövcuddur. Məhsulun yaxın əvəzediciləri olmadığından inhisarda məhsula olan tələb elastik deyildir. İnhisarçı rəqabətdən fərqli olaraq, fərqli satıcılar tərəfindən təklif olunan məhsullar eyni deyil, oxşar olduğu üçün tələbi olduqca elastikdir. İnhisar:dövlət antiinhisar qanunları haqda qərarlar qəbul

edə bilir. İnhisar: istehsal həcmi azaıdıqda qimət qalxır.İnhisarcı rəqabət: firma öz məhsulunu fərqliləşdirdikdə qiymət qaldıra bilir.

48. İnhisarçı rəqabət bazarında mənfəət əldə edən firmanın qrafik təsvirini göstərin. Bazara yeni firma daxil olduqda, bunun əvvəlcədən bazarda olan firmaya necə təsir göstərəcəyini qrafik üzərində izah edin.10 bal.

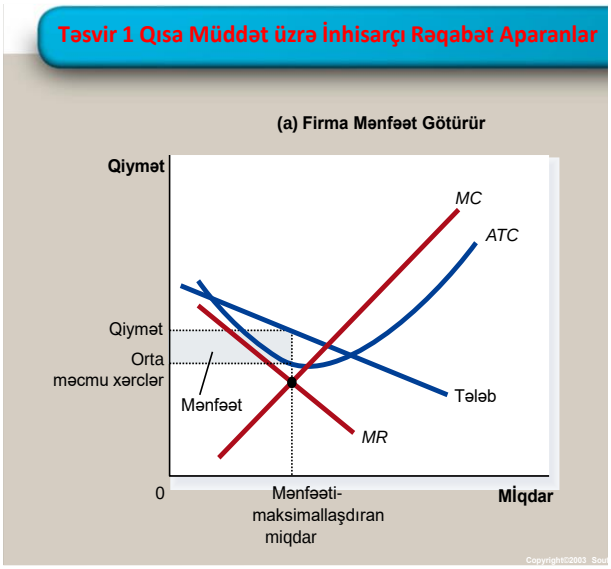
Bazara daxilolma:Qısa Müddət Üçün İnhisarçı Rəqabət Aparan Firma. Qısa-müddətli iqtisadi mənfəət firmalara bazara daxil olmağa stimul verir. Daxil olma:

1.Təklif olunan məhsulların sayını artırır.

2. Əvvəlcədən bazarda olan firmaların qarşılaşdığı tələbi azaldır.

3. Əvvəlcədən bazarda olan firmaların qarşılaşdığı tələb əyrisinin yeri sola doğru dəyişir. 4.Bu firmaların məhsullarına olan tələb azaldığından, bu firmaların mənfəəti də azalır.

İnhisarçı rəqabət aparanlar inhisarçılar kimi, marjinal gəlirin marjinal xərclərə bərabər olduğu (MR=MC) miqdarı istehsal etməklə mənfəət artırır. Qiymət orta məcmu xərclərdən yüksək (P >ATC) olduğu üçün firma mənfəət əldə edir.



Düzbucaqlı; sahə mənfəətimizdir. Hesablanması: (P-ATC)*Q

NÜMUNƏ: qiymət(P)=6 man/ orta məcmu xərc(ATC)=5 man /miqdar(Q)=2000 olsa

(P)6-(ATV)5=1

1*(Q)2000=2000 CAVAB:Mənfəət=2000 man

Mənfəət əldə edən firmanın qrafikində: tələb əyrisi(D), orta məcmu xərc əyrisindən yuxarıda yerləşməlidir.

49.(5)İnhisarçı rəqabət bazarının cəmiyyətin rifah halına təsirini izah edin.

İnhisarçı rəqabət bazarında yeni firmaların bazara daxil olması ilə bağlı həm müsbət həm də mənfi kanar təsirlər mövcuddur.

Səmərəsizliyin mənbələrindən biri marjinal xərclərdən yüksək əlavə qiymətin təyin olunmasıdır. Əlavə qiymətin təyin edilməsi səbəbindən əmtəəyə marjinal xərclərdən yüksək (lakin qiymətdən aşağı) dəyər verən bəzi alıcılar əmtəəni almaqdan imtina edə bilərlər. Beləliklə, inhisarçı rəqabət bazarları inhisarçı qiymətqoymadan irəli gələn normal itirilmiş iqtisadi səmərəyə malikdirlər.

Bu nəticənin, qiymətlə marjinal xarclərin bərabər olduğu ilk-ən yaxşı nəticə ilə müqayisədə arzuolunmaz olduğu aydın olsa da siyasətçilər üçün bu problemi çözmək asan deyil. Marjinal xərclərə bərabər qiymətqoymanı stimullaşdırmaq üçün siyasətçilərdən müxtəlif mahsullar istehsal edən bütün firmaları tənzimləmək tələb olunur. Belə məhsullar iqtisadiyyat üçün ümumi olduğundan belə tənzimləmənin yükü olduqca böyük olacaq.

İnhisarçı rəqabət aparanların tənzimlənməsi təbii inhisarçılığın tənzimlənməsi ilə bağlı bütün problemlərə səbəb olar. Xüsusilə, inhisarçı rəqabət aparanlar artıq indiki halda sıfır mənfəət əldə etdiklərindən, onlardan qiymətlərin marijinal xərclərə bərabər səviyyəyə endirilməsinin tələb edilməsi onların itkilərə məruz qalmasına səbəb olar. Bu firmaları biznesdə saxlamaq üçün hökumət bütün itkiləri aradan qaldırmaq üçün onlara yardımçı olmalıdır. Bu subsidiyaları ödəmək üçün vergiləri artırmaqdansa, siyasətçilər inhisarçı qiymətqoymadan irəli gələn səmərəsizliklə yaşamağın daha yaxşı olduğunu düşünə bilərlər.

İnhisarçı rəqabətin sosial cəhətdən səmərəsiz olmasının səbəblərindən biri bazardakı firmaların sayının “ideal” olmaması ola bilər. Yəni buraya həddən çox və ya həddən az daxil olanlar ola bilər. Bu problem haqqında fikirləşməyin bir yolu daxil olma ilə bağlı xarici təsirlərə əsaslanmaqdır. Yeni firma yeni məhsulla bazara daxil olarkən, yalnız əldə edəcəyi mənfəət haqqında düşünür. Lakin onun bazara daxil olması iki kənar təsirə səbəb olacaq:

- Məhsul müxtəlifliyi ilə bağlı kənar təsir: istehlakçılar yeni məhsuldan

istehlakçının izafi faydasını əldə etdiklərinə görə, yeni firmanın bazara daxil olması istehlakçılara müsbət kənar təsir göstərə bilər.

- Biznes "oğurluğu" ilə bağlı kənar təsir: yeni firmanın bazara daxil olması səbəbindən digər firmalar müştəriləri və mənfəəti itirdiyinə görə yeni firmanın bazara daxil olması artıq bazarda olan firmalara mənfi kənar təsir göstərir.

Kənar təsirlərdən hansının daha böyük olmasından asılı olaraq, inhisarçı rəqabət bazarında həm həddən artıq az, həm də həddən artıq çox məhsullar ola bilər.

Bu kənar təsirlərin hər ikisi inhisarçı rəqabət şərtləri ilə birbaşa sıx əlaqəyə malikdir. Məhsul müxtəlifliyi ilə bağlı kənar təsirlər yeni firmanın mövcud firmalardan fərqli məhsullar təklif etməsinə görə yaranır. Biznes "oğurluğu" ilə bağlı kənar təsirlər firmaların marjinal maya dəyərindan artıq qiymət təyin etdiklərinə və bu səbəbdən də, həmişə əlavə məhsul vahidləri satmağa çalışdıqlarına görə meydana çıxır. Bunun əksinə olaraq, mükəmməl rəqabət aparan firmalar eyni məhsullar istehsal etdiyinə və marjinal maya dəyərinə bərabər qiymət təyin etdiyinə görə mükəmməl rəqabətdə bu kənar təsirlərin heç biri mövcud deyildir.

Sonda inhisarçı rəqabət bazarlarının mükəmməl rəqabətli bazarlara xas olan xüsusiyyətlərə malik olmadığı qənaətinə gəlmək olar. Yəni, "gözəgörünməz əl" inhisarçı rəqabətdə məcmu izafi faydanın maksimallaşdırılmasını təmin etmir. Lakin, səmərəsizlikləri müəyyən etmək və dəyərləndirmək çətin olduğundan bazar fəaliyyətinin dövlət siyasəti vasitəsilə yaxşılaşdırılması çətindir.

50.İnhisarçı rəqabətli bazardakı firmanın mükəmməl rəqabətli bazardakı firma ilə müqayisəsini qrafik təsvirdən istifadə etməklə izah edin.10 bal.

İnhisarçı və mükəmməl rəqabət arasında 2 əsas fərq - əlavə istehsal imkanları və əlavə qiymət təyin edilməsi.

1. Əlavə İstehsal İmkanları:

- Uzun müddət üçün **mükəmməl rəqabətdə** firmalar əlavə istehsal imkanlarına **malik olmurlar.**

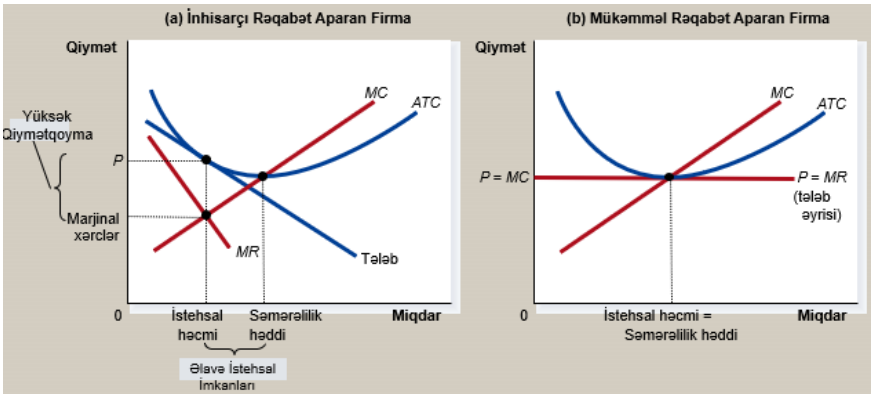
- Rəqabətli bazarlara sərbəst daxil olma firmaları minimum orta məcmu xərclərlə istehsala sövq edir ki, bu da firmanın səmərəlilik həddi adlandırılır.

- İnhisarçı rəqabətdə firmalar əlavə istehsal imkanlarına **malik olurlar.**

- Uzun müddət üçün **mükəmməl rəqabət** aparan firmalar **səmərəlilik həddində istehsal** etdiyi halda **inhisarçı rəqabət** aparan firmalar bu

səviyyədən **aşağı** istehsal edir.

Əlavə istehsal imkanları daxil olma və tərk etmə inhisarçı rəqabət bazarındakı hər bir firmanı onların tələb və orta məcmu xərc əyriləri arasındakı toxunma nöqtəsinə gətirir.Təsvirin (a) hissəsində, bu nöqtədə istehsal həcminin orta məcmu xərclərin minimum olduğu miqdar ilə müqayisədə az olduğu göstərilir. Beləliklə, inhisarçı rəqabətdə firmalar özlərinin orta məcmu xərclər əyrisinin aşağıya doğru meylli hissəsi üzərində istehsal edirlər. Belə halda inhisarçı rəqabət mükəmməl rəqabətlə ziddiyyət təşkil edir.Təsvirin (b) hissəsində göstərildiyi kimi, rəqabətli bazarlara sərbəst daxil olma firmaları minimum orta məcmu xərclərlə istehsala sövq edir.



Marjinal xərclərdən yüksək əlavə təyin edilməsi.Mükəmməl rəqabətlə inhisarçı rəqabət arasındakı ikinci fərq qiymətlə marjinal xərclər arasındakı əlaqədir. Təsvirin (b) hissəsində, rəqabət aparan firma üçün qiymət marjinai xərclərə bərabərdir. Təsvirin (a) hissəsində,inhisarçı rəqabət aparan firma üçün qiymət, firma həmişə müəyyən bazar gücünə malik olduğuna görə, marjinal xərcləri üstələyir.

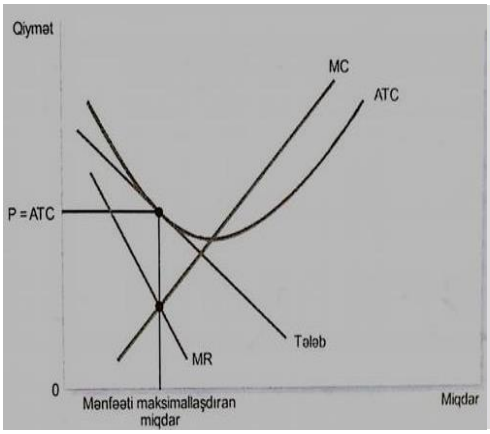
Marjinal xərclərdən yüksək əlavə qiymət təyin edilməsinin sərbəst daxil olma və sıfır mənfəətlə uyğuluğu:Sıfır mənfəət vəziyyəti qiymətin orta məcmu xərclərə bərabər olmasını təmin edir. Bu qiymətin marjinal xərclərə bərabər olmasını təmin etmir. Uzun müddətli tarazlıqda inhisarçı rəqabət aparan firmalar özlərinin orta məcmu xərclər əyrilərinin aşağıya doğru enən hissəsi üzərində fəaliyyət göstərir və marjinal xərclər orta məcmu xərclərdən az olur. Beləliklə, qiymətin orta məcmu xərclərə bərabər olması üçün qiymət marjinal xərclərdən yüksək olmalıdır.

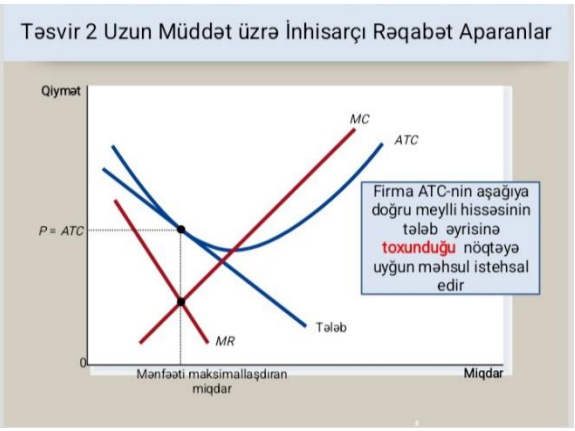
Qiymət və marjinal xərclər arasındakı əlaqədə mükəmməl rəqabət aparanlarla inhisarçı rəqabət aparanlar arasındakı başlıca **davranış fərqləri** görə bilərik.Fərz edək ki,təyin edilən hazırkı qiymətdə mal almağa hazır olan başqa bir müştəri var və onun gəlməsini istəyərikmi?Mükəmməl rəqabət aparan firma üçün heç bir fərq etməz.Marjinal xərclərə bərabər olduğundan, satılan hər əlavə məhsul vahidindən əldə edilən mənfəət sıfır olur. Bunun əksinə olaraq, inhisarçı rəqabət aparan firma əlavə bir müştəri tapmağa çalışacaq. Onun təyin etdiyi qiymət marjinal xərcləri üstələdiyindən, təyin edilən qiymətdə satılan hər əlavə məhsul vahidi daha böyük mənfəət deməkdir.

51. İnhisarçı rəqabətli bazardakı firmaların uzunmüddətli dövrdə fəaliyyətinin mahiyyətini qrafik əsasında izah edin.20 bal.

İnhisarçı rəqabət bir çox firmaların oxşar,lakin eyni olmayan məhsullar satdığı bazar quruluşudur.

Təsvirdə uzun müddət üçün tarazlıq göstərilmişdir. Bazar bu tarazlığa çatdıqda, yeni firmaların bazara daxil olması, bazarda olan firmaların isə bazarı tərk etməsi üçün heç bir stimul olmur.Təsvirdə tələb əyrisi orta məcmu xərc əyrisinə yalnız toxunur. Riyazi nöqteyi-nəzərdən iki əyrinin toxunan olduğunu deyə bilərik. Bu iki əyri, daxil olma və tərk etmə mənfəəti sıfıra endirdiyinə görə, toxunan olmalıdır. Hər satılan vahiddən əldə edilən mənfəət, qiymətlə orta məcmu xərclər arasındakı fərq olduğundan, maksimum mənfəət yalnız bu iki əyri kəsişmədən bir-birinə toxunduqda sıfır ola bilər.





İnhisarçı rəqabətli bazarda uzun müddət üçün iki xüsusiyyəti təsvir etmək olar:

İnhisarçı bazarda olduğu kimi, qiymət marjinal xərcləri üstələyir. Mənfəətin

maksimallaşdırılması marjinal gəlirin marjinal xərclərə bərabər olmasını tələb etdiyindən və aşağıya doğru meylli olan tələb əyrisi marjinal gəlirin qiymətdən az olmağına səbəb olduğundan bu nəticəyə gəlmək olar.

Rəqabətli bazarda olduğu kimi, qiymət orta məcmu xərclərə bərabər olur. Sərbəst daxil olma və tərk etmə iqtisadi mənfəəti sıfıra endirdiyindən bu nəticəyə gəlmək olar.

İkinci xüsusiyyət inhisarçı rəqabətin inhisardan necə fərqləndiyini göstərir. İnhisarçı vaxtı əvəzləyıcisi olmayan məhsulların yeganə satıcısı olduğuna görə,o hətta uzun müddət üçün müsbət iqtisadi mənfəət əldə edir. Əksinə, inhisarçı rəqabət bazarına sərbəst daxil olmaq imkanı olduğundan, bazarın bu növündə olan firmanın iqtisadi mənfəəti sıfıra enir.

52.(5bal)İnhisarçı rəqabət bazarının məzmununu və əsas xüsusiyyətlərini izah edin.

İNHİSARÇI RƏQABƏT : Bir çox firmaların oxşar, lakin eyni olmayan məhsullar satdığı bazar quruluşudur.İnhisarçı rəqabət, məhsulun diferensiallaşdırılması baxımından hər bir firmanın öz məhsulu üzərində müəyyən inhisar gücünə sahib olması ilə xarakterizə olunur: rəqiblərin hərəkətlərindən asılı olmayaraq qiymətini qaldıra və ya endirə bilər. Bu bazarda tarazlıq nöqtəsi marjinal gəlirin marjinal xərcə bərabər olan istehsal həcmində əldə edilir. Uzunmüddətli dövrdə bazar iştirakçılar mənfəət əldə edə bilmirlər. Çünki bazarda mənfəət yaranan kimi bazara yeni iştirakçılar daxil olur. Bazarda təklif çoxalır və qiymətlər aşağı enir. Bu o həddə qədər davam edir ki, qiymətlər orta xərclərə bərabərləşsin. Bu zaman bazara giriş dayanır.

İnhisarçı rəqabətin xüsusiyyətlərinə aiddir :

Bir çox satıcı: Müəyyən alıcı qrupları üzrə rəqabət aparan bir sıra firmalar mövcuddur

Fərqli məhsullar: Hər bir firma digər firmaların istehsal etdiyi məhsullardan bir az da olsa, fərqli məhsullar istehsal edir. Qiymətlə razılaşmaqdansa hər bır firma aşağıya doğru meylli tələb əyrisi ilə üzləşir.

Sərbəst giriş: Firmalar maneəsiz olaraq bazara daxil ola (və ya bazarı tərk edə bilər. Bazarda firmaların sayı iqtisadi mənfəət sıfıra düşənə qədər tənzimlənir.

Bu xüsusiyyətlər kitab CD filmləri, kompüter oyunları, restoranlar, piano dərslər, kökələr, mebel və s. Bazarında özünü biruzə verir.

53.(5bal)İnhisarçı rəqabətli bazarda reklam və əmtəə nişanından istifadə olunmasının istehsalçıya və istehlakçıya təsirini nümunələr əsasında izah edin.

Reklam satış üçün təklif olunan malların qiymətini, yeni malların buraxıldığını və pərakəndə satış yerləri haqqında məlumatı daşıyır. Bu məlumat müştəriyə nəyin almağın daha məqsədəuyğun olması barəsində seçim etmək imkanı verir. Belə davranış inhisarçı rəqabətin təbii xüsusiyyətidir. Firmalar fərqli məhsullar satdıqda və marjinal maya dəyərindən artıq qiymət təyin etdikdə, hər bir firma üçün alıcıları hər hansı bir məhsuluna cəlb etmək üçün reklam vermək stimulu yaranır.

Benham dövlət qanunlarındakı fərqlərdən reklam haqqında iki fikri sınaqdan keçirmək üçün təbi eksperiment kimi istifadə etmişdi. Reklam qadağan edilən ştatlarda bır eynək üçün orta qiymət 33 dollar idi. Reklam qadağan edilməyən ştatlarda isə orta qivmət 26 dollar idi. Beləliklə, reklam orta qiyməti 20%- dən çox azaltmışdı. Reklam eynək bazarında və güman ki, bir çox digər bazarlarda, rəqabətə şərait yaradır və istehlakçılar üçün daha aşağı qiymətlərə gətirib çıxarır.

Reklam **əmtəə nişanlarının** mövcudluğu ilə sıx əlaqədardır. Bir çox bazarlarda iki növ firmalar olur. Bəzi firmalar tanınmış əmtəə nişanı olan məhsullar satdığı halda, digərləri adi əvəzedicilər satır. Məsələn, tipik aptekdə rəfdə adi aspirinin yanında Baver aspirini görmək olar. Adi ərzaq mağazasında, tanış kolaların yanında Pepsiyə rast gəlmək olar. Əksər hallarda, əmtəə nişanı olan firma reklama daha çox pul xərcləyir və öz məhsulu üçün daha vüksək qiymət təyin edir. . Tanımadığınız bir şəhərdən keçdiyinizi və nahar etmək uçun dayanmaq istədivinizi təsəvvür edin. McDonald's və onun yanında yerli restoran görürsünüz. Əslində yerlı restoran aşağı qiymətə daha yaxşı yemək təklif edə bilər, lakin sizin bunu bilmək imkanınız yoxdıır. Əksinə, McDonald's birçox şəhərlərdə sabit məhsul təklif edir. Onun əmtəə nişanı sizə almaq istədiyiniz məhsulun keyfiyyətını qiymətləndirmək üçün faydalıdır.

McDonald's əmtəə nişanı, həmçinin, şirkətin keyfiyyəti saxlamaq istəyinə malik olduğunu göstərir. Məsələn, əgər bəzi müştərilər McDonald's- ın satdığı keyfiyyətsiz yeməkdən xəstələnərsə, bu xəbər şirkət üçün fəlakət olar. McDonald 's hamburgerı bahalı reklam sayəsində illər boyu qazandığı dəyərli adı itirə bilər. Nətıcə etibarı ilə, bu yalnız keyfiyyətsiz ərzağı satmış məntəqədə devil, ölkənin hər yerindəki bır çox məntəqələrdə satış və gəliri azalda bilər. Əksinə, müştərilər yerli restoranın yeməyindən xəstələnərsə, həmin restoran bağlana bilər, lakin bu halda itirilən mənfəət kiçik olar. Bu səbəbdən, McDonald's məhsullarının təhlükəsiz, olmasına daha çox cəhd göstərməlidir.

Əmtəə nişanlarının tənqidçiləri əmtəə nişanlarının istehlakçıların reklama məntiqsiz reaksiyası olduğunu iddia edirlər. Əmtəə nişanlarının tərəfdarları isə, əmtəə nişanı olan məhsulların keyfiyyətinə əmin olduqlarından, istehlakçıların onlara daha çox pul

xərcləmək üçün tutarlı səbəbləri olduğunu iddia edirlər.

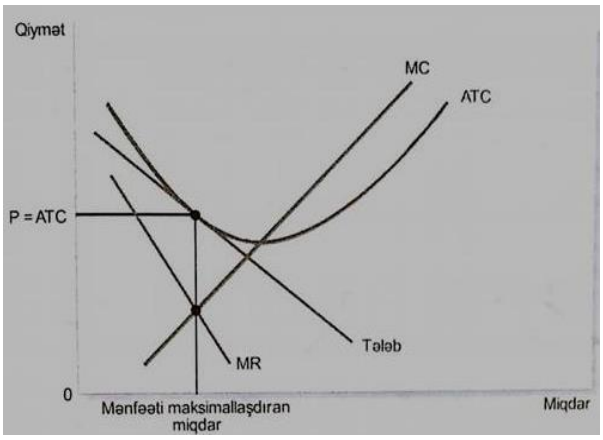
İnhisarçı rəqabət aparan firmalar fərqli mallar istehsal etdikləri üçün, hər bir firma istehlakçıları öz məhsullarına cəlb etmək məqsədi ilə reklamdan istifadə edir.

Reklam, müəyyən dərəcədə, istehlakçıların zövqlərinə təsir edir, əmtəə nişanına qarşı qeyri-rasional. loyallığı artırır və rəqabətə əngəl törədir. Bundan əlavə, reklam özündə məlumat daşıyır, etibarlı keyfiyyətə malik əmtəə nişanları yaradır və rəqabəti gucləndirir.

54.İnhisarçı rəqabət bazarında uzunmüddətli tarazlığı əks etdirən qrafiki çəkin. Qiymətin orta məcmu xərclər (ATC) və marjinal xərclərlə (MC) necə əlaqəli olduğunu izah edin. 20 bal

İNHİSARÇI RƏQABƏT bir çox firmaların oxşar,lakin eyni olmayan məhsullar satdığı bazar quruluşudur.

Təsvirdə uzun müddət üçün tarazlıq göstərilmişdir. Bazar bu tarazlığa çatdıqda, yeni firmaların bazara daxil olması, bazarda olan firmaların isə bazarı tərk etməsi üçün heç bir stimul olmur. Təsvirdə tələb əyrisi orta məcmu xərc əyrisinə yalnız toxunur. Riyazi nöqteyi-nəzərdən iki əyrinin toxunan olduğunu deyə bilərik. Bu iki əyri, daxil olma və tərk etmə mənfəəti sıfıra endirdiyinə görə, toxunan olmalıdır. Hər satılan vahiddən əldə edilən mənfəət, qiymətlə orta məcmu xərclər arasındakı fərq olduğundan, maksimum mənfəət yalnız bu iki əyri kəsişmədən bir-birinə toxunduqda sıfır ola bilər.



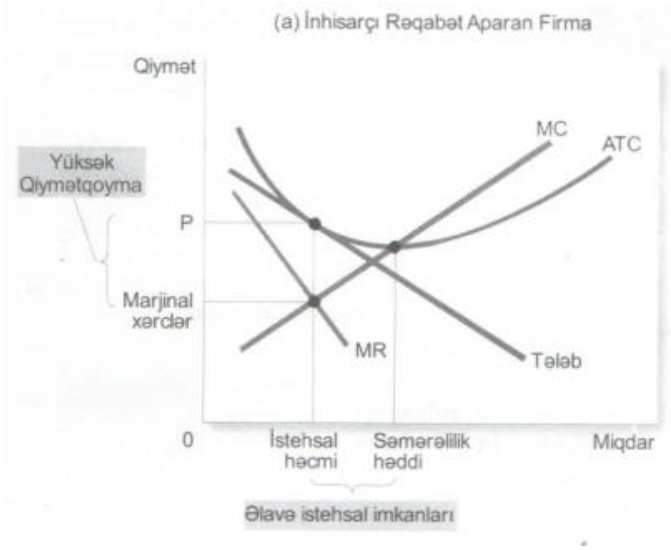
İnhisarçı rəqabətli bazarda uzun müddət üçün iki xüsusiyyəti təsvir etmək olar:

İnhisarçı bazarda olduğu kimi, qiymət marjinal xərcləri üstələyir. Mənfəətin

maksimallaşdırılması marjinal gəlirin marjinal xərclərə bərabər olmasını tələb etdiyindən və aşağıya doğru meylli olan tələb əyrisi marjinal gəlirin qiymətdən az olmağına səbəb olduğundan bu nəticəyə gəlmək olar.

Rəqabətli bazarda olduğu kimi, qiymət orta məcmu xərclərə bərabər olur. Sərbəst daxil olma və tərk etmə iqtisadi mənfəəti sıfıra endirdiyindən bu nəticəyə gəlmək olar.

İkinci xüsusiyyət inhisarçı rəqabətin inhisardan necə fərqləndiyini göstərir. İnhisarçı vaxtı əvəzləyıcisi olmayan məhsulların yeganə satıcısı olduğuna görə,o hətta uzun müddət üçün müsbət iqtisadi mənfəət əldə edir. Əksinə, inhisarçı rəqabət bazarına sərbəst daxil olmaq imkanı olduğundan, bazarın bu növündə olan firmanın iqtisadi mənfəəti sıfıra enir.



Təsvirdə, bu nöqtədə istehsal həcminin orta məcmu xərclərin minimum olduğu miqdar ilə müqayisədə az olduğu göstərilir.Beləliklə, inhisarçı rəqabətdə firmalar özlərinin orta məcmu xərclər əyrisinin aşağıya doğru meylli hissəsi üzərində istehsal edirlər. İnhisarçı rəqabət aparan firma üçün qiymət, firma həmişə müəyyən bazar gücünə malik olduğuna görə, marjinal xərcləri üstələyir.Uzun müddətli tarazlıqda inhisarçı rəqabət aparan firmalar özlərinin orta məcmu xərclər əyrilərinin aşağıya doğru enən hissəsi üzərində fəaliyyət göstərir və marjinai xərclər orta məcmu xərclərdən az olur. Beləliklə, qiymətin orta məcmu xərclərə bərabər olması üçün qiymət marjinal xərclərdən yüksək olmalıdır.

55.İnhisarçı rəqabətli bazardakı firmaların qısamüddətli dövrdə fəaliyyətinin mahiyyətini qrafik əsasında izah edin. 20 bal

İNHİSARÇI RƏQABƏT

bir çox firmaların oxşar,

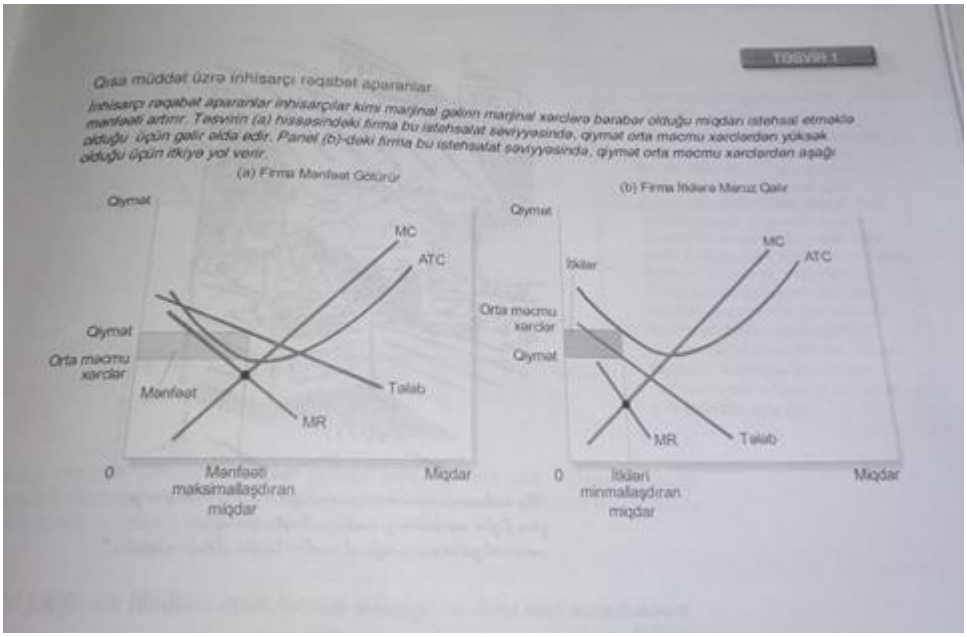
lakin eyni olmayan məhsullar

satdığ bazar quruluşudur

Qısa Müddət Üçün İnhisarçı Rəqabət Aparan Firma

İnhisarçı rəqabət bazarında hər bir firma bir çox cəhətlərinə görə inhisarçıya bənzəyir. Onun məhsulu digər firmalar tərəfindən təklif olunan məhsullardan fərqli olduğu üçün o, aşağıya doğru meylli tələb **əyrisi** ilə qarşılaşır. (Əksinə, mükəmməl rəqabət aparan firma bazar qiymətində üfüqi tələb əyrisi ilə qarşılaşır). Beləliklə, inhisarçı rəqabət aparan firma mənfəətin maksimallaşdırılması üçün inhisarçılıq qaydalarına əməl edir: O, marjmal gəlirlə marjinal xərcin bərabər olduğu miqdarı seçir və sonra həmin miqdara uyğun qiymət qoymaq üçün tələb əyrisindən istifadə edir.

Təsvir 1-də müxtəlit inhisarçı sənaye sahələrində olan iki tipik firma üçün xərc, tələb və marjinal gəlir əyriləri göstərilmişdir. Bu təsvirin hər iki hissəsində mənfəəti maksimallaşdıran miqdar marjinal gəlir və marjinal xərc əyrilərinin kəsişməsində müşahidə olunur. Bu təsvirdəki iki hissə firmanın mənfəəti üzrə müxtəlif nəticələri göstərir, (a) hissəsində qiymət orta məcmu xərcləri üstələyir, firma gəlir əldə edir, (b) hissəsində qiymət orta məcmu xərclərindən az olur. Bu halda firma müsbət mənfəət əldə edə bilmir və firmanın edə biləcəyi ən yaxşı şey itkilərini mümkün qədər azaltmaqdır.



Bütün bunlar sizə tanış görünə bilər. İnhisarçı rəqabət aparan firma miqdar və qiyməti inhisarçı ilə eyni qaydada seçir. Qısa müddət üçün bu iki növ bazar strukturu eynilik təşkil edir.

Mövzu 7.Kənar təsirlər

56.(10)Bazarın iflasının səbəblərindən biri kimi “kənar təsirlərin” mahiyyətini izah edin və kənar təsirlərdən olan mənfi və müsbət təsirləri nümunə göstərməklə və qrafik əsasında fikrinizi əsaslandırın.

Bazar iflasları "kənar təsirlər" adlanan ümumi kateqoriyaya daxildir. *Kənar təsir* bir şəxsin hərəkətlərinin ətrafdakıların rifahına kompensasiya olunmamış təsiridir. Kənar təsirlər bazarların səmərəsiz olmasına səbəb olur və bununla da məcmu izafi fayda **maksimallaşmır.** Hər hansı şəxs hər hansı bir fəaliyyət növü ilə məşğul olarkən bir şəxsin hərəkətlərinin ətrafdakıların rifahına təsir edərsə və bu təsirə görə heç kim ətrafdakıların rifahına kompensasiya ödəmədikdə və ya almadıqda kənar təsir meydana gəlir.

Əgər ətrafdakılara olan təsir mənfidirsə, buna mənfi kənar təsir deyilir. Əgər bu təsir müsbətdirsə buna müsbət kənar təsir deyilir.

MƏNFİ

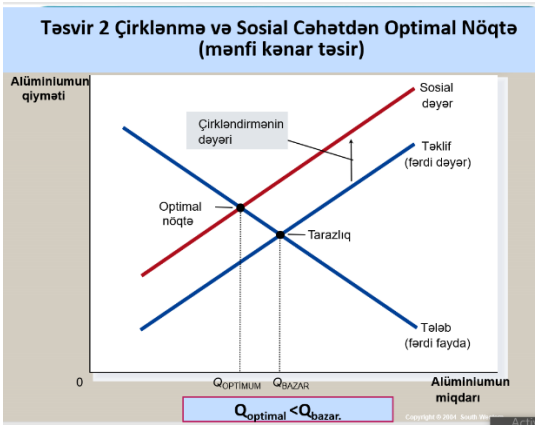
Gəlin təsəvvür edək ki, alüminium zavodları ətraf mühiti çirkləndirirlər: istehsal olunan hər bir alüminium vahidi müqabilində havaya müəyyən miqdarda tüstü buraxılır. Tüstü, hava ilə nəfəs alanların sağlamlığı üçün risk yaratdığından mənfi kənar təsirdir. Kənar təsirlər və bazarın səmərəsizliyi. **Mənfi kənar təsirlər** bazarların sosial cəhətdən arzu olunan miqdardan **daha çox istehsal** etməsinə səbəb olur. Kənar təsir ucbatından alüminiumu istehsal etmək cəmiyyətə alüminium istehsalçılarından daha baha başa gəlir.

Tələb və təklif əyriləri məsrəf və faydalar haqqında əhəmiyyətli məlumatları əks etdirir. əyrisi də alüminium istehsalının məsrəflərini göstərir. Hər hansı müəyyən miqdarda tələb əyrisinin hündürlüyü marjinal alıcının ödəməyə hazır olduğu məbləği göstərir .Təklif miqdarda **təklif** əyrisinin hündürlüyü marjinal **satıcının məsrəflərini** göstərir.

Təsvir 2-də alüminium istehsalının sosial dəyəri göstərilir. Sosial dəyər əyrisi təklif əyrisindən yuxarıdadır, çünki o, alüminium istehsalçıları tərəfindən cəmiyyətin üzərinə qoyulan kənar məsrəfləri də hesaba alır. Bu iki təklif əyrisi arasındakı **fərq çirklənmənin məsrəflərini** əks etdirir

Qeyd etmək lazımdır ki, alüminium istehsalının tarazlıq miqdarı, $Q_{BAZAR,}$ sosial cəhətdən optimal miqdardan, $Q_{OPTİMUM}$, artıqdır. Bu səmərəsizliyin səbəbi, bazar tarazlığının yalnız istehsalın fərdi məsrəflərini nəzərə almasıdır. Bazar tarazlığında, alüminium üçün marjinal istehlakçının faydası onun istehsalının sosial dəyərindən aşağıdır. Yəni, Q_{BAZAR} səviyyəsində, tələb əyrisi sosial dəyər əyrisindən aşağıda verləşir. Buna görə də, alüminium istehsalını və istehlakını bazar tarazlıq miqdarına nisbətən azaltmaqla ümumi iqtisadi rifahı artırmaq mümkündür.

Tələb əyrisinin sosial dəyər əyrisini kəsdiyi nöqtə **istehsalın optimal** miqdarını müəyyən edir. Sosial cəhətdən optimal miqdar istehsalın **tarazlıq** miqdarından ***azdır*.**



MÜSBƏT

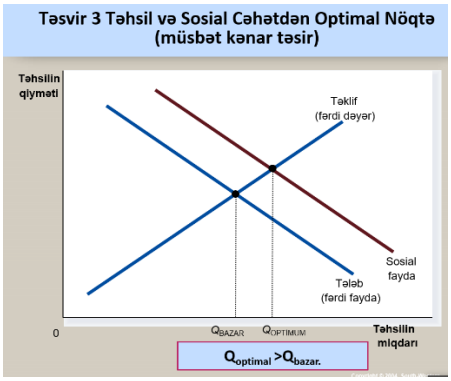
Bəzi fəaliyyət növləri ətrafdakılara mənfi təsir etsə də, digərləri fayda gətirir. Məsələn, təhsili nəzər salaq. Təhsil müsbət kənar təsir yaradır, çünki daha çox təhsili olan əhali daha yaxşı dövlətin olmasına, bu isə öz növbəsində, hər kəsin faydalanmasına səbəb olur. Təhsilin məhsuldarlığı artırması faydası hər zaman kənar təsir demək deyil: təhsilin istehlakçısı faydaların çox hissəsini yüksək əmək haqqı formasında əldə etmiş olur. Lakin, təhsilin məhsuldarlığı artırması faydası digər şəxslərə fayda gətirərsə, onda bu müsbət kənar təsir sayılmalıdır.

Müsbət kənar təsirlərin təhlili mənfi kənar təsirlərin təhlilinə bənzərdir. Təsvir 3-dən göründüyü kimi, tələb əyrisi əmtəənin cəmiyyət üçün faydasını əks etdirmir. Sosial fayda fərdi faydadan artıq olduğu üçün, sosial dəyər əyrisi tələb əyrisindən yuxarıda yerləşir. Optimal miqdar, sosial dəyər əyrisi ilə təklif əyrisinin (məsrəfləri ifadə edir) kəsişməsində müəyyən olunur. Beləliklə, sosial cəhətdən optimal miqdar fərdi bazarda müəyyən olunan miqdardan daha çoxdur.

Kənar təsir ətrafdakılara müsbət təsir göstərirsə, müsbət kənar təsir meydana çıxır. - Əmtəənin **sosial faydası** onun fərdi faydasından **artıqdır.** . Müsbət kənar təsirlər

bazarların sosial cəhətdən arzu olunan miqdardan daha az istehsal etməsinə səbəb olur.

Optimal miqdar sosial dəyər əyrisi ilə təklif əyrisinin kəsişməsində müəyyən olunur. **Sosial cəhətdən optimal miqdar** fərdi bazarda müəyyən olunan tarazlıq miqdarından **daha çoxdur.** $Q_{optimal} > Q_{bazar.}$**Bazar** sosial cəhətdən arzu olunan miqdardan **daha az istehsal** edir. Əmtəənin **sosial faydası** onun fərdi faydasından **daha çoxdur.**



57.(10) Kənar təsirin həllinə yönəlmiş dövlətin birbaşa tənzimləmə və bazar yönümlü siyasət tədbirlərinin mahiyyətini izah edin.

Kənar təsirlər bazarın səmərəsiz nəticə əldə etməsinə səbəb olduğu hallarda, dövlət **iki müxtəlif** formada hərəkət edə bilər.

Əmr və nəzarət siyasətləri birbaşa davranışların dəyişdirilməsinə yönəldilmişdir.

Bazar yönümlü siyasətlər isə fərdi qərar verənlərə problemi həll etmək üçün stimul verir

Tənzimləmə -Dövlət bəzi davranışları məcburi və ya qadağan etməklə kənar təsir problemini həll edə bilər. Məsələn, zəhərli kimyəvi maddələri su təchizatı sisteminə

tullamaq cinayətdir. Bu halda, cəmiyyətin kənar məsrəfləri, çirkləndiricinin faydasından qat-qat çoxdur. Buna görə də, dövlət əmr və nəzarət siyasəti vasitəsi ilə bu fəaliyyəti tam qadağan edir.Çirklənmənin digər bir çox növlərində isə, məsələ bu qədər də sadə deyil. Bəzi ətraf mühit tərəfdarlarının elan etdikləri məqsədlərinin əksinə olaraq, çirkləndirməni tam olaraq qadağan etmək qeyri-mümkündür. Məsələn, bütün nəqliyyat növləri - hətta atlar da - müəyyən arzu olunmayan çirkləndirici əlavə məhsul istehsal edir. Lakin bütün nəqliyyat növlərinin dövlət tərəfindən qadağan edilməsi mənasız olardı. Beləliklə, çirklənməni tam olaraq aradan qaldırmaq yerinə, cəmiyyət fayda və zərərləri qiymətləndirərək hansı növ və hansı miqdarda çirklənməyə icazə verilməsinə qərar verməlidir. Amerika Birləşmiş Ştatlarında, **Ətraf Mühitin Qorunması Agentliyi** (Environmental Protection Agency - **EPA)** ətraf mühiti qorumaq məqsədi ilə tənzimləyici qaydaların hazırlanması və tətbiq olunması ilə məşğul olan dövlət orqanıdır.Ətraf mühitin qorunmasının tənzimlənməsi müxtəlif formalarda ola bilər. Bəzən EPA zavodun buraxa biləcəyi maksimum çirklənmə həcmini müəyyən edir. Digər hallarda, EPA çirklənməni azaltmaq üçün firmalardan müəyyən texnologiyanı qəbul etmələrini tələb edir. Ümumiyyətlə, yaxşı qaydalar çıxartmaq üçün, dövlət orqanları hər bir sənaye sahəsi və onların istifadə edə biləcəyi alternativ texnologiyalar haqqında ətraflı məlumata sahib olmalıdır. Çox vaxt dövlət orqanları üçün bu cür informasiyanı əldə etmək çətindir.

Bazar Yönümlü Siyasətlər - Dövlət vergi və subsidiyalardan istifadə edərək fərdi stimulları sosial səmərəliliklə tarazlaşdıra bilər. Kənar təsirə cavab olaraq, davranışların tənzimlənməsi yerinə, dövlət bazar yönümlü siyasi tədbirlər həyata keçirməklə, fərdi stimulları sosial səmərəliliklə tarazlaşdıra bilər. Məsələn, biz əvvəl gördüyümüz kimi, dövlət mənfi kənar təsiri olan sahələrə vergi tətbiq edərək, müsbət kənar təsiri olan fəaliyyət növlərinə isə subsidiya verərək kənar təsirləri daxililəşdirə bilər. Mənfi kənar təsirlərin nəticələrini düzəltmək üçün qəbul olunan vergilər Piqo vergiləri adlanır.

58. (5 bal) Dövlət müdaxiləsi olmadan Kənar təsir probleminin həlli yollarını izah edin.

Kənar təsir bir şəxsin hərəkətlərinin ətrafdakıların rifahına kompensasiya olunmamış təsiridir. Kənar təsirlər bazarların səmərəsiz olmasına səbəb olsada , bunun həll olunması üçün hər zaman dövlətin müdaxiləsinə ehtiyac yoxdur. Bəzi hallarda , insanlar özləri fərdi həll yolları yarada bilərlər . Kənar təsirlərin fərdi həll yolları aşağıdakılardır:

1. **Əxlaq normalar və sanksiyalar**

Məsələn : Zibilləməyə qarşı qanunlar olsada, bunlar tam olaraq tətbiq olunmur. Əksər insanlar zibilləmənin yanlış olduğunu düşünürlər

Bu əxlaq norması bizi öz kərəkətlərimizin digər insanlara olan təsirini nəzərə almağa çağırır.

2. **Xeyriyyəçi təşkilatlar**

Məsələn: məqsədi ətraf mühiti qorumaq olan Sierra Klubu fərdi ianələrlə maliyyələşən ictimai təşkilatdır.

3. **Müxtəlif növ fəaliyyət sahələrinin birləşdirilməsi** . Məsələn: yan- yana işləyən alma bağbanı və arıçı, bunlar bir birinə müsbət kənar təsiri var: Arılar ağacdakı çiçəklərin yoxlanmasına kömək edir. Eyni zamanda, arılar alma agaclarından nektar toplayaraq bal istehsal edir.Buna baxmayaraq , bağban alma ağaclarının , arıçı da arıların sayini müəyyən edərkən musbet kənar təsiri nəzərə almırlar. Nəticədə bağban çox az alma ağacı əkir, arıçı da çox az arı yetişdirir.

4.Maraqlı tərəflərin müqavilə bağlanması. Yuxarıdakı misalda , alma bağbani ilə arıçı arasında müqavilənin bağlanması problemi həll edə bilər. Ağaclarin və arı pətəklərinin düzgün miqdarını müəyyən etməklə, müqavilə bu kənar təsirlərdən yaranan səmərəsizlikləri aradan qaldıra bilər və hər iki tərəf üçün faydalı ola bilər.

59. (5 bal) Piqo vergiləri nədir? Nə üçün iqtisadçılar , ətraf mühitin qorunması üçün Piqo vergilərini tənzimləmədən daha üstün tuturlar? İzah edin.

Mənfi kənar təsirin nəticəsini düzəltmək üçün tətbiq olunan vergidir.

Adətən iqtisadçılar çirklənmə problemini həll etmək üçün tənzimləmə yerine vergiləri üstün tuturlar, çünki vergilər cəmiyyət üçün daha az məsrəflerle çirklənməni azalda bilər. Bunu başa düşmək üçün bir misala baxaq. Təsəvvür edin ki, iki zavod - kağız fabriki və polad zavodu - hər ikisi çaya ildə 500 ton çirk axıdır. Ətraf Mühitin Qorunması

Agentliyi (EPA) qərara alır ki, çirklənmənin həcmi azalmalıdır. İki həll yolu nəzərdən keçirilir:

Zavoddan çirklənmə həcmini müəyyən miqdara qədər azaltmağı tələb edə bilər (**tənzimləmə**).

Hər bir ton tullantıya görə vergi qoya bilər **(Piqo vergisi).**

-EPA hər bir zavoda çirklənmə həcmini ildə 300 ton tullantıya qədər azaltmağı tələb edə bilər

-Piqo vergisi: EPA hər bir ton tullantıya görə 50 000 dollar vergi qoya bilər.

İqtisadçıların əksəriyyəti vergini üstün tutur. Onlar birinci olaraq göstərərdilər ki, çirklənmənin azaldılmasında vergi tənzimləmə ilə eyni dərəcədə təsirlidir. EPA vergini müvafiq səviyyədə tutmaqla çirklənməni istədiyi qədər azalda bilər. Daha yüksək vergi çirklənmənin daha çox azalmasına gətirib çıxarır. İqtisadçıların vergini üstün tutmalarının səbəbi onun çirklənməni daha səmərəli yolla azaltmasıdır. Tənzimləyici qaydalar hər bir zavodun çirklənməni eyni dərəcədə azaltmasmı tələb edir, lakin bu heç də suyun təmizlənməsinin ən ucuz yolu deyil. Kağız fabrikinin çirklənməni polad zavoduna nisbətən daha az xərclə azalda bilməsi mümkündür. Bu belədirsə, kağız fabriki vergi ödəməmək üçün çirklənməni daha çox azaldacaqdır. Polad zavodu isə çirklənməni daha az azaldacaq və daha çox vergi ödəyəcəkdir.

60.(5)Kənar təsir probleminin səmərəli həllinin Kouz teoremini nümunə əsasında izah edin.

Koas(kouz) Teoremi - əgər tərəflər sərvətlərin bölüşdürülməsi üzrə heç bir xərc çəkmədən sövdələşə bilərlərsə, onlar özləri kənar təsir problemini həll edə bilərlər.Koas teoreminə görə, əgər fərdi tərəflər sərvətlərin bölüşdürülməsi ilə bağlı sövdələşərkən heç bir xərc çəkməsələr, bu zaman fərdi bazar hər zaman kənar təsir problemini həll edə bilər və sərvətləri səmərəli şəkildə bölüşdürə bilərik.Koas teoreminin necə işlədiyini görmək üçün, bir nümunəyə baxaq. Təsəvvür edin ki, Diq adlı oğlanın Spot adlı iti var. Bu it tez-tez hürür və Diqin qonşusu Ceyni narahat edir. Diq itə sahib olmaqdan faydalanır, lakin itin Ceynə mənfi kənar təsiri var. Diq Spotu satmalıdır yoxsa Ceyn Spotun hürməsinə görə yuxusuz gecələr keçirməlidir?Əvvəlcə hansı nəticənin sosial cəhətdən səmərəli olduğunu düşünün. İctimai planlaşdırıcı iki alternativi nəzərdən keçirərək, Diqin itə sahib olmasından əldə etdiyi fayda ilə Ceynin

itin hürməsindən çəkdiyi zərəri müqayisə edəcəkdir. Əgər fayda zərərdən çoxdursa, Diq iti saxlamalıdır və Ceyn bu vəziyyətə dözməlidır. Lakin əgər zərər faydadan çoxdursa, onda Diq iti satmalıdır.Koas teoreminə görə, fərdi bazar özü özlüyündə səmərəli nəticə əldə edəcəkdir. Bəs necə? Ceyn Diqə pul təklif edərək iti satmasını istəyəcəkdir. Əgər Ceynin təklif etdiyi məbləğ Diqin iti saxlamaqdan əldə etdiyi faydadan çoxdursa, onda Diq təklifi qəbul edəcəkdir.Qiymətlə bağlı sövdələşməklə, Diq və Ceyn hər zaman səmərəli nəticə əldə edə bilərlər. Məsələn, təsəvvür edin ki, Diqin əldə etdiyi fayda 500 dollar məbləğində və Ceynin itin hürməsindən çəkdiyi zərər 800 dollar məbləğində ölçülür. Bu halda Ceyn Diqə 600 dollar təklif edərək iti satmasını istəyəcəkdir və Diq sevinərək bu təklifi qəbul edəcəkdir. Hər iki tərəf əvvəlkinə nisbətən daha çox fayda əldə edir və səmərəli nəticə əldə olunmuş olur.Əlbəttə, belə ola bilər ki, Ceyn Diqin qəbul edə biləcəyi məbləği təklif etmək istəməz. Məsələn, Diqin əldə etdiyi faydanın 1 000 dollar məbləğində, Ceynin zərərinin isə 800 məbləğində ölçüldüyünü təsəvvür edin. Bu halda, Diq 1 000 dollardan aşağı heç bir məbləği qəbul etməyəcək. Ceyn isə 800 dollardan yuxarı heç bir məbləği təklif etməyəcəkdir. Bu səbəbdən, nəticədə Diq iti satmayacaqdır. Lakin, bu fayda və zərərləri nəzərə aldıqda, əldə olunan nəticə səmərəlidir.Buraya qədər biz Diqin hürən it saxlamaq hüququ olduğunu qəbul etmişdik. Digər sözlərlə, biz qəbul etmişdik ki, Ceyn ona kifayət qədər pul təklif etmədiyi təqdirdə, Diq Spotu saxlaya bilər. Digər tərəfdən, əgər Ceynin sakitlik və rahatlıq içərisində yaşamaq hüququ olsa idi, nəticə necə dəyişərdi?Koas teoreminə görə, hüquqların ilkin bölüşdürülməsi, bazarın səmərəli nəticə əldə etmə qabiliyyətinə təsir etmir. Məsələn, təsəvvür edin ki, Ceyn hüquqi yolla Diqin iti satmasına nail oldu. Bu hüquq Ceynin xeyrinə işləsə də, nəticə dəyişməyəcəkdir. Bu halda, Diq Ceynə pul təklif etməklə iti saxlaya bilər. Əgər iti saxlamağın Diq üçün faydası, itin hürməsinin Ceyn üçün zərərindən çoxdursa, Diq və Ceyn sövdələşərək Diqin iti saxlaması ilə bağlı razılaşa bilərlər.Diq və Ceynin hüquqların ilkin olaraq necə bölüşdürülməsindən asılı olmayaraq səmərəli nəticə əldə edə bilmələrinə baxmayaraq, hüquqların ilkin bölünməsi mənasız deyil: bu iqtisadi rifahın bölünməsini müəyyən edir. Diqin hürən it saxlamaq hüququ və ya Ceynin sakit və rahat yaşamaq hüququnun olması kimin sövdələşmədə son sözü deməsini müəyyən edir. Lakin, hər iki halda, tərəflər sövdələşərək kənar təsir problemini həll edə bilərlər. Diq iti yalnız faydanın zərərdən çox olduğu halda saxlayacaqdır.Fikirlərimizi ümumiləşdirək: Koas teoreminə görə fərdi iqtisadi tərəflər öz aralarında kənar təsir problemini həll edə bilərlər. Hüquqların ilkin bölüşdürülməsindən asılı olmayaraq, maraqlı tərəflər hər zaman hər kəs üçiin faydalı olan nəticəni əldə edən razılaşmaya gələ bilərlər və bu nəticə səmərəli olacaqdır.

Sövdələşmə xərcləri - sövdələşməni razılaşarkən və həyata keçirərkən tərəflərin çəkdiyi xərclərdir.

Mövzu 8.İctimai əmtəə və ortaq sərvətlər

61.(5) " İstehlakı qadağan edilə bilən" əmtəə və "istifadə edildikcə tükənən" əmtəə dedikdə nə nəzərdə tutulur? Pizza istehlakı qadağan edilə bilən əmtəədirmi? Bəs pizza istifadə edildikcə tükənəndirmi?

İSTEHLAKI QADAĞAN EDİLƏ BİLƏN ƏMTƏƏ- belə əmtəələrin hər hansı şəxs tərəfindən istehlakının qarşısı alına bilər

İSTEHLAK EDİLDİKCƏ TÜKƏNƏN ƏMTƏƏ - bir şəxsin əmtəəni istehlak etməsi digərlərinin həmin əmtəədən istehlak imkanlarını məhdudlaşdırır.

Özəl əmtəələrin istehlakı qadağan edilə bilər və istifadə edildikcə tükənəndirlər. Məsələn pizza misalını yenə nəzərdən keçirək. Pizza istehlakı qadağan edilə bilər: hər hansı şəxsin pizza yeməsinə mane olmaq olar. Sadəcə olaraq həmin şəxsə pizza verməyə bilərsən. Pizza həmçinin istifadə edildikcə tükənəndir: belə ki, bir şəxs pizzanı yeyirsə digər şəxs həmin pizzanı yeyə bilməz

Əmtəələrin Dörd Növü

Istehlakı qadağan edilə bilərmi?	Istifadə etdikçə tükənən əmtəədirmi? Bəli	Xeyr
Bəli	Özəl Əmtəələr • Dondurma . Paltar •Tıxaclı ödənişli yollar	Təbii İnhisarlar •Yanğından mühafizə •Kabel televizıyası •Tıxaclı olmayan ödənişli yollar
Xeyr	Ortaq Sərvətlər •Okeandakı balıqlar Məşğulluq	İctimai Əmtəələr •Tufana qarşı xəbərdarlıq siqnalı • Milli müdafiə

•Tıxaclı ödənişsiz yollar	•Tıxaclı olmayan ödənışsiz yöllar

62. Ortaq sərvətlərin tərifini deyin və ona aid misal göstərin. Dövlət müdaxiləsi olmadıqda insanlar ortaq sərvətlərdən ifrat dərəcədə və ya çox az miqdarda istifadə edəcəklər? Nə üçün?

Ortaq sərvətlərin, məsələn, ictimai əmtəənin istehlakı qadağan edilə bilən deyil: kim onlardan istifadə etmək istəsə, pulsuz istifadə edə bilər. Lakin ortaq sərvətlər istehlak edildikdə tükənəndirlər: bir şəxsin ortaq sərvətlərdən istifadə etməsi digər insanların istifadə imkanlarını azaldır. Beləliklə, ortaq sərvətlər yeni bir problemin yaranmasına səbəb olur. Belə bir sərvət yaradıldıqdan sonra siyasətçilər ondan hansı miqdarda istifadə edilməsində nəzarətdə saxlamalıdırlar. Bu problem Ortaqların Faciəsi adlanan klassik rəvayətdə öz əksini daha gözəl tapıb.

Balina və digər Heyvanlar Bir çox heyvan növləri ortaq sərvətlərdir. Balıq və balinaların, məsələn, bazar dəyəri var və hər kəs okeana gedərək onları ovlaya bilər. Heç bir ovçunun bu heyvanları ovlamayıb gələn ilə saxlamaqda marağı yoxdur. Otlaqlardan ifrat istifadə Ortaq Şəhəri məhv etdiyi kimi, ifrat balıq və balina ovu da qiymətli dəniz sərvətlərini məhv edə bilər.

Ortaqların Faciəsi gözəl, ibrətamiz bir hekayədir: əgər bir şəxs ortaq sərvətdən istifadə edirsə, onda digər şəxslərin istifadəsi üçün həmin sərvətdən daha az qalır. Ətrafdakılara bu mənfi kənar təsir nəticəsində ortaq sərvətlər ifrat dərəcədə istifadə olunur. Dövlət ortaq sərvətlərin ifrat istifadəsinin qarşısını almaq üçün tənzimləmə və ya vergilərdən istifadə edə bilər. Bəzən isə dövlət ortaq sərvəti özəl əmtəəyə çevirə bilər.

Ortaq sərvətlərdən həddən artıq istifadə edirlər. Dövlət adətən ya şəxslərin davranışını tənzimləyir və ya israfçılığın qarşısını almaq üçün cərimə tətbiq edir

Mövzu 9.İstehsal amilləri bazarı

63)Firmanın istehsal funksiyası ilə əməyin marjinal məhsuldarlığı arasındakı əlaqəni cədvəl məlumatları əsasında izah edin.10 bal.

Cədvəl 1 Rəqabət Aparan Firma Nə Qədər İşçi Qüvvəsindən İstifadə Etməyi Necə Qərara Alır (Bir kisə almanın qiyməti: P= 10 dollar)

Əmək	İstehsal	Əməyin Marjinal Məhsuldarlığı	Əməyin Marjinal Məhsuldarlığının Dəyəri	Əmək haqqı	Marjinal Mənfəət
L (işçilərin sayı)	Q (həftəlik kisələrin sayı)	MPL = ΔQ/ΔL (həftəlik kisələrin sayı)	VMPL = P * MPL	Ə	ΔMənfəət = VMPL - Ə
0	0				
		100	$1 000	$500	$500
1	100				
		80	800	500	300
2	180				
		60	600	500	100
3	240				
		40	400	500	-100
4	280				
		20	200	500	-300
5	300				

İstehsal funksiyası istehsal amilləri ilə (alma toplayanlar), istehsal olunan əmtəənin miqdarı (alma) arasındakı əlaqəni göstərir. İstehsal amilinin miqdarı artdıqca, istehsal funksiyası getdikcə daha yastı olur. Bu da azalan marjinal məhsuldarlıq qanununu əks etdirir. İstehsal Funksiyası və İşçi Qüvvəsinin Cədvəldən də gördüyümüz kimi , Hər yeni gələn işçi özündən əvvəlkindən daha az miqdarda məhsul istehsal edir .1 işçi 100 kisə məhsul (alma) istehsal edərkən 2nci yeni gələn işçi yalnız 80 kisə məhsul istehsal etmiş olur . Buna əməyin azalan marjinal məhsuldarlığı deyilir(MPL＝△Q/△L=(Q2-Q1)/(L2-L1)

marjinal məhsuldarlığı - əlavə bir vahid əməkdən əldə olunan istehsalın artım miqdarıdır.MPL = ΔQ/ΔL MPL = (Q2 – Q1)/(L2 – L1)

Azalan Marjinal Məhsuldarlıq: 1. İşçilərin sayı artdıqca, işçi qüvvəsinin marjinal məhsuldarlığı azalır. 2. İşçilərin sayı artdıqca, yeni gələn hər bir işçi əvvəlki işçilərdən daha az məhsuldar olur. 3. İstehsal amilinin miqdarı artdıqca, istehsal funksiyası getdikcə daha yastı olur.

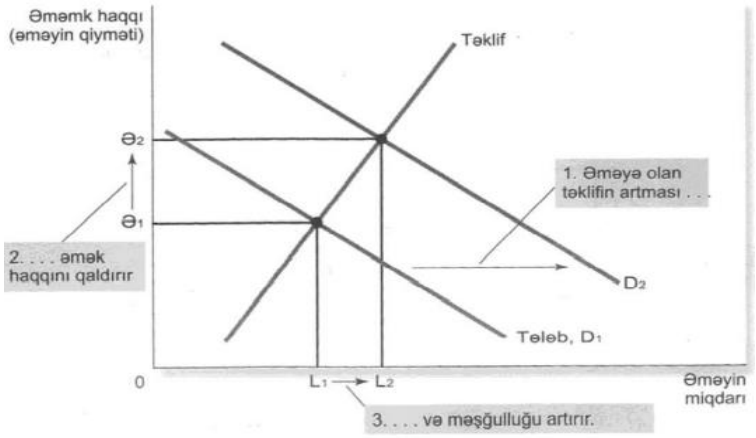
(HƏR BİRİ DOĞRUDUR 3ÜNDƏN 1 YAZILMALIDIR ƏN AZI , 3NDƏ YAZMAQ VACİB DEYİL)

Marjinal məhsuldarlığın dəyərl istehsal amilinin marjinal məhsuldarlığı ilə istehsal olunan əmtəənin qiymətinin hasilinə bərabərdir. = MPL × P. Mənfəətini maksimallaşdıran firma daha çox alma deyil, daha çox mənfəət ilə maraqlanır. Neçə işçi işə götürmək qərarını verərkən, firma, hər bir işçinin əlavə nə qədər

mənfəət gətirəcəyi ilə maraqlanır. Mənfəət məcmu gəlirlə, məcmu xərcİərin fərqinə bərabər olduğu üçün, əlavə işçinin gətirdiyi Marjinal mənfəət bu işçinin gəlirə etdiyi əlavə ilə işçinin əmək haqqı arasındakı fərqə bərabərdir. △Mənfəət═ VMPL-Ə

Rəqabət aparan və mənfəətini maksimallaşdıran firma, marjinal məhsuldarlığın dəyəri işçi qüvvəsinin əmək haqqına bərabər olana qədər işçi işə götürür : VMPL = əmək haqqı

64)Əməyin təklif əyrisinin yerdəyişməsinin mahiyyətini qrafik üzərində izah edin və buna səbəb ola biləcək iki nümunə göstərin. 10 bal.



Təsvir 6.Əməyə olan Tələb Əyrisinin Yerdəyişməsi

Əməyə olan Tələb Əyrisinin Yerdəyişməsi. Əmək tələb əyrisi D1-dən D2-yə öz yerini dəyişdikdə (məsələn, firmaların istehsal etdiyi əmtəənin qiymətinin qalxması nəticəsində), tarazlıq əmək haqqı Ə1-dən Ə2-yə artır və məşğulluq L1-dən L2-yə artır. 22 Yenə də, əmək haqqında baş verən dəyişiklik, əməyin marjinal məhsuldarlığının dəyərinin dəyişməsini əks etdirir: əmtəə qiymətləri qalxdıqda, əlavə bir işçinin işə götürülməsindən əldə olunan əmtəənin dəyəri artır. Bu təhlil göstərir ki, firmaların mənfəətliliyi çox vaxt işçilərin aldığı əmək haqqı ilə birbaşa bağlıdır. Əməyə olan tələbin artması: 1.Nəticəsində firmalar üçün daha çox işçi işə götürmək gəlirli olur; 2.Əmək haqqını qaldırır; 3. Marjinal məhsuldarlığın dəyərinin artmasına səbəb olur; 4.Yeni tarazlıq yaradır.

Qiymətlərin çox dəyişkən olduğu sənayelərdə işləyən işçilər bunu çox yaxşı bilirlər. Məsələn, neft sənayesində işləyənlər bilirlər ki, onların gəlirləri dünya bazarındakı xam neftin qiymətindən çox asılıdır. İstehsal edilən məhsulun qiymətinin qalxmadından başqa, tələb əyrisi o zaman yerdəyişməyə uğrayır ki ; 1.Digər İstehsal Amillərinin Təklifi Hər hansı bir istehsal amilinin mövcud olan miqdarı, digər bir istehsal amilinin marjinal məhsuldarlığına təsir edə bilər. Məsələn, nərdivan təklifinin azalması, alma toplayanların marjinal məhsuldarlığını və alma toplayanlara olan tələbi azaldacaqdır 2.Texnoloji Tərəqqi 1960-cı ildən 2000-ci ilədək, ABŞ-da tipik işçinin bir saat ərzindəki məhsuldarlığı texnoloji tərəqqi nəticəsində 140 faiz artmışdır. Əməyin məhsuldarlığının artmasının ən əsas səbəbi texnoloji tərəqqidir: alimlər və mühəndislər mütəmadi olaraq yeni və daha mükəmməl istehsal texnologiyaları kəşf edirlər. Bunun işçi qüvvəsi bazarına əhəmiyyətli təsiri vardır. Texnoloji tərəqqi əməyin marjinal məhsuldarlığını artırır, bu isə öz növbəsində əməyə olan tələbi artırır

65(10)Əməyin təklif əyrisinin yerdəyişməsinin mahiyyətini qrafik üzərində izah edin və buna səbəb ola biləcək iki nümunə göstərin

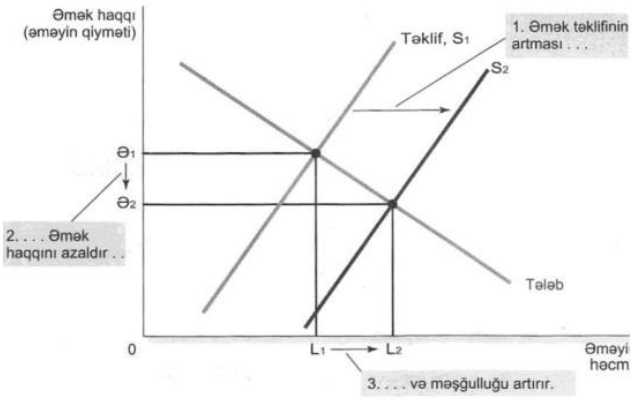
Əmək bazarında tarazlıq:Əməyə olan tələb və təklif birlikdə tarazlıq əmək haqqını müəyyən edir.

Əmək təklif əyrisi S1-dən S2-yə öz yerini dəyişdikdə (məsələn, yeni işçilərin ölkəyə immiqrasiyası nəticəsində), tarazlıq əmək haqqı Ə1dən Ə2-yə düşür. Əmək haqqı daha aşağı olduğu üçün, firmalar daha çox işçi işə götürür və buna görə də ümumi məşğulluq L1-dən L2-yə artır. Əmək haqqının dəyişməsi əməyin marjinal məhsuldarlığının dəyərinin dəyişməsini əks etdirir: işçilərin sayı artdıqca, hər bir əlavə işçinin işə götürülməsindən əldə olunan əlavə əmtəə istehsalı daha az olur.

Əmək təklifində artım: 1. İşçi qüvvəsinin izafiliyi ilə nəticələnir; 2.Nəticədə əmək haqqı azalır;3.Nəticədə firmalar üçün daha çox işçi işə götürmək gəlirli olur;4. Azalan marjinal məhsuldarlıqla nəticələnir; 5. Marjinal məhsuldarlığın dəyərinin azalmasına səbəb olur; 6. Yeni tarazlıq yaradır.

Əmək təklifi əyrisinin yerdəyişməsinin digər səbəbləri : 1.Zövqlərin dəyişməsi 1950-ci ildə qadınların 34 faizi ödənişli işdə işləyirdi və ya bu cür iş axtarırdı. 2000-ci ildə bu rəqəm 60 faizə yüksəlmişdir. Bu cür dəyişikliyin sözsüz ki, bir çox izahı vardır. Bu izahatlardan biri də zövqlərin, və ya işə münasibətin dəyişməsidir. Bir neçə nəsil bundan əvvəl, qadınlar üçün evdə qalmaq və uşaqları böyütmək bir qayda kimi qəbul olunurdu. Bu gün ailələr daha az nəfərdən 20 ibarət olur və daha çox analar işləməyi

üstün tuturlar. Bunların nəticəsində əmək təklifi artmış olur. **2.Alternativ İmkanların Dəyişməsi** Hər hansı bir əmək bazarında əmək təklifinin dəyişməsi, digər əmək bazarlarında olan alternativ imkanlardan asılıdır. Məsələn, qəflətən armud toplayanların aldığı əmək haqqı artarsa, bəzi alma toplayanlar öz işlərini dəyişmək qərarına gələ bilərlər. Bunun nəticəsində alma toplayanların əmək bazarında, alma toplayanların təklifi azalacaq.



66. Hər hansı bir firma üçün əməyin marjinal məhsuldarlığı ilə həmin firmanın marjinal məhsuldarlığının dəyəri arasındakı əlaqəni izah edin. 5 bal

Əməyin marjinal məhsuldarlığı - əlavə bir vahid əməkdən əldə olunan istehsalın artım miqdarıdır.MPL = □Q/□L MPL = (Q2 – Q1)/(L2 – L1)

Firmaya gələn hər yeni gələn işçi daha az məhsuldar olduğu üçün , buna azalan marjinal məhsuldarlıq deyilir.

Marjinat məhsuldarlığın dəyərl istehsal amilinin marjinal məhsuldarlığı ilə istehsal olunan əmtəənin qiymətinin hasilinə bərabərdir.VMPL = MPL □ P.

MPL=VMPL/△P

Burada △-Dəyişmə(delta) Q═İstehsal miqdarı P═Malın Qiyməti MPL═Əməyin Marjinal Məhsuldarlığı VMPL═Marjinal məhsuldarlıq dəyəridir .

Qrafikdən və düsturdan da gördüyümüz kimi Əməyin marjinal məhsuldarlığı ilə düz mütənasib asılıdır . Yəni MPL azaldıqca VMPL də azalır. Müəyyən həddən sonra VMPL<Ə olmamaq üçün firmalar işçi sayını VMPL═Ə həddində götürürlər .

Əmək	İstehsal	Əməyin Marjinal Məhsuldarlığı	Əməyin Marjinal Məhsuldarlığının Dəyəri	Əmək haqqı	Marjinal Mənfəət
L (işçilərin sayı)	Q (həftəlik kisələrin sayı)	MPL = ΔQ/ΔL (həftəlik kisələrin sayı)	VMPL = P * MPL	Ə	ΔMənfəət = VMPL - Ə
0	0				
		100	$1 000	$500	$500
1	100				
		80	800	500	300
2	180				
		60	600	500	100
3	240				
		40	400	500	-100
4	280				
		20	200	500	-300
5	300				

67. Bir ölkənin əhalisi kütləvi immiqrasiya nəticəsində qəflətən artarsa, həmin ölkədə əmək haqları, habelə torpaq və kapital sahiblərinin əldə etdikləri icarə haqları necə dəyişər? İzah edin.5 bal.

İşçilər hər hansı bir əmək haqqı səviyyəsində təklif etdikləri əməyin miqdarını dəyişdirdikdə, əməyin təklif əyrisi yerini dəyişir. Bu cür yerdəyişməyə səbəb ola biləcək hallardan biri immiqrasiyadır.

İmmiqrasiya bir ölkənin vətəndaşının həmişəlik və ya bir müddətə digər ölkəyə iş axtarmaq məqsədi ilə, siyasi və dini səbəblərə görə köçməsi.

İmmiqrantlar Amerika Birləşmiş Ştatlarına gəldikdə, əmək təklifi artır və immiqrantın gəldiyi ölkədə əmək təklifi azalır. Əslində, immiqrasiya siyasəti üzərində edilən mübahisələrin böyük bir hissəsi, immiqrasiyanın əmək təklifi və əmək bazarında olan tarazlığa etdiyi təsiri haqqındadır. Təsəvvür edin ki, immiqrasiya nəticəsində alma toplayan işçilərin sayı artır. İşçi qüvvəsinin izafiliyi alma toplayanların əmək haqlarının aşağı düşməsinə səbəb olur. Bunun nəticəsində firmalar üçün işçilərin sayını artırmaq mənfəətli olur. Hər bir alma bağında işləyən alma toplayanların sayı artdıqca, hər bir işçinin marjinal məhsuldarlığı və öz növbəsində marjinal məhsuldarlığın dəyəri azalır.

İstehsal prosesində torpaq və əmək birlikdə istifadə edildiyi üçün, işçilərin sayının artması, çox əhəmiyyətli istehsal amili olan torpaq bazarına təsir edir. Torpağı əkib becərən işçilərin çox olması hər bir əlavə torpaq sahəsindən daha çox məhsul əldə olunmasına səbəb olur. Başqa sözlə, torpağın marjinal məhsuldarlığı artır.

Kütləvi immiqrasiyadan sonrakı dövrdə əmək haqları təqribən iki dəfə azalar,

torpağın icarə haqqı isə 50 faizədək artar.

68. İstehsal amili kimi torpağı xarakterizə edin və torpaq bazarındakı tarazlığı qrafik əsasında izah edin.5 bal.

İstehsal amilləri (torpaq və kapital) sahibinin amil üzərindəki mülkiyyət hüququnun reallaşdırılması yolları (alternativ variantlar):

1. Resursdan özü istifadə edir;

2. İcarəyə verir;

3. Satır.

REAL AMİL GƏLİRİ – resursun tarazlı qiymətinin onun tarazlı həcminə hasilinə bərabərdir

Torpağın birdəfəlik sahibliyini əldə etmək üçün ödənilməli olan məbləğə alış qiyməti deyilir.

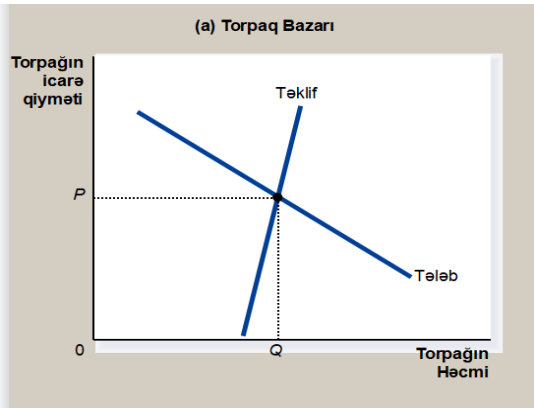
İcarə qiyməti isə, istehsal amilini müvəqqəti olaraq istifadə etmək üçün ödənilməli olan məbləğdir.

Torpağın icarə qiymətləri tələb və təklif əsasında müəyyən olunur.

Firma torpağın miqdarını o vaxta qədər artırır ki, onların marjinal məhsuldarlıqlarının dəyəri həmin istehsal amilinin qiymətinə bərabər olsun.

Hər bir istehsal amilinin icarə qiyməti, həmin istehsal amilinin marjinal məhsuldarlığının dəyərinə bərabər olmalıdır.

Onlar hər biri istehsal prosesinə etdikləri marjinal əlavənin dəyəri qədər gəlir gətirirlər.



Təsvirdə göstərildiyi kimi, torpaq sahibinin əldə etdikləri gəlirləri tələb və təklif müəyyən edir.

Hər bir istehsal amilinə olan tələb isə öz növbəsində həmin amilin marjinal məhsuldarlığının dəyərindən asılıdır.

69. Əmək bazarına aid məsələ.20 bal.

Firma istehsal həcmini elə müəyyən edirki, istehsal olunan əmtəənin qiyməti istehsalın marjinal xərclərinə bərabər olsun.Firma əməyin miqdarını elə müəyyən edir ki, əmək haqqı əməyin marjinal məhsuldarlığının dəyərinə bərabər olsun. İstehsal funksiyası, istehsal amili miqdarı ilə istehsal olunan əmtəənin miqdarı arasında əlaqə yaratdığı üçün, firmanın istehsal amilləri haqqında verdiyi qərarının, onun istehsal olunan əmtəənin miqdarı haqqında verdiyi qərarla çox sıx əlaqəli olması təəccüb doğurmamalıdır. Əslində bu qərarlar bir medalın iki üzü kimidir.

Bu əlaqəni daha aydın görmək üçün, əməyin marjinal məhsuldarlığı (MPL) ilə marjinal xərclərinin (MC) əlaqəsinə nəzər yetirək. Təsəvvür edin ki, əlavə bir işçi əldə etmək üçün çəkilən xərclər 500 dollardır və bu işçinin marjinal məhsuldarlığı 50 kisə almadır. Bu halda, əlavə 50 kisə almanın xərci 500 dollardır; yəni bir kisənin xərci 500/50, və ya 10 dollardır. Daha ümumi halda, əmək haqqını Ə, əməyin marjinal məhsuldarlığını MPL ilə işarə etsək, istehsal olunan əmtəənin marjinal məsrəfi MC = Ə/MPL kimi hesablana bilər.

Bu təhlildən görünür ki, azalan marjinal məhsuldarlıq, artan marjinal xərclərlə yaxından əlaqəlidir. Alma bağında həddindən artıq işçi olduqda, hər bir əlavə işçinin alma istehsalına etdiyi əlavə daha az olur (MPL azalır). Buna bənzər olaraq,alma istehsal edən firma, istehsal olunan almaların miqdarını artırdıqda, almabağında həddindən artıq işçi olduğu üçün əlavə alma istehsal etməyin xərci artır (MC artır).

İndi isə mənfəətin maksimaliaşdırılması şərtinə baxaq. Daha əvvəl müəyyən etdik ki, mənfəətini maksimallaşdıran firma əmək miqdarını elə seçir ki, marjinal

məhsuldarlığın dəyəri (P * MPL) əmək haqqına (Ə) bərabər olsun. Bunu riyazi olaraq belə yaza bilərik.

P*×*MPL*=*Ə Bu bərabərliyin hər iki tərəfini *MPL-ə* bölsək

***P* = *Ə/MPL*.**

Yuxarıda qeyd etdik ki, *Ə/MPL* marjinal məsrəfə *(MC)* bərabərdir.Nəticədə: ***P* = *MC*.**

Bu bərabərliyə əsasən firmanın istehsal etdiyi əmtəənin qiyməti, onun bir ədəd əmtəə istehsalının marjinal xərclərinə bərabərdir.

Beləliklə, mükəmməl rəqabət aparan firma, marjinal məhsuldarlığın dəyərinin əmək haqqına bərabər olduğu həddə qədər işçi işə götürür və eyni zamanda marjinal məsrəfin əmtəənin qiymətinə bərabər olduğu həddə qədər məhsul istehsal edir. P = MC

Mövzu 10.Gəlirlər və ayrı-seçkilik

70.(5)Təhsil hansı mənada kapitalın bir növü hesab edilir? Fikrinizi nümunə əsasında izah edin

Kapitalın digər növləri kimi, təhsil də investisiya qoyuluşu hesabına formalaşır və məqsəd də gələcəkdə əmək məhsuldarlığını artırmaqdır. Lakin, kapitalın başqa formalarına qoyulan sərmayədən fərqli olaraq, təhsilə qoyulan sərmayə xüsusi bir şəxslə bağlıdır və məhz bu bağlılığa görə ona insan kapitalı deyilir. insan kapitalı daha yüksək olan işçilər, insan kapitalı az olanlara nisbətən daha yüksək əmək haqqı alırlar. Məsələn, Birləşmiş Ştatlarda kollec məzinləri olan işçilər yalnız orta məktəbi bitirmiş işçilərdən demək olar ki, iki dəfə çox əmək haqqı alırlar.

Tədqiqatların coxu sübut etmişdir ki, yüksək ixtisaslı işçilər və aşağı ixtisaslı işçilərin gəlirləri arasındakı fərqlər son iyirmi ildə xeyli artmışdır

1980-ci ildə bir kollec təhsili olan kişi kollec dərəcəsi olmayan kişidən orta hesabla 44 faiz çox qazanırdı; 2000-ci ilə qədər bu fərq 89 faizədək artmışdı. Qadınlar üçün isə, kollecdə oxumaq 1980-ci ildə gəlirlərin 35 faiz fərqlənməsinin səbəbi idisə, 2000-ci ildə kollec təhsilinin faydası gəlirlərdəki fərqin 70 faizədək artmasına səbəb olmuşdu.

Müxtəlif təhsil səviyyəsinə malik insanların gəlirlərindəki belə böyük fərqlər dünyanın bütün ölkələrində mövcuddur. Əmək haqlarındakı bu fərqlər, yüksək təhsilli işçilərin nisbətən az rast gəlindiyi inkişaf etməkdə olan ölkələrdə özünü daha kəskin şəkildə büruzə verir. Təhsil səviyyəsinin artmasının, əmək haqlarınn yüksəlməsinə təsirini daha yaxşı başa düşmək üçün, tələb və təklif modelindən istifadə etmək lazımdır. Müəssisələr-əməyi tələb edənlər - əmək məhsuldarlığı daha yüksək olduğuna görə yüksək təhsillilərə daha çox əmək haqqı verirlər. İşçilər - əməyi təklif edənlər gələcəkdə onlara daha yüksək əmək haqqı almaq imkanı verdiyindən, öz təhsillərini artırmaq üçün pul xərcləməyə razı olurlar.

71.(5)İşçilərin tələb və təklifi tarazlaşdıran səviyyədən yuxarı əmək haqları almasının üç əsas səbəbini göstərin və izah edin.

Bunun nə üçün belə olmasının üç əsas səbəbi var.

- 1. Minimum əmək haqqı qanunları
- 2. Həmkarlar ittifaqlarının bazardakı nüfuzu
- 3. Səmərəli əmək haqları

Tarazlıqdan yüksək əmək haqqının meydana çıxmasının birinci səbəbi minimum əmək haqqı qanunları ilə əlaqədardırlar. İşçilərin coxunun əmək haqlarına bu qanunların təsiri olmur, çünki onlarm tarazlıq əmək minimum əmək haqqından yüksəkdir. Lakin, bəzi işçilər, xüsusilə daha az ixtisaslı və təcrübəli işçilər üçün minimum əmək haqqı qanunlarının əhəmiyyəti böyükdür.

Əmək haqlarının tarazlıq səviyyəsindən yuxarıda olmasının ikinci səbəbi həmkarlar ittifaqlarının bazardakı nüfuzudur. Həmkarlar ittifaqı, işçilərin əmək haqları və iş şəraiti ilə bağı iş verənlərlə danışıqlar aparan və işçilərin mənafeyini təmsil edən bir təşkilatdır. Həmkarlar ittifaqları adətən, əmək haqlarının ittifaqların möcud olmadığı haldakı əmək haqlarına nisbətən daha yüksək olamsına səbəb olurlar. Bunun da səbəbi həmkarlar itti faqlarının iş verənləri tətil edir.

TƏTİL - işçi qüvvəsinin həmkarlar ittifaqı tərəfindən iş prosesindən uzaqlaşdırılmasıdır. Tədqiqatlar göstərir ki, həmkarlar ittifaqına daxil olan işçilər lakin heç bir həmkarlar ittifaqına üzv olmayan işçilərə nisbətən 10 faizdən 20 faizə qədər çox əmək haqqı alırlar.

Tarazlıqdan yuxarı əmək haqlarının mövcudluğunun üçüncü səbəbi səmərəli əmək haqlarıdır. **SƏMƏRƏLİ ƏMƏK HAQLARI-** müəssisələr tərəfindən işçinin məhsuldarlığını artırmaq üçün verilən tarazlıqdan yüksək əmək haqlarıdır

Bu halda firma yüksək əmək haqqını ona görə verir ki, bir çox hallarda yüksək əmək haqqı, yüksək əmək məhsuldarlığına gətirib çıxarır və deməli iqtisadi cəhətdən səmərəli hesab edilir. Yüksək əmək haqqı, işçi qüvvəsinin müəssisədən axınının qarşısını ala, işçilərin işə can yandırmalarını artıra və həmçinin, daha qabiliyyətli işçiləri müəssisəyə cəlb edə bilər. Əgər bu mövqe dorudursa, onda bəzi müəssisələr işçilərinə onlarm digər yerlərdə qazana biləcəklərindən daha yüksək əmək haqqı verərlər.

72.(5)İşçilərin xüsusiyyətlərindən asılı olaraq əmək haqlarının fərqləndiyini izah edin.

Təhsilin artması işçilərin əmək məhsuldarlığının artmasına və deməli, həm də əmək haqlarının artmasına səbəb olur. iqtisadçılar firmaların təhsildən bir işarə kimi istifadə edərək işçiləri yüksək qabiliyyətli və aşağı qabiliyyətli işçilərə ayırmaları barədə alternativ nəzəriyyəni təklif etmişlər. Bu alternativ baxışa görə, məsələn, insanlar kollec dərəcəsi aldıqda heç də hökmən onların məhsuldarlığı artmır, lakin kollec diplomu onların gələcək iş verənlərinə yüksək qabiliyyətin ola biləcəyi işarəsi rolunu oynayır. Yüksək qabiliyyətli insanlar üçün kollec təhsili almaq asan olduğu üçün, daha çox qabiliyyətli insanlar kollec təhsilini başa vururlar . Nədticədə, kollec təhsili firmalar üçün yüksək qabiliyyətə işarə kimi qəbul edilir.

Təəccüblü deyil ki, daha çox çalışan, daha məhsuldar olan işçilər, həm də daha yüksək əmək haqqı alırlar. Müəyyən mənada, müəssələr işçilərin əmək haqqını onların əmək məhsuldarlığına əsasən çirçaşa müəyyən edirlər. Məsələn, satış işçisi satdığı mallardan əldə edilən gəlirin müəyyən faizi qədər əmək haqqı alır. Digər hallarda isə, əmək haqqı ilə çalışqanlıq arasındakı əlaqə daha mürəkkəbdir, məsələn daha yaxşı işləyən işçilər mükafatlandırılır və digər pul mükafatları alırlar.Əməyin iqtisadiyyatı ilə məşğul olan iqtisadçılar, əmək haqlarını tədqiq edərkən işçinin əmək haqqını ölçülə bilən kəmiyyətlərlə - peşə təliminə sərf edilən illərlə, təcrübə, yaş və işin xüsusiyyətləri ilə əlaqələndirirlər. Nəzəriyyənin dediyi kimi, bütün bu ölçülə bilən kəmiyyətlər işçinin əmək haqqına təsir göstərsə də, bunlar əmək haqlarında olan fərqlərin heç yarısını belə izah edə bilmirlər.

Mövzu 11.Gəlirlərin qeyri-bərabərliyi və yoxsulluq

73.(5)Qeyri-bərabərlik səviyyəsini müəyyən edərkən, gəlirdəki müvəqqəti fərqlər və həyat dövrü ilə bağlı fərqlərin nə üçün çətinlik yaratdığını izah edin.

Qeyri-bərabərlik səviyyəsinin ölçülməsi zamanı ona maneə törədən bəzi amillər var . Bunlara (İqtisadi) Həyat dövrü, Gəlirlərdəki müvəqqəti fərqlər ,natura formasında (qeyri-maddi) müavinətlər və s. aid edilir .Həyat dövrü - insanın həyatı boyu gəlir dəyişikliklərinin sxemidir.

Gəlirlər insanların həyatı boyu dəyişir. Gənc, xüsusilə məktəbdə oxuyan işçi aşağı gəlirlərə malik olur. İşçi təkmilləşdikcə və təcrübə topladıqca gəlir yüksəlir, təxminən 50 yaşında ən yüksək səviyyəsinə çatır və işçi təxminən 65 yaşında təqaüdə çıxdıqda dərhal azalır. Gəlir dəyişikliklərinin müntəzəm forması həyat dövrü adlanır.

İnsanın gəlirləri yalnız onun həyatı boyu dəyişmir .Həmçinin bu dəyişikliklər müvəqqəti xarakter də daşıya bilər . Gəlirlərdəki müvəqqəti fərqləri başa düşmək üçün misal gətirək . Bir il ərzində yağan yağış norma daxilində olduğunda fermer bol məhsul yığır və bu da onun gəlirinin yüksək olmasına gətirib çıxarır . Amma bu o demək deyil ki , onun hər il gəliri bu ilki kimi olacaq . Gələn il ifrat rütubət nəticəsində və ya quraqlıq baş verərsə fermer məhsulsuz qala bilər . Bu halda o nəinki az gəlir qazana hətta pul itirə bilər . Buna görə də fermer artıq qazandığı pula qənat edə və ya borc verə bilər ki , bu onun özünü sığortalaması üçün bir vasitədir . Məhz yuxarıda sadaladığımız bu amillər (Həyat dövrü , gəlirlərdəki müvəqqəti fərqlər) dəyişkən xarakter daşıdığından,onlar qeyri bərabərlik səviyyəsini müəyyən etməkdə problem yaradır . Çünki qeyri-bərabərlik səviyyəsinin ölçülməsi zamanı orta illik gəlirlərdən istifadə edilir ki borc alıb-vermək , kredit götürmək , həyat dövründəki maddi vəziyyətin dəyişməsi kimi amillər illik gəlirlərin hesablançasına çətinlik törədir.

74.(5 bal)Yoxsulluğun azaldılmasına yönəlmiş siyasətin məzmununu əsas istiqamətlərini izah edin.

Dövlətlər əhalinin qeyri-bərabərliyini azaltmaq məqsədi ilə müxtəlif layihələr həyata keçirirlər .Bunlardan ən vacibi isə yoxsulluğun aradan qaldırılması ilə bağlı siyasətdir . Bu siyasətin əsas məzmunu yoxsulluğun aradan qaldırılması , qeyri-bərabərliyin azaldılması , əhalinin sosial vəziyyətinin yaxşılaşdırılması , yoxsulların həyatının stimullaşdırılması, ölkənin inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsidir.Bu siyasətlərin hər biri müəyyən ailələrə yoxsulluqdan azad olmaqda yardımçı olsa da, onlar nəzərdə tutulmayan təsirlərə də malik olurlar. Gəlirlər artdıqca, maliyyə yardımı azaldığından yoxsullar çox yüksək olan effektiv vergi dərəcəsi ilə üzləşirlər.

Belə yüksək vergi dərəcələri yoxsul ailələri öz sayələrində yoxsulluqdan azad olmaq istəyini azaldır.

Yoxsullara yardım məqsədi daşıyan müxtəlif siyasətlər mövcuddur:

1. Minimum əmək haqqı qanunları
2. Sosial təminat
3. Neqativ gəlir vergisi
4. Natura formasında müavinətlər

- Minimum əmək haqları tərəfdarları, onu dövlət üçün hər hansı zərər olmadan işləyən yoxsullara yardım kimi qəbul edirlər. Tənqidçilər isə bu qanunların yardım edilməli olanlara ziyan vurduğunu göstərirlər. Minimum əmək haqlarının təsirinin müqayisə dərəcəsi əsas etibarilə əməyə **olan tələbin elastikliyindən** asılıdır. Yüksək minimum əmək haqlarının tərəfdarları, ixtisassız işçi qüvvəsinə olan tələbin nisbətən qeyri-elastik olduğunu və bu səbəbdən yüksək minimum əmək haqlarının məşğulluğa az təsir edəcəyini iddia edirlər.
-
- Sosial təminat
- Hökumət üçün yoxsulların həyat səviyyəsini yaxşılaşdırmağın yollarından biri onların gəlirlərini artırmaqdır. Hökumət bunu ilkin olaraq sosial təminat sistemi vasitəsilə həyata keçirir.
- ***Sosial təminat*** sistemi ehtiyacı olanların gəlirlərinin artırılması üzrə müxtəlif dövlət proqramlarını əhatə edən geniş termindir.
    - Ehtiyacı olan Ailələrə Müvəqqəti Yardım (EAMY)
    - Əlavə Müdafiə Gəlirləri (ƏMG)

Neqativ Gəlir Vergisi

- ***Neqativ gəlir vergisi*** yüksək gəlirli ailələrdən vergi tutan, gəlirləri az olan ailələrə isə müavinət verən vergi sistemidir. Yüksək gəlirli ailələr gəlirlərinə görə vergi ödəməlidirlər. Yoxsul ailələr ehtiyacları olduğunu göstərmədən maliyyə yardımı ala bilərlər.
-

Natura Formasında Müavinətlər

Natura formasında müavinətlər nağd pul formasında deyil, əmtəə və xidmət formasında yoxsullara verilən müavinətlərdir.Ərzaq talonları və Medicaid bu müavinətlərə misaldır. Natura formasında müavinətlərin tərəfdarları, bu müavinətlərin yoxsulları **ən çox ehtiyacı** olduqları nemətlərlə təmin etdiyini iddia edirlər.

75.(10 bal)Utilitaristlər, liberal və libertarianlar gəlir qeyri-bərabərliyinin hansı səviyyədə yol verilən olduğunu müəyyən edir? Fikrinizi nümunələr əsasında izah edin.

Siyasi Fəlsəfədə Üç Məktəb

1. Utilitarizm

2. Liberalizm

3. Libertarianizm

Siyasi fəlsəfədə məşhur məktəblərdən biri utilitarizmdir. Gəlirin təkrar bölüşdürülməsi ilə bağlı utilitarların fikirləri azalan marjinal fayda fərziyyəsinə əsaslanır. Yoxsul şəxsin əlavə bir dollar gəlirdən əldə etdiyi fayda, varlı şəxsin əlavə bir dollardan əldə etdiyi faydadan daha böyükdür. Başqa sözlə desək, insanın gəlirləri artdıqca əlavə bir dollar gəlirdən əldə edilən əlavə fayda azalır. Bu inandırıcı fərziyyə, utilitarların məcmu faydanı maksimallaşdırmaq məqsədi ilə birlikdə hökumətin gəlirlərin daha bərabər bölüşdürülməsinə nail olmağa çalışmalı olduğunu nəzərdə tutur. İlk baxışda bu utilitar arqumentin, dövlətin cəmiyyətdə hər bir kəs tam bərabər gəlirlərə malik olana qədər gəlirləri təkrar bölüşdürməli olduğunu nəzərdə tutduğunu düşünmək olar. Əslində isə bu belə deyil. Utilitaristlər Ekonomiksin On Prinsipindən birini - İnsanların stimullara cavab verdiyini qəbul etdiklərinə görə, gəlirlərin tam eyniləşdirilməsini rədd edirlər. Vergilər stimulları pozur və itirilmiş iqtisadi səmərəyə səbəb olur. Bu halda insanlarrın çox işləməsini təmin edəcək heç bir stimul olmaz. Onlar az işlədikdə isə cəmiyyətin gəlirləri azalar və bununla məcmu fayda da azalmış olar. Məşhur hekayə utilitaristlərin məntiqinə aydınlıq gətirir. Təsəvvür edin ki, Piter və Pol səhranın müxtəlif yerlərdə olan susuz səyahətçidirlər. Piterin olduğu yerdə çoxlu su var; Polun olduğu yerdə isə azdır. təsəvvür edin ki, hökumətin deşik bir vedrəsi var və suyu bir yerdən digər yerə daşımağa çalışdıqda suyun bir hissəsi yolda itir. Bu halda utilitarist hökumət Polun nə qədər susuz və vedrənin deşiyinin nə qədər böyük olmasından asılı olaraq yenə də Piterdən Pola su daşımağa cəhd edə bilər. Lakin, deşik bir vedrə ilə utilitar hökumət tam bərabərliyə nail olmağa müvəffəq olmayacaq.

Liberalizmə görə dövlət siyasətini müəyyən edərkən, biz cəmiyyətdə ən pis vəziyyətdə yaşayan insanın rifahını yaxşılaşdırmağa çalışmalıyıq. Bu o deməkdir ki, Liberaizm utilitaristlərin etdiyi kimi hamının ümumi faydasını maksimallaşdırmaqdansa, minimum faydanı

maksimallaşdırmağı üstün tutur.Filosof Roulsun bu qaydası “maksimin kriteriyası” adlandırılır. Maksimin kriteriyası ən yoxsul insanı diqqət mərkəzinə aldığına görə, o, gəlir bölgüsünü bərabərləşdirmək məqsədi daşıyan dövlət siyasətlərini ədalətli edir. Lakin, maksimin kriteriyası tam bərabər cəmiyyətə gətirib çıxarmır. Əgər hökumət gəlirləri tam bərabərləşdirsə söz verərsə insanların çox işləmək stimulları və məcmu gəlir utilitarizmdəki kimi olar. Bununla belə, Roulsun fəlsəfəsi yalnız cəmiyyətin ən pis vəziyyətdə yaşayan üzvlərinə yönəldiyindən, utilitaristlərə nisbətən daha çox təkrar gəlir bölgüsü tələb edir.Onun təklif etdiyi xəyali eksperimentə görə, bizə gəlirlərin təkrar bölüşdürülməsini sosial sığortanın bir forması kimi nəzərə almaq imkanı verir. Cəhalət pərdəsi arxasındakı çıxış vəziyyəti perspektivindən gəlirlərin təkrar bölüşdürülməsi sığorta polisinə bənzəyir. Ev sahibləri özlərini evlərinin yanması riskindən qorumaq üçün yanğın sığortası alırlar. Eyni şəkildə biz cəmiyyət olaraq yoxsulların gəlirlərini artırmaq üçün, varlılardan vergi tutan siyasətləri seçərkən özümüzü yoxsul ailənin üzvü olmaq ehtimalından sığortalamış oluruq. İnsanlar riski xoşlamadığına görə, bizim üçün bu sığortanı təmin edən cəmiyyətdə dünyaya gəlmək bizim üçün xoş olardı.

> Utilitarist və Liberalların və əksinə olaraq, libertarianlar cəmiyyətin özünün heç bir gəlir əldə etmədiyini, yalnız cəmiyyətin ayrı-ayrı üzvlərinin gəlir əldə etdiyini iddia edirlər. Libertarianlara görə dövlət müəyyən gəlir bölgüsünə nail olmaq üçün bəzi fərdlərdən alıb digərlərinə verməməlidir. Hər bir şəxsin əldə etdikləri yalnız nəyinsə əvəzində və ya hədiyyə olaraq digərlərindən aldıqlarıdır. Təsəvvür edin ki, oxuduğunuz iqtisadiyyat kursunda qiymətlərin düzgünlüyünü qiymətləndirmək xahiş olunub. Bu halda siz özünüzü cəhalət pərdəsi arxasında təsəvvür edərək hər tələbənin istedad və bacarığını bilmədən qiymət bölgüsü seçərdinizmi? Bəs tələbələrə qiymətlərin verilməsi prosesinin nəticədə meydana çıxan bölgünün bərabər və ya qeyri-bərabər olmasını nəzərə almadan ədalətli olmasını təmin edərdinizmi? Qiymətlərlə bağlı halda libertarianların ən azından nəticələr üzrə prosesi diqqət mərkəzinə alması qətidir. Libertarianlar fürsətlərin bərabərliyinin, gəlirlərin bərabərliyindən daha vacib olması qənaətinə gəlirlər