

Мавзу: Истеъмолчилар хатти - харакати

Режа:

- 1.Истеъмолчи афзалиги
- 2. Истеъмолчи бюджетининг чекланганлиги
- 3. Истеъмолчи оптимал танлови.

1. Истеъмолчи афзаллиги

- Истеъмолчининг максимал даражада эҳтиёжларини қондириши ёки турмуш фаровонлиги даражаси **нафлик** дейилади.
- Истеъмол назариясида неъмат – бу истеъмолчининг эҳтиёжини қондира оладиган ҳар қандай истеъмол объектиdir.
- Неъматнинг нафлиги – неъматнинг инсон эҳтиёжини қондира олиш хусусисиятиdir.

Истеъмол назариясида тахминлар ўринлидир.

Биринчи тахмин:

шундан иборатки, бунда истеъмолчилар барча неъматларни бир-бiri билан солиширига олади. Яъни истеъмолчи иккита А ва В неъматлар мажмуаларидан А мажмуани В га нисбатан устун қуиши ёки аксинча В мажмуани А мажмуадан устун билиши ёки иккала мажмуани бир хил нафга эга деб қараши мумкин. $A=B$

Иккинчи тахмин:

- **харидорнинг товар танлашдаги фикрининг мутаносиблиги (транзитивлиги).** Бунда истеъмолчи товарлар тўпламини (гуруҳини) бир-бири билан солиштириб бориб, улардан энг маъқул кўрганини танлаб олади. Масалан, А турдаги товар гуруҳини В дан афзал кўрса, В ни С дан афзал кўради ва ҳоказо. Масалан, енгил автомобилларни маркалари бўйича солиштириб бориш ва уларда бирини маъқул кўриш мумкин.

A>B; B>C;  A>C

Учинчи тахмин

шундан иборатки бунда «товар баҳосини ҳисобга олмай барча товарлар яхши, уларни харид қилса бўлади» деб айтиш мумкин. Истеъмолчилар ҳар доим кам миқдордан кўп миқдорда бўлган товарни афзал қўради. Биз бунда атроф муҳитга зарар етказувчи товарларга ахамият бермаймиз, чунки харидорлар бундай товарлардан имконият борича юз ўгиради.

Нафлиқ функцияси.

$$\textcircled{1} \quad U=f(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

- Бу ерда U – нафлиқ даражаси;
- x_1, x_2, \dots, x_n – неъматлар ҳажми.
- Агар чанқаган инсон бир стакан сувни хоҳиш билан ичади, иккинчи стакан сув унга биринчи стакан каби наф бермайди, учинчи стакан эса иккинчисига нисбатан камроқ наф беради.
- Бу ерда **умумий** наф ошиб боради, лекин ҳар бир кейинги стакан сувдан оладиган наф камайиб боради, натижада **чекли нафликнинг** камайиши кузатилади.

Атроф мухит омиллари.

- Дастлабки талаб даражаси
- Иқтисодий истиқбол
- Моддий техника таъминоти
- Фан-техника тараққиёти
- Сиёсий воқеалар
- Рақобатчилар фаолияти

Харид қилишни ташкил этишнинг хусусиятлари.

- Ташкил этиш мақсади
- Сиёсий курсатмалар
- Иш юритиш усуллари
- Ташкилий тузилиш
- Ички ташкилий тузилиш.

ХАРИДОРЛАР

Ўзаро шахсий муносабатлар омиллари.

- Харидорларнинг хуқуқий мақоми
- Бошқа шахс, харидор ўрнига узини қуя билиш
- Ишонтириш қобилияти

Шахснинг инвидуал хусусиятлари омиллари.

- Ёши
- Даромад олиш манбаи
- Маълумоти
- Хизмат қилиш мавқеи
- Шахснинг типи
- Таваккалчиликка боришга тайёрлиги.



Үй шароитларида касалликларни профилактика қилиш ва даволаш учун товарлар (металл, резина, түқимачилик ва башқа материаллардан тайёрланган санитария ва гигиена буюмлари, тиббий буюмлар, приборлар ва аппаратлар, оғиз бүшлиғи гигиенаси воситалари, күзойнак линзалари, болаларни парвариш қилиш буюмлари, доривоситалари).



Автомобиллар ва мотовелотоварлар, уларга тиркамалар ва номерли агрегатлар; қышлоқ хұжалиги ишлари учун кичик механизация күчма воситалари; сайд қилиш қайиқлари ва башқа маиший сузиш воситалари.



Шахсий гигиена буюмлари (тиш чүткалари, тароқлар, соч тұғногиличар, соч бигудилари, улама соchlар, шинъонлар ва башқа шу каби товарлар).



Тикувчилик ва трикотаж буюмлари (тикувчилик буюмлари ва трикотаж ички кийимлар, пайпоқ ва құлқоп буюмлари).



Атторлик-пардоз товарлари.



Хайвонлар ва үсимликлар.



Полимер материаллардан тайёрланган, озиқ-овқат материаллари билан боғлиқ бүлгән, шу жумладан бир марта фойдаланиладиган буюм ва материаллар (ошхона идиш-товоқлари ва анжомлари, озиқ-овқат маҳсулотларини сақлаш ва ташиш учун идишлар ва ўров материаллари).



Қимматбақо тошлардан фойдаланған ҳолда қимматбақо металлардан тайёрланған, ярим қимматбақо ва синтетик тошлардан фойдаланған ҳолда қимматбақо металлардан тайёрланған буюмлар, силлиқланған қимматбақо тошлар.



Маиший кимә товарлари, пестицидлар ва агрохимикаллар.



Мебель (мебель гарнитурлари ва түпламлари).



Кафолат муддатлари белгиланған техник жиҳатдан мураккаб маиший товарлар (металл қирқувчи ва ёғочга ишлов борувчи маиший дастгоҳлар; маиший электр машиналари ва маиший электр приборлари; маиший радиоэлектрон аппарат; маиший ҳисоблаш ва күпайтириш техникаси; фото ва киноаппаратлар; телефон аппаратлари ва факсимил аппарати; А электр мусиқа ассоблари; электрон үйинчоқлар).



Түқимачилик товарлари (ип-газлама, зигир толали, ипак, жун ва синтетик газламалар, газлама туридаги нотұқима материаллардан тайёрланған товарлар – ленталар, жияклар, түрлар ва бөшқалар);

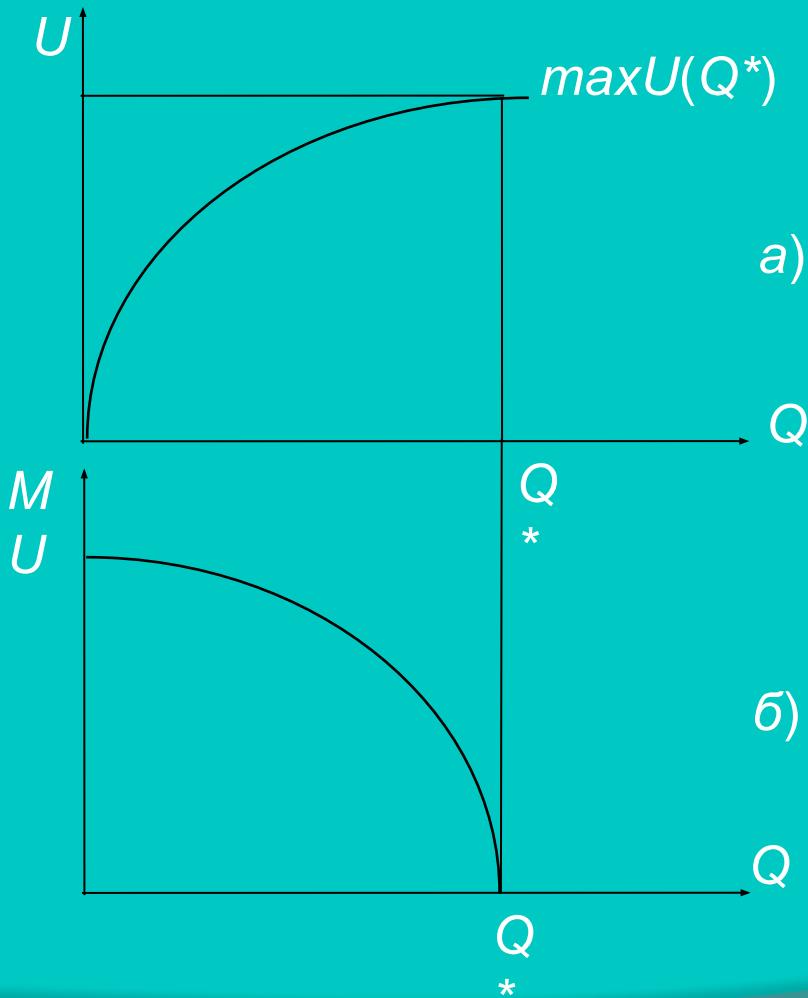


кабель маҳсулотлари (симлар, шнурлар, кабеллар); қурилиш ва пардоzлаш материаллари (линолеум, плёнка, гилам қолпамалар ва бөшқалар) ҳамда метрлаб сотиладиган бөшқатоварлар.

ЧЕКЛИ НАФЛИК.

- Чекли нафлик – бу нафлик функциясидан бирор бир неъмат узгарувчиси буйича олинган хусусий ҳосиладир.
- $MU_i = dU / dX_i$
- Бу ерда X_i – неъматлар миқдори,
- MU_i – неъмат буйича чекли нафлик.
- Лекин, шу билан бирга, бирор-бир неъматдан ҳар бир бирлик қўшимча истеъмол (бошқа неъматлар истеъмолга ҳажми ўзгармаганда) олдингисига нисбатан камроқ наф беради ва неъматнинг бу хусусиятига **чекли нафликнинг камайиш қонуни** дейилади.

Умумий нафлик ва чекли нафликнинг узгариши.

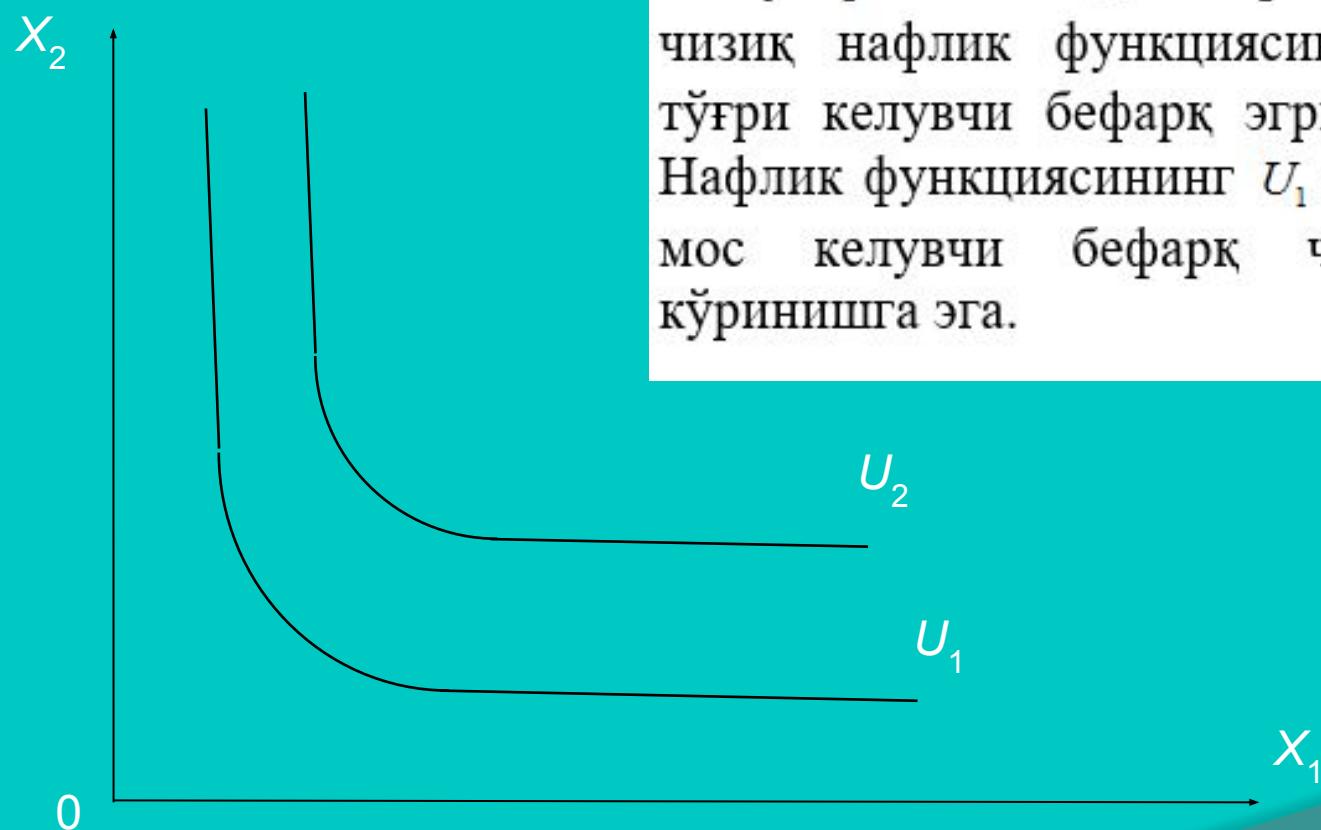


расмдан кўриниб турибдики, неъмат миқдори Q нинг ошишига, умумий нафлик U нинг ошиши тўғри келади (a-расм). Неъмат миқдори Q ошганда умумий наф ошгани билан, чекли наф (MU - хар бир кўшимча бирлик неъматнинг нафи) камайиб боради. Максимал нафлик Q^* нуқтада еришилганда, бу нуқтада чекли нафлик (MU) нолга тенг бўлади.

Q -неъмат
миқдори

Мувозанатлик шартига кўра, истеъмолчи даромадини шундай тақсимлайдики, натижада товарларнинг ҳар бирiga сарфланган охирги пул бирлиги (охирги сўм, охирги доллар, охирги рубль) бир хил чекли наф келтирсин. Агар шундай бўлмаса, истеъмолчи камроқ чекли наф берадиган охирги сўмини, кўпроқ чекли наф берадиган неъматга қайта тақсимлаши мумкин бўлади.

Бефарқлик әгри чизиги - бу истеъмолчи учун бир хил наф берувчи нेъматлар комбинацияларини ифодалайди.



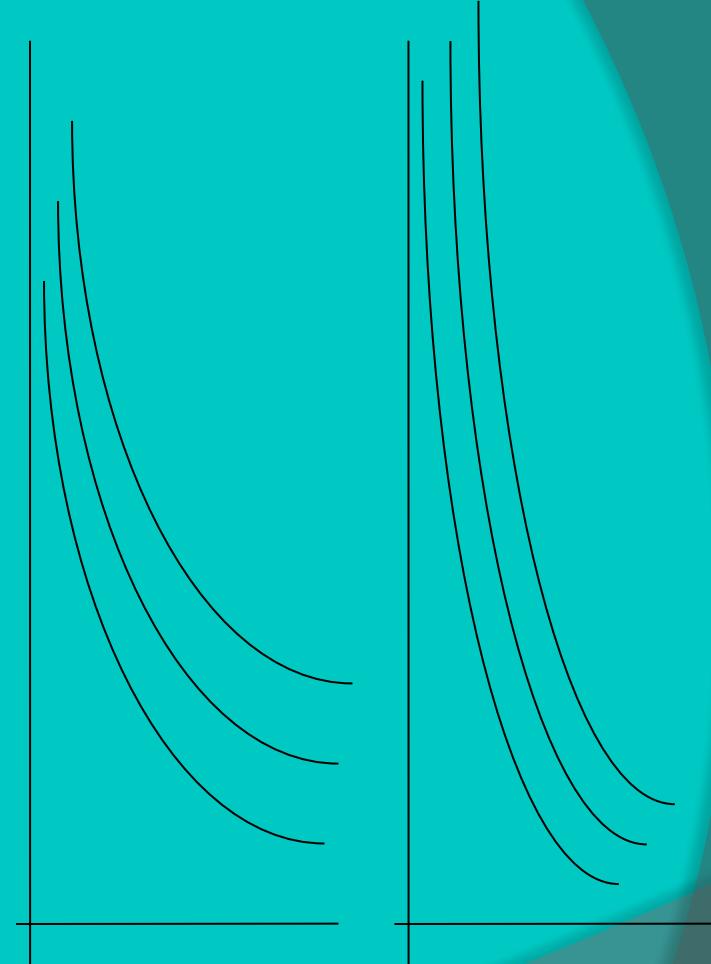
X_1 о X_2 текисликтеги проекцияси $A_1B_1C_1$ әгри чизик нафлик функциясининг U_1 қийматига түғри келувчи бефарқ әгри чизиги дейилади. Нафлик функциясининг U_1 ва U_2 қийматларига мос келувчи бефарқ чизиклар қуйидаги кўринишга эга.

Бефарқлик әгри чизиги

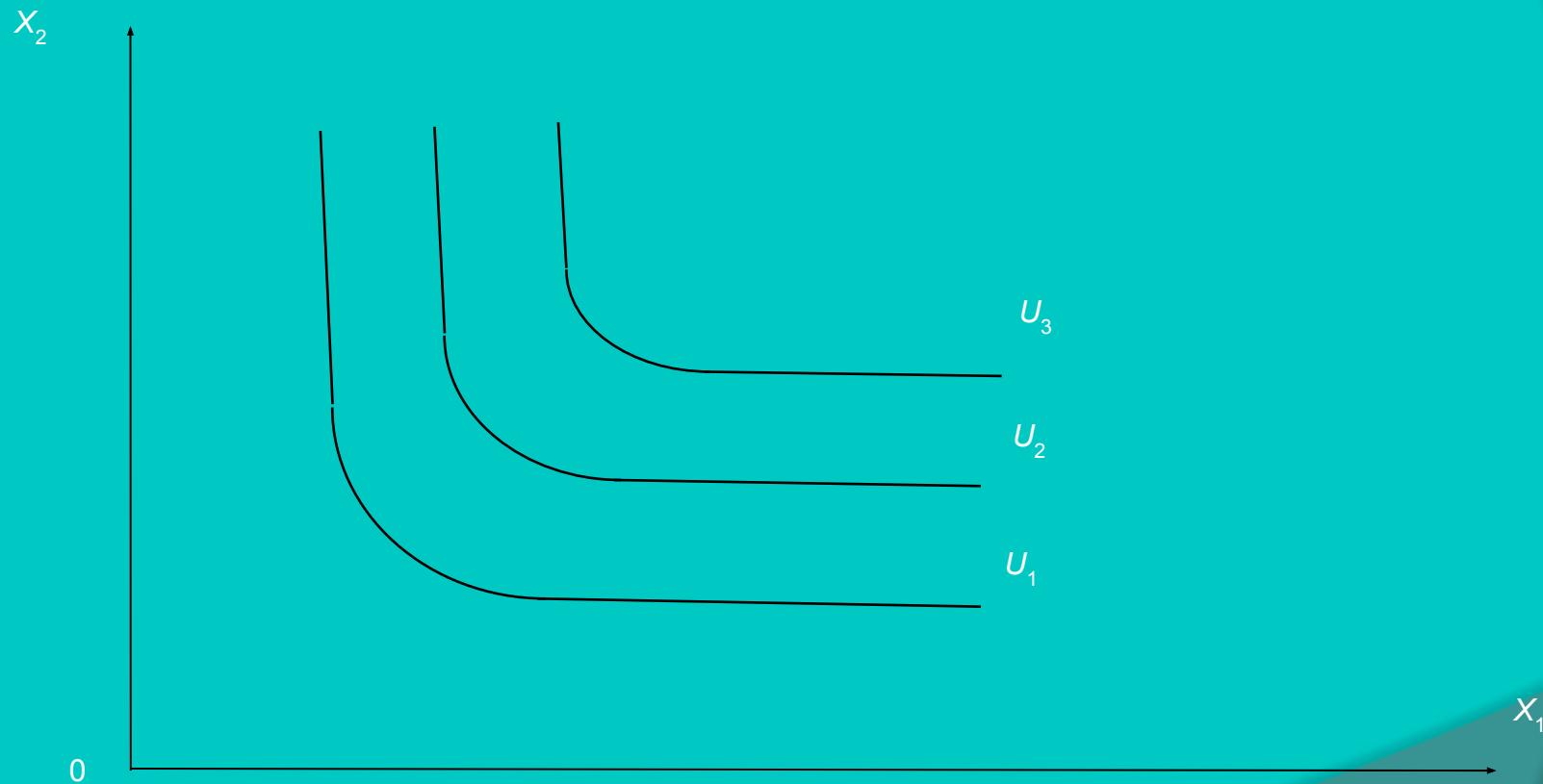
- Бефарқлик әгри чизиги истеъмолни бир хил даражада қондирувчи истеъмол учун товар танловлари йиғиндисини ташкил этади.
- Демак, чизманинг нуқталар орқали келтирилган товар танловларига истеъмолчи бефарқ бўлади.
- Ҳар бир бефарқлик әгри чизиги кишилар бефарқ қарайдиган истеъмол товарлари ва хизматлари тўпламини ифода этади.

- ◎ **Бефарқлик әгри чизиги шакллари бир товарни иккинчисига алмаштириш хоҳиши турли даражада эканлигини кўрсатади.** Биз қуидаги чизмада икки кишининг бефарқлик чизигини келтирамиз. Чизмадаги Ўткирнинг бефарқлик әгри чизиги уни шарбат истеъмол қилишга бефарқлигини ва у кўпроқ алкогольсиз ичимликларни (минерал сув, кока-кола ва бошқаларни) ёқтиришини кўрсатиб турибди.

Шарбатнинг борлиги, кўплиги
истеъмолчининг алкоголсиз
ичимликларни - минерал сув,
кока-кола ва шунга ўхшашларни
истеъмол қилишига унчалик
таъсир этмайди. Истеъмолчи
шарбатга кўпроқ ўрин беради,
унинг борлигига, истеъмол
қилишга бефарқ қарайди.
Истеъмолчининг бефарқлик
эгри чизиги сок ўрнига
алкоголсиз ичимлик ичишнинг
пировард нормасининг,
меъёрининг нисбатан пасайиб,
йўқолиб бораётганини
кўрсатади.



Бефарқлик әгри чизиклари картаси



Истеъмолчи бюджети

Бюджет чегараси тенгламаси графикда чизигини беради, бу чизиқга бюджет чизиги дейилади.



Бефарқлик эгри чизиқлари бир неъмат билан иккинчи неъматни алмаштириш мумкинлигини кўрсатади, холос. Лекин, улар истеъмолчи учун қайси товарлар мажмуаси кўпроқ нафлироқлигини кўрсата олмайди. Бундай масалани бюджет чизиги ёрдамида ечиш мумкин. Бюджет чегараси товарлар нархига ва истеъмолчининг даромадига асосланади ва у мавжуд пул маблағларида қандай истеъмол товарлар мажмуасини сотиб олиш мумкинлигини кўрсатади. Бюджет чегарасини иккита неъмат мисолида кўрадиган бўлсак, агар истеъмолчи даромади R бўлса, X_1 ва X_2 лар биринчи ва иккинчи неъматларнигъ нархлари бўлса, бюджет чегараси берилган даромад R ҳамда P_1 ва P_2 нархларда истеъмолчи томонидан сотиб олиниши мумкин бўлган, биринчи ва иккинчи неъматларнигъ барча комбинацияларини ифодалайди. Бюджет чегарасини қўйидагича ёзиш мумкин:

$$P_1 X_1 + P_2 X_2 \leq R,$$

ва бу тенгсизлик товарларга сарфланадиган харажатлар йигиндиси, истеъмолчи даромадидан ошмаслигини билдиради. X_1 ва X_2 ларнигъ манфий бўлмаслик ($X_1 \geq 0$ ва $X_2 \geq 0$) шартини киритсак, у ҳолда биз истеъмолчининг товарларни сотиб олиши мумкин бўлган соҳасини аниqlаган бўламиз:

Даромад ва баҳо ўзгаришининг бюджет чизигига таъсири.

- Бюджет чизиги истеъмолчилар даромади ва товарлар баҳосига - P_f ва P_c га боғлиқ бўлади. Аммо даромадлар ва баҳо тез ўзгариб туради. Даромад ўзгарса вертикал ўқдан чиқиб келадиган кесма узунлиги ўзгаради. Лекин оғиш бурчаги бир хил қолади. Чунки ҳеч қайси товар баҳоси ўзгаргани йўқ.

Истеъмолчининг оптимал танлови.

$$U = U(X_1, X_2) \rightarrow \max$$

қуидаги шарт
бажарилсинг:

$$P_1 X_1 + P_2 X_2 \leq R \quad X_1 \geq 0 \quad \text{ва} \quad X_2 \geq 0$$

$$P_1 X_1 + P_2 X_2 = R$$

нуқтада бюджет чизиги бефарқлик эгри чизиги бир-бирига тегади,
натижада танлов соҳаси билан кесишадиган бюджет чизиқларидан
энг юқориси аниқланади.

Истеъмолчи хатти-ҳаракатига таъсир этувчи омиллар:

- атроф мухитни ўраб турган омиллар
- ишларни ташкил этиш
- ўзаро шахсий муносабатлар
- шахснинг инвидуал хусусиятлари

Истеъмолчи талабининг даромидига кўра чекланиши

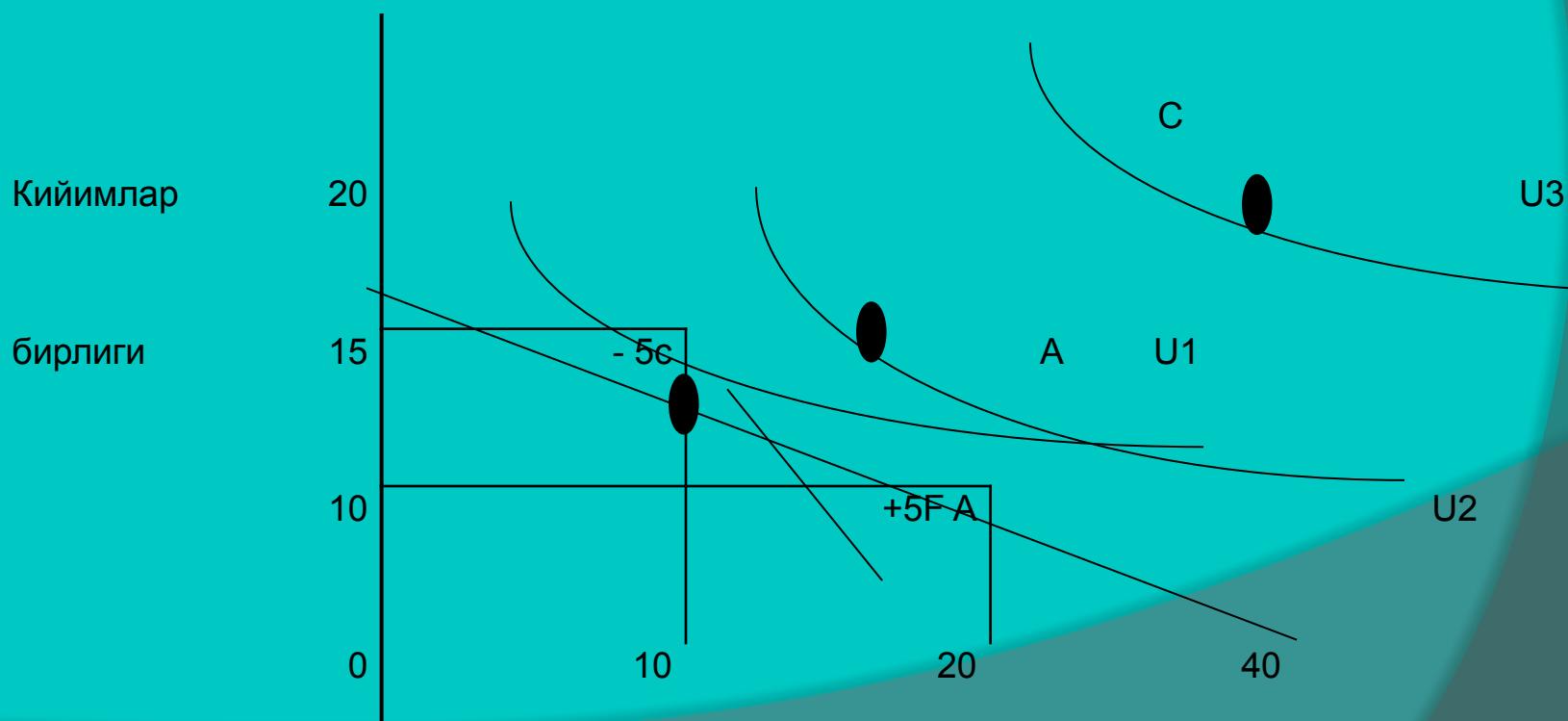
Истеъмолчининг турли хил товарларга бўлган муносабати унинг хатти-ҳаракатларини тўлиқ тушунтириб бера олмайди. Турли хил товарлар ва хизматлар боҳоси ёрдамида, шунингдек бюджетдаги чекланишлар алоҳида кишиларнинг товар танловига таъсир этади.

- Бюджет чизигининг бурчак коэффициенти - (P_f/P_c) икки хил товарлар баҳосининг қиёсий нисбати ҳисобланади. Бу коэффициент даромад миқдори ўзгармай қолганда товарларни бир-бирини ўрнига алмаштириш мумкинлиги меъёрини кўрсатади.

Истеъмолчининг товар танлови

- Чекланган даромад ҳисобига истеъмол товарлари ва хизматларга бўлган барча талабларни қондириб бўлмайди. Биз мисолимизда «ҳамма даромад ҳозирги вақтда сарф этилади» деб соддалаштириб олдик. Шундай қилиб, фақат бюджет чизиЁида товарлардан кераклигини танлаб олиш мумкин.

Қуийдаги чизмада бефарқлик әгри чизи $\ddot{\text{E}}$ ининг учтаси кишиларнинг озиқ-овқат маҳсулотлари ва кийим-кечакларга бўлган муносабатини ифодалайди. Учта әгри чизикдан ўнг томонда турган I_3 -чизи $\ddot{\text{E}}$ и истеъмолни юқори даражада қониқтиради, бошқа чизиклар нисбатан қамроқ қониқиш ҳосил бўлишини кўрсатади (I_2 , I_1).

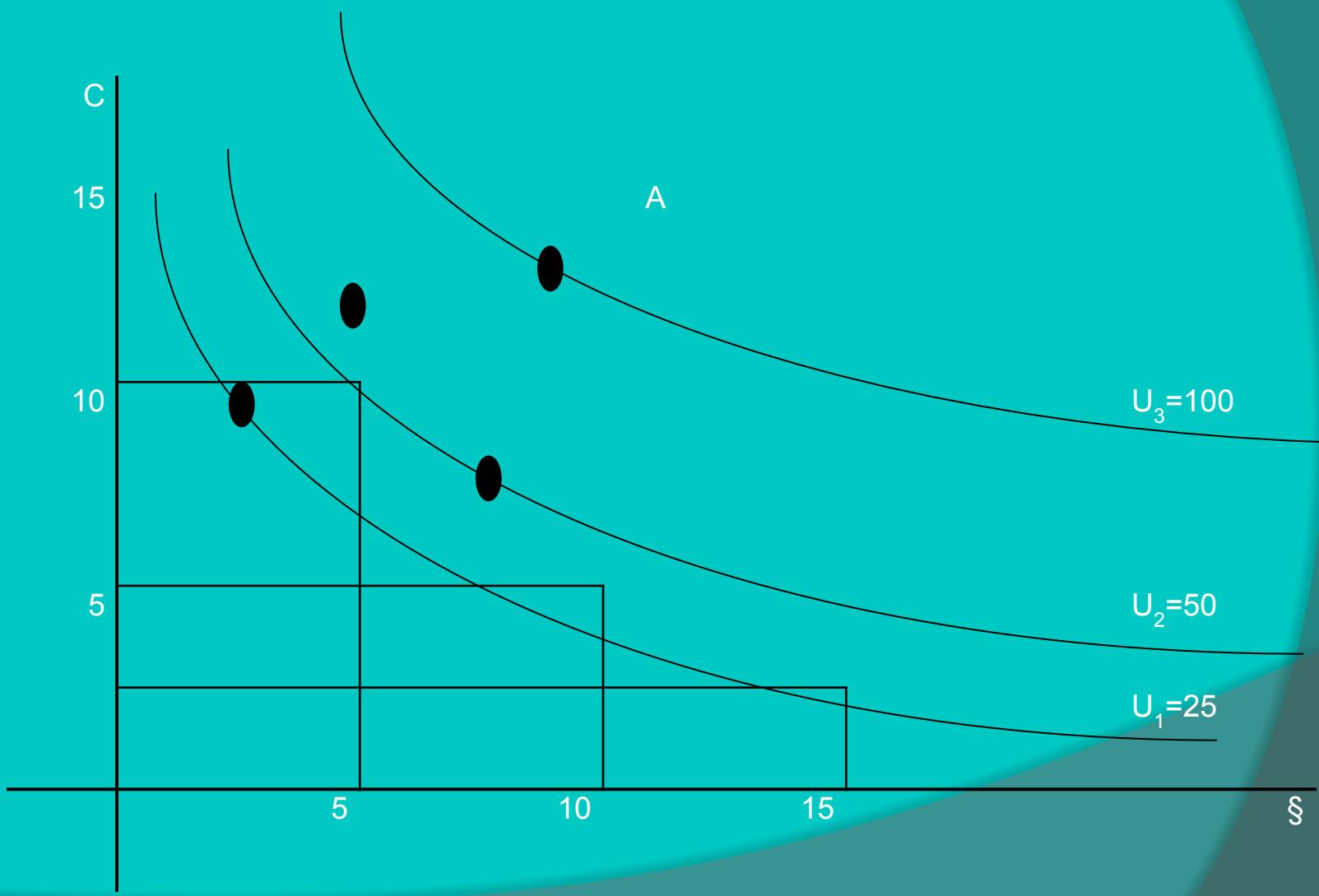


- И₁-бефарқлик чизигида турган В нүкта даражасида истеъмолчи даромадининг кўп қисми кийим-кечаклар харид қилиш учун сарфланиб, 2-хил маҳсулот бўйича тўлиқ қондирилмай қолмоқда. Шунинг учун даромадни қайта тақсимлаб, озиқ-овқат учун ҳам пул ажратиб, В-дан А га қараб ҳаракат қилинса, истеъмолчининг шу миқдордаги 40 доллар даромади ҳисобига талаби тўлароқ қондирилади. Бу нарса И₂ - бефарқлик чизигида бўлади.
- Бундан ташари товарлар танловини И₂ - бефарқлик чизигининг ўнг томонида ва юқорида (масалан, И₃ чизигидаги С нүктада) олиб борилса у ҳолда талабни янада кўпроқ қондиришга эришиш мумкин. Лекин бунга эришиб бўлмайди. Чунки даромад миқдори етмайди. Демак, А нүктада истеъмолчининг талаби оқилона ва максимал даражада қондирилади.

Фойдалилик концепцияси

Фойдалилик бирон бир киши ёки истеъмолчи томонидан истеъмол қилинган товар ёки бошқа бир ҳаракатларни бажариш натижасида олган қониқишнинг даражасини ифодалайди. Фойдалилик функцияси бефарқлик ҳаритасисидан товарлар танловидаги маълумотларни беради, улардан бирининг афзалигини, фойдалиигини кўрсатади ва бефарқлик чизигида акс эттирилади.

- Масалан танлаб олинадиган бир қанча товарлар түпламидан А турдаги товар В түпламидағи товар турига нисбатан афзал бўлса, у ҳолда А түпламдаги товар турига мос келадиган миқдор В дагига қараганда юқорида бўлади. Масалан бефарқлик эгри чизигида I_3 фойдалилик даражаси 3 га teng бўлади. Шу билан бир вақда В товар түплами I_2 эгри чизигида иккинчи ўринда бўлиб фойдалилик даражаси 2 га teng бўлади. С товар түплами эса энг пастдаги I_1 бефарқлик эгри чизиёда 1 даражадаги фойдаликка эга бўлади.



Пировард фойдалилик (ёки фойдалиликни максималлаштириш қоидалари)

Пировард фойдалилик Ёки фойдалиликни энг кўп даражада ошириш масаласининг моҳияти қуидагича бўлади. Истеъмолчи харид қилиши мумкин бўлган товарлардан, ўз бюджетидан (даромаддан) ташқарига чиқмаган шароитда (даромадига кўра), танлаб оладиган товарларининг қайси бири уни кўпроқ қониқтиради Ёки унинг учун фойдалироқ ҳисобланади.

Пировард фойдалилык (ёки фойдалилыкни максималлаштириш қоидалари)

- **Фойдалилык** икки ҳолатда юзага келиши мүмкін. Бириңчиси. Истеъмолчилар товар танловида, иккінчиси, ижтимоий, хұжалик вазифаларини ҳал этишда, у ёки бу лойиҳаларни танлашда ҳаражатлар билан бу хилдаги ишлардан олинадиган самарани (фойдани) солишистириб улардан фойдалироқ бўлганларини танлаб олиш ёки қабул қилиш ҳолатларидир.

- **Пировард фойдалилик** қўшимча бирлик маҳсулотдан қўшимча равишда қониқиш ҳосил қилинишининг ўлчови, меъёридир. Пировард фойдалилик - бунда истеъмолчи ўзининг пул даромадларини шундай тақсимлаши керакки, шунда ҳар бир маҳсулот турини харид қилиш учун сарфланган охирги сўми бир хилдаги қўшимча (пировард) фойда келтирсин. **Бу қоидани «Фойдалиликни максималлаштириш қоидаси»** дейилади

Хулоса

Демак, бозор иктисодиёти шароитида
истеъмолчи танлови ва унга таъсир
этувчи омилларни бевосита
ўрганиш муҳим аҳамият касб этади.
Бу ишлаб чиқарувчилар ва
сотувчилар учун товар
реализациясини тезлаштиради

- ЭЪТИБОРИНГИЗ УЧУН
РАХМАТ.