

Microeconomics

Lecture 7

Decision Making and Selection in Conditions of Uncertainty

Lecturer: Sherzod Mustafakulov

Noaniqlik va tavakkalchilik.

8.1. Noaniqlik sharoitida tanlash.

Shu vaqtgacha biz barcha ko'rsatkichlar (narx, iste'molchi daromadi, ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori, olinadigan foyda, xarajatlar) aniq berilgan deb keldik. Lekin, real hayotda bozor sub'ektlari tomonidan qabul qilinadigan qaror noaniqliklar bilan bog'liq. Ma'lumki, to'g'ri qaror qabul qilishning asosiy sharti - bu axborot. Noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish deganda, to'liq axborot bo'lmaganda qaror qabul qilish tushuniladi. Biror voqea yoki hodisa to'g'risida axborot to'liq bo'lmasa, qabul qilingan qaror salbiy oqibatlariga, ya'ni ma'lum yo'qotishlarga olib keladi. Ushbu yo'qotishlar tavakkalchilikni bildiradi.

Noaniqlik sharoitida qaror qabul qilishda tavakkalchilik (yo'qotish) darajasini bilish, uni oldini olish uchun, tavakkalchilik darajasini kamaytirish uchun, chora tadbirlar ko'rishga imkon beradi.

Noaniqlikka misol tariqasida jamg'arilgan pulni ishonchliroq bo'lgan bankka qo'yish yoki tavakkalchilik (yo'qotish ehtimoli ko'proq bo'lgan) yuqori bo'lgan, lekin shu bilan birga yuqori dividend olish mumkin bo'lgan tijorat fondlarga qo'yish to'g'risida qaror qabul qilishni keltirish mumkin. Xuddi shunday noaniqlik sharoitida iste'molchilar tomonidan ham, ishlab chiqaruvchilar tomonidan ham, sotuvchi va xaridorlar tomonidan qaror qabul qilishga to'g'ri keladi va bu qabul qilingan qarorlar albatta, ma'lum darajadagi tavakkalchilik (yo'qotishlar) bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Noaniqlik cheklangan resurslarni samarasiz taqsimlanishiga, ortiqcha sarflarga, vaqtni yo'qotishga olib keladi.

Tavakkalchilikni o'lchash. Tavakkalchilikni o'lchashning asosi ehtimol tushunchasi bilan bog'liq. Amerikalik olim F.Nayt (1885-1974) ehtimolni ikki turga bo'ladi: matematik, ya'ni oldindan aniqlash mumkin bo'lgan ehtimol va statistik ehtimol. Birinchi tur ehtimolga tanganing raqam yoki gerb tomonini tushish ehtimoli $\frac{1}{2}$ ga tengligi yoki o'ynaydigan olti qirrali toshning oltita raqamidan bittasini tushishi ehtimolining $\frac{1}{6}$ ga tengligi misol bo'lishi mumkin.

Ikkinchi turdagi ehtimolni empirik, ya'ni faraz qilish yo'li orqali aniqlash mumkin. Masalan, korxonaga xom ashyoni vaqtida etib kelmaslik ehtimoli faraz qilinganda, ushbu faraz qilingan raqam baholovchining bilimiga tajribasiga asoslanadi. Nima uchun deganda, ushbu voqeaning takrorlanishi to'g'risida statistik ma'lumotlar yo'q. Ehtimol sub'ektiv ravishda aniqlanganda, bitta hodisani har xil insonlar har xil qiymatdagi ehtimol bilan baholaydi.

Yuqoridagi misolda voqega ta'sir qiluvchi tasodifiy omillar ko'p va ularni hammasini bartaraf qilish mumkin emas. Bundan tashqari, bu erda teng ehtimolli al'ternativ variantlarning o'zini yo'qligi ehtimolni matematik hisob-kitoblar orqali aniqlashga imkon bermaydi.

Birinchi turdagi ehtimolni ob'ektiv ehtimol desak, u iqtisodiyotda kamroq uchraydi, ikkinchi turdagi ehtimol sub'ektiv ehtimol bo'lib, biznesga xosdir. Ham ob'ektiv va ham sub'ektiv ehtimollar tavakkalchilik darajasini ifodalashda va tanlashda foydalaniladi. Ob'ektiv ehtimol o'rtacha qiymatni aniqlashga yordam bersa,

sub'ektiv ehtimol olinishi mumkin bo'lgan natijalarning o'zgaruvchanlik mezonini aniqlashga yordam beradi. Tavakkalchilikni miqdoriy aniqlash uchun biror voqea yoki hodisaning olib kelishi mumkin bo'lgan oqibatlarini va bu oqibatlarining ehtimolini bilish kerak bo'ladi.

Kutiladigan miqdor - bu mumkin bo'lgan barcha natijalarning o'rtacha o'lchangan qiymatlari. Bu erda har bir natijaning ehtimoli ushbu mos qiymatlarning takrorlanish chastotasi yoki o'lchovi.

$$E(X) = \pi_1 x_1 + \pi_2 x_2 + \dots + \pi_n x_n = \sum_{i=1}^n \pi_i x_i,$$

bu erda x_i - mumkin bo'lgan natija;

$$\pi_i - \text{ushbu natijaning paydo bo'lish ehtimoli, } \sum_{i=1}^n \pi_i = 1.$$

Masalan, korxona yangi mahsulot ishlab chiqarmoqchi, agar korxonaning yangi mahsuloti bozorda muvaffaqiyatga erishsa, har bir aktsiyaga 1000 so'm olish mumkin, agar muvaffaqiyatga erishmasa, bir aktsiya uchun 100 so'm olinadi. Korxona mahsulotining bozorda muvaffaqiyatga erishish ehtimoli 0,6 ga teng bo'lsa, kutiladigan dividend qiymati quyidagicha aniqlanadi:

$$E(X) = 0,6 \cdot 1000 + 0,4 \cdot 100 = 640 \text{ so'm/aksiya.}$$

Chetlanish - bu haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq bo'lib, u tavakkalchilikdan (yo'qotishdan) darak beradi. Ushbu farq qancha katta bo'lsa yo'qotish, ya'ni tavakkalchilik ham shuncha yuqori bo'ladi.

Masalan, sizni ishga joylashishingiz uchun ikki variant mavjud. Birinchisi, xususiy korxonada ishlash bo'lsa, ikkinchisi - davlat korxonasida. Xususiy korxonada ishlasangiz daromadingiz, korxona muvaffaqiyatli ishlasa bir oylik ish haqingiz 6000 so'mni, muvaffaqiyatsizroq ishlasa, aytaylik 3000 so'mni tashkil qilsin. Davlat korxonasida ishlasangiz ish haqi 4510 so'm, korxona to'liq ishlamaganda beriladigan ish haqi - 3510 so'm. Xususiy korxonaning muvaffaqiyatli va muvaffaqiyatsizlik ehtimollari bir xil bo'lib, 0,5 ga, davlat korxonasiniki mos ravishda 0,99 va 0,01 ga teng deylik. quyidagi jadvalda mumkin bo'lgan natijalar va ularning ehtimoli keltirilgan.

8.1- Jadval.

Ish joylari variantlaridagi daromad

Ish joyi	1- natija		2 - natija	
	Ehtimoli	Daromad, so'm	Ehtimoli	Daromad, so'm
Birinch	0,5	6000	0,5	3000
Ikkinchi	0,99	4510	0,01	3510

Shuni aytish kerakki, ikkala ish joyidan olinishi kutiladigan daromad bir xil miqdorda:

$$0,5 \cdot (6000 \text{ so'm}) + 0,5 \cdot (3000 \text{ so'm}) = 0,99 \cdot (6000 \text{ so'm}) + 0,01 \cdot (6000 \text{ so'm}) = 4500 \text{ so'm.}$$

Lekin, ikkala ish joyi uchun ham mumkin bo'lgan natijalarning o'zgaruvchanligi har xil. Ushbu o'zgaruvchanlikka ko'ra tavakkalchilikni tahlil qilish va uning katta yoki kichikligi to'g'risida gapirish mumkin. Bunday mezonga ko'ra, haqiqiy natija bilan kutiladigan natija o'rtasidagi farq (u musbat yoki man-

fiy bo'lishidan qat'iy nazar) qancha katta bo'lsa, bunday chetlanish shuncha katta tavakkalchilik bilan bog'liq ekanligidan darak beradi.

Quyidagi jadvalda ikkita ish joyi uchun haqiqiy natijalarning kutiladigan natijalardan chetlanishi keltirilgan.

8.2- Jadval

Haqiqiy natijalarni kutiladigan natijalardan chetlanishi. (kutiladigan natija 4500 so'm) (so'mda)

Ish joyi	1-natija	Chetlanish	2-natija	Chetlanish
Birinchi	6000	Q1500	3000	-1500
Ikkinchi	4510	Q10	3510	-990

Endi har bir ish joyi uchun o'rtacha chetlanishni hisoblaymiz.

Birinchi ish joyi uchun:

$$O'rtacha chetlanish = 0,5 \cdot (1500 \text{ so'm}) + 0,5 \cdot (-1500 \text{ so'm}) = 0 \text{ so'm}$$

Ikkinchi ish joyi uchun:

$$O'rtacha chetlanish = 0,99 \cdot (10 \text{ so'm}) + 0,01 \cdot (-990 \text{ so'm}) = 9,9 - 9,9 = 0 \text{ so'm}$$

Demak, birinchi ish joyidagi tavakkalchilik, ya'ni kutiladigan yo'qotish, ikkinchi ish joyidagiga qaraganda ko'proq. Nima uchun deganda, birinchi ish joyidagi o'rtacha chetlanish 1500 so'm, ikkinchi ish joyidagi o'rtacha chetlanish 19,8 so'mdan ancha ko'p.

Amaliyotda o'zgaruvchanlikni, ya'ni chetlanishni o'lchash uchun bir-biridan farq qiladigan ikkita mezon ishlatiladi. Birinchisi, dispersiya bo'lib, u haqiqiy natijadan kutiladigan natijani ayirilganining o'rtacha o'lchovi miqdori kvadratiga

teng, ya'ni:

$$\sigma^2 = \sum_{i=1}^n \pi_i [x_i - E(x)]^2,$$

bu erda σ^2 - dispersiya; x_i - mumkin bo'lgan natija; $E(x)$ - kutiladigan natija; π_i - i -natijaning ehtimoli.

Standart chetlanish (o'rtacha kvadratik chetlanish ham deyiladi), bu dispersiyadan olingan kvadrat ildizga teng, ya'ni: $\sigma = \sqrt{\sigma^2}$, σ - standart chetlanish.

Birinchi ish joyi uchun: dispersiya:

$$\sigma_1^2 = 0,5(6000 - 4500)^2 + 0,5(3000 - 4500)^2 = 0,5 \cdot 2250000 + 0,5 \cdot 2250000 = 2250000.$$

$$\text{Standart chetlanish } \sigma_1 = \sqrt{2250000} = 1500 \text{ so'm}.$$

Xuddi shunday yo'l bilan ikkinchi ish joyi uchun dispersiya, ya'ni $\sigma_2^2 = 0,99(100 \text{ so'm})^2 + 0,01(980100 \text{ so'm})^2 = 9900 \text{ so'm}$.

$$\text{Standart chetlanish esa } \sigma = \sqrt{9900} = 99,5 \text{ so'm}.$$

Ikkala mezon ham bu erda bir hil vazifani bajaradi, gap ularning qaysi biri foydalanishda o'ng'ayligida. Ko'rinib turibdiki ikkala holda ham ikkinchi ish joyi birinchiga qaraganda kamroq tavakkalchilikka (yo'qotishga) ega.

8.2. Tavakkalchilikka bo'lgan munosabat

Yuqoridagi misolda ko'rdikki, ikkala ish joyida ham kutiladigan daromad 4500 so'mni tashkil qiladi. Demak, kim tavakkalchilikka borishga moyil bo'lmasa, ikkinchi ish joyiga boradi, nima uchun deganda bu ish joyida kutiladigan daromad kamroq tavakkalchilik bilan bog'liq. Endi faraz qilaylik, birinchi ish joyidagi har

bir natijaga 200 so'mdan qo'shaylik. Unda kutiladigan natija 4500 so'mdan 4700 so'mga oshadi.

Quyidagi 3-jadvalda yangi daromadning natijalari keltirilgan.

Birinchi ish joyi uchun: kutiladigan daromad = 4700 so'm. Dispersiya = 2250000 so'm.

Ikkinchi ish joyi uchun: kutiladigan natija = 4500 so'm. Dispersiya = 9900 so'm.

8.3- Jadval

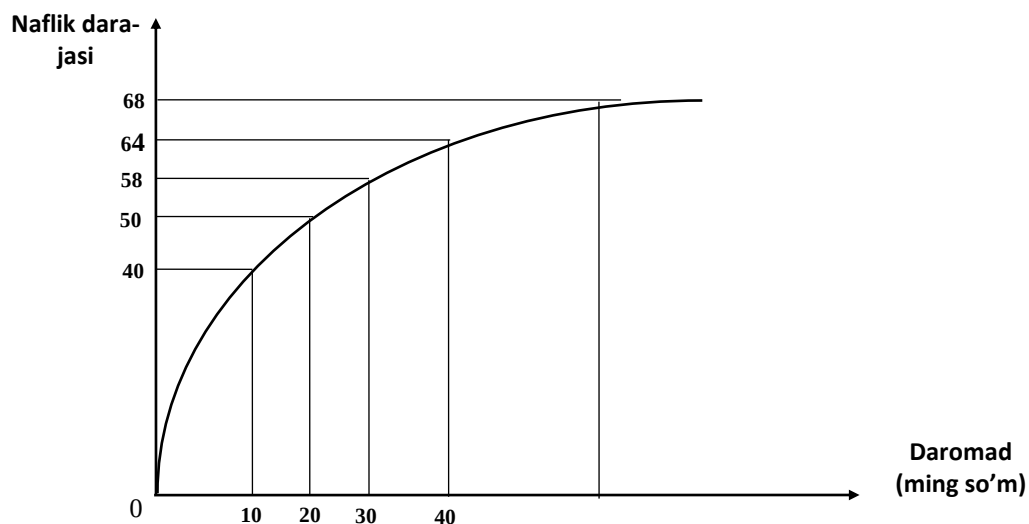
Ish joyi	1-natija	Kvadratik chetlanish	2-natija	Kvadratik chetlanish
Birinchi	6200	2250000	3200	2250000
Ikkinchi	4510	100	3510	980100

Birinchi ish joyida kutiladigan daromad ikkinchi ish joyidagidan yuqori, lekin u yuqori tavakkalchilik (yo'qotish) bilan bog'liq. qaysi ish joyi ustunroq deganda, bu savolning echimi tanlovchi shaxsning o'ziga bog'liq. Tadbirkor shaxslar yuqori tavakkalchilikka ega bo'lsa ham kutiladigan daromad yuqoriroq bo'lgan ish joyini tanlaydi, konservativroq (o'zgarishlardan o'zini olib qochuvchi) shaxslar kutiladigan daromad kamroq bo'lsa ham, kamroq tavakkalchilik bilan bog'liq ishni, ya'ni ikkinchi ish joyini tanlaydi.

Insonlar tavakkalchilikga borishga tayyorligi bilan bir-biridan farq qiladi. Insonlar tavakkalchilikga borishga tayyorligi bo'yicha uch turga bo'linadi: tavakkalchilikga borishga moyil insonlar, tavakkalchilikga borishga qarshi, ya'ni moyil emas va tavakkalchilikka befarq qaraydigan insonlar.

Tavakkalchilikga qarshi bo'lgan inson deganda shunday inson tushuniladiki, kutiladigan daromad berilganda, u tavakkalchilik bilan bog'liq natijalarga nisbatan, kafolatlangan natijani ustun ko'radi. Agar tavakkalchilikga qarshi insonni iste'molchi deb qarasa va u oladigan daromadga iste'mol tovarlar majmuasini sotib olib, uni iste'mol qilishdan ma'lum darajada naf oladi deb faraz qilsak, biz iste'molchining tavakkalchilik bilan bog'liq daromadining naflik darajasi bilan qanday bog'liq ekanligini ko'rishimiz mumkin (8.1-rasm). Tavakkalchilikka qarshi inson daromadi past darajadagi chekli naflikka ega ekanligini ko'ramiz. Rasmdan ko'rish mumkinki, har bir birlik qo'shimcha daromadga to'g'ri keladigan qo'shimcha naflik daromad oshishi bilan kamayib bormoqda. Masalan, 20-30 ming so'mlik daromad oralig'idagi har ming so'm daromadga 0,8 birlik naf to'g'ri kelsa, 31-ming so'mlik daromadga 0,6 naf birligi to'g'ri kelayapti). Chekli naflikni kamayishi insonlarda tavakkalchilikka salbiy munosabatini kuchaytiradi. Shuning uchun ham tavakkalchilikga borishga moyillikning yo'qligi ko'pchilik insonlarga xosdir. Tavakkalchilik ular uchun og'ir sinovdek hisoblanadi va ular ma'lum kompensatsiya bo'lgandagina tavakkalchilikka borishi mumkin.

Tavakkalchilikka befarq qaraydigan inson shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda, u kafolatlangan natija bilan tavakkalchilik bilan bog'liq natijalarni tanlashga befarq qaraydi. Tavakkalchilikka neytral qaraydigan inson uchun o'rtacha foyda muhim hisoblanadi.

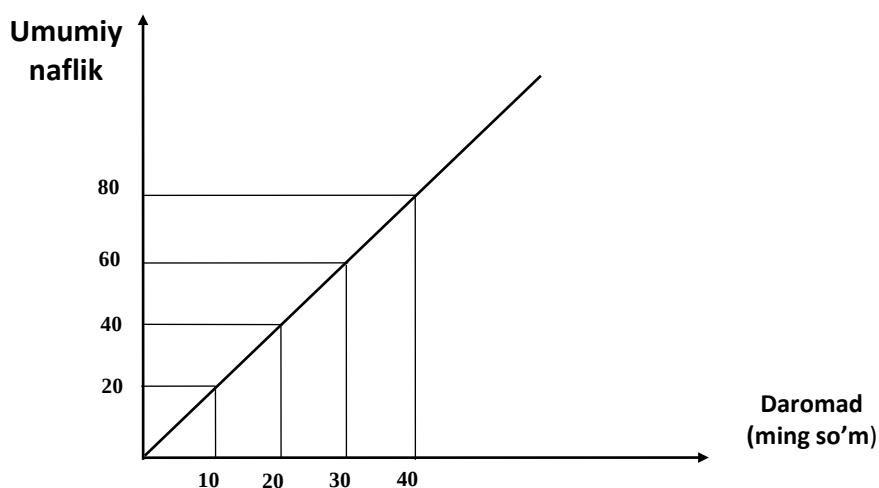


8.1-rasm. Tavakkalchilikka moyil bo'lmagan holat.

O'rtacha qiymatga nisbatan cheklanishlar bir-biri bilan qisqarib, umumiy chetlanishlar nolga teng bo'lgani uchun ham ushbu chetlanishlar uni qiziqitirmaydi. Tavakkalchilikka befarqlik koordinata boshidan chiqadigan to'g'ri chiziq sifatida ifodalanishi mumkin (8.2-rasm).

Daromadning bir tekisda o'zgarishi umumiy naflikni to'g'ri chiziq bo'yicha o'sishga olib keladi.

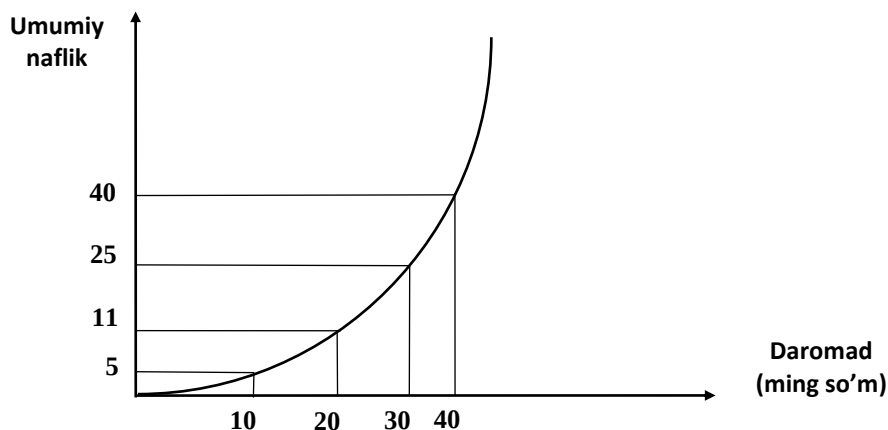
Tavakkalchilikka moyil bo'lgan inson, shunday inson hisoblanadiki, kutiladigan daromad berilganda u kafolatlangan natijaga ko'ra tavakkalchilik bilan bog'liq natijani ustun ko'radi.



8.2-rasm. Tavakkalchilikka befarqlik.

Tavakkalchilikka qiziqadigan inson undan bahra oladi. Bunday turdagi insonlarga o'z taqdirini sinab ko'rishdan bahramand bo'lish uchun barqaror daromaddan voz kecha oladigan insonlar kiradi. Ular yutish ehtimoliga yuqori baho

berib yuboradilar. Tavakkalchilikka moyillik grafigi keskin sur'atda ortib borayotgan parabola grafigi orqali ifodalanishi mumkin (8.3-rasm).



8.3-rasm. Tavakkalchilikka moyillik.

Hayotda va umuman barcha bozor sub'ektlari tavakkalchilikni e'tiborga oladi. Ko'chalardagi, bozorlardagi har xil firibgarlar tavakkalchilikka moyil insonlar hisobidan boylik orttirsas, sug'urta kompaniyalari tavakkalchilikka moyil bo'lmagan insonlarni yo'qotishlarini kamaytirishga xizmat qiladilar.

8.3. Tavakkalchilikni (yo'qotishlarni) pasaytirish

Tavakkalchilikni pasaytirishning quyidagi turlari mavjud: diversifikatsiya, sug'urtalash, tavakkalchilikni taqsimlash, axborot izlash.

Diversifikatsiya usulida tavakkalchilik bir necha tovarlarga taqsimlanadi, ya'ni biror tovarni sotish (sotib olish) yuqori tavakkalchilik bilan bog'liq bo'lishi boshqa bir tovarni sotishdan (sotib olishdan) bo'ladigan tavakkalchilikni kamaytirishga olib keladi.

Masalan, biror firma ikki xil mahsulot ishlab chiqaradi. Ma'lumki, bir vaqtning o'zida ikkala mahsulot turiga bo'lgan talabning kamayib ketish ehtimoli, ulardan bittasiga bo'lgan talabni kamayib ketish ehtimolidan yuqori. Ko'p hollarda bir turdagi mahsulotga bo'lgan talab kamayganda ikkinchi turdagi mahsulotga bo'lgan talab oshadi. quyidagi 4-jadvalda ikki turdagi mahsulotdan olinadigan daromadlar keltirilgan.

8.4- Jadval

Tovarlarni sotishdan tushgan daromad.

Tovarlarni turi	Yoz fasli	Qish fasli
1-tur (muzqaymoq)	6 mln. so'm	1 mln. so'm
2-tur (issiq choy)	1 mln. so'm	6 mln. so'm

Firma o'z ishlab chiqarishini diversifikatsiya qilib yoz oyida ikkinchi tur tovar hisobidan yo'qotadigan daromadini birinchi tur tovarni ko'proq sotish hisobidan qoplaydi. Xuddi shunday qish faslidagi yo'qotishlar ikkinchi tovar hisobidan qoplanadi. Ko'rinib turibdiki firma diversifikatsiya yo'li bilan tavakkal-

chilikni kamaytirdi. Lekin, diversifikatsiya tavakkalchilikni to'liq yo'qotmaydi, u faqat kamaytiradi xolos.

Tavakkalchiliklarni qo'shish - ushbu usul tasodifiy yo'qotishlarni o'zgaras xarajatlarga aylantirish orqali tavakkalchilikni kamaytirishga qaratilgan. Ma'lumki, mulkning o'g'irlanishi, shaxsning kasal bo'lib ishga chiqmasligi, tabiiy ofatlarning bo'lishi tasodifiy bo'lib ular juda katta xarajatlarga olib kelishi mumkin. Ushbu noxush hodisalarning oqibatlarini kamaytirishda sug'urtaning ahamiyati katta.

O'zbekistonda ham hozirgi vaqtda ko'pgina insonlar o'z hayotlarini, mulkini sug'urtalaydilar. Sug'urta ishlarini yo'lga qo'yish uchun respublikada maxsus qonunlar ishlab chiqilgan va bir qator davlat va nodavlat sug'urtalash firmalari faoliyat ko'rsatmoqda.

Sug'urtalashda tavakkalchilikni qo'shish samaradorligi shu bilan belgilanadiki, sug'urtalangan shaxslarning tavakkalchiligi bir-biriga bog'liq bo'lmasligi kerak.

Tavakkalchilikni taqsimlash - ushbu usulga ko'ra zarar kiritish ehtimoli bilan bog'liq bo'lgan tavakkalchilik bilan qatnashuvchi sub'ektlar o'rtasida shunday taqsimlanadiki, oqibatda har bir sub'ektning kutiladigan yo'qotishi nisbatan kichik bo'ladi.

Ushbu usuldan foydalangan holda yirik moliya kompaniyalari katta masshtabdagi loyihalarni va ilmiy izlanishlarni tavakkalchilikdan qo'rqmasdan moliyalashtiradilar.

Axborot bilan ta'minlash ham tavakkalchilikni kamaytiradi. Nima uchun deganda, axborotning etishmasligi noto'g'ri qaror qabul qilishga olib keladi. Hozirgi vaqtda axborot asosiy taqchil resurslardan biri bo'lib, uni olish uchun haq to'lash kerak, ya'ni axborot olish xarajat bilan bog'liq, ba'zi axborotlar nihoyatda qimmat turadi. SHuning uchun ham kerakli bo'lgan axborotdan qancha olish kerak deganda, uning chekli xarajati bilan chekli nafini solishtirib ko'rish kerak bo'ladi.

Asimmetrik axborotlashgan bozor. Asimmetrik axborot - bu shunday holatki, bozordagi bozor sub'ektlari o'rtasida bo'ladigan savdo-sotiqda ularning bir qismi kerakli, muhim axborotga ega, qolgan qismi esa ega emas.

Bozordagi tovarlarni taqsimlanishi optimal bo'lishi tovarlar narxi va tovar to'g'risida qanchalik to'g'ri axborot berishi bilan bog'liq. Raqobatlashgan bozorni qaraganimizda biz axborotni simmetrik ravishda taqsimlangan, ya'ni sotuvchilar va sotib oluvchilar axborot bilan to'liq ta'minlangan, deb faraz qilgan edik. Bunday holatda narxlar sotiladigan ne'matlarning al'ternativ xarajatlari to'g'risida to'liq axborot beradi. Aniq va to'liq axborotning bo'lishi bozordagi ne'matlarning optimal taqsimlanishiga yordam beradi. Lekin, bozorda ahvol butunlay boshqacha. Sotuvchilar o'z tovarlari sifatini yaxshi bilsada, ushbu axborotni xaridordan yashiradi. Xuddi shunday xaridorlar ham o'zlarining bozordagi hatti-harakatlarini yashirib, har xil yo'l bilan savdo-sotiqda bir tomonlama yutuqqa erishishga harakat qiladi. Bozor narxi o'zida juda ko'p axbortni mujassamlashtiradi. Ushbu axbortni bozor qatnashchilari qancha to'liq bilsa, savdo-sotiq ikki tomon uchun shun-

cha samarali bo'ladi, ya'ni ikki tomon ham maksimal foyda ko'radi. YUqoridagidan kelib chiqib aytish mumkinki, bozorda axborotlar asimmetrik (to'liq) bo'lmaganligi uchun bozor mexanizmi ham etarli darajada mukammal emas.

Mahsulot sifati noaniqligi. Avtomobil va sug'urta bozoridagi asimmetrik axborot. Faraz qilaylik, bozorda foydalanilgan avtomobillar sotiladi. Faraz qilaylik, mashinaning holati (sifati) o'rtacha holatdan yuqori bo'lsa yaxshi avtomobil, past bo'lsa - yomon avtomobil (ushbu masalani 1970 yilda birinchi bo'lib amerikalik olim A.Akerlof o'rgangan). Yaxshi avtomobillarning narxi 3000 doll. Agar bozorda ikkala kategoriyadagi avtomobillar soni bir-biriga teng bo'lsa, avtomobilning o'rtacha narxi 2000 doll. bo'ladi. Ushbu holatda yaxshi avtomobilni ham, yomon avtomobilni ham sotib olish ehtimoli 50 foizga teng.

Biroq sotuvchilar o'zlarining avtomobili sifatini yaxshiroq biladi, xaridorlar bunday axborotga ega emaslar. Yaxshi mashina sotuvchilarni 2000 doll. narx qanoatlantirmaydi. Yomon mashina sotuvchilarni esa 2000 doll. narx qanoatlantiradi va bu narx ular kutgan narxdan ancha yuqori.

Bozorda asimmetrik axborot bo'lgan sharoitda avtomobil bozoridagi narx avtomobil sifati to'g'risida to'liq axborotni bermaydi, natijada bozordagi savdosotiqnlarni noratsional bo'lishiga olib keladi. Yaxshi avtomobil egalari o'z avtomobillarini 2000 doll.da sotishdan voz kechadilar. Oqibatda yaxshi avtomobillar taklifi kamayadi. Yomon avtomobillar narxi yuqori bo'lgan uchun, ularning taklifi oshadi. Bunday holatda yaxshi avtomobil olish ehtimoli 50 foizdan nolga tushib ketadi.

Sug'urtalash bozori. Sug'urtalash bozorida ham avtomobillar bozoridagi holatni kuzatish mumkin. Sug'urta qilinadigan shaxs o'zining sug'urta ob'ekti to'g'risida sug'urtalovchiga qaraganda ko'proq axborotga ega. Shuning uchun ham, bu erda zaifroq, sog'lig'i yaxshi bo'lmagan shaxslar ko'proq sug'urta kompaniyasi xizmatidan foydalanishga harakat qiladilar. Ushbu holat sug'urta kompaniyalarini sug'urta narxini oshishiga olib keladi va yuqori sug'urta narxi o'z navbatida sog'ligi yaxshi bo'lgan shaxslarni sug'urtalashga bormasligini kuchaytiradi.

Ma'naviy tavakkalchilik (yo'qotish) - yo'qotishlar sug'urta kompaniyasi tomonidan to'liq qoplanishiga ishonib vujudga kelishi mumkin bo'lgan yo'qotishlar ehtimolini ongli ravishda oshirishga intiluvchi shaxslarning hattiharakati.

Insonlar o'z hayotini, mulkini sug'urtalagandan keyin, o'zining hayotiga, mulkining saqlanishiga ko'pincha befarq qaray boshlaydilar. Ular sug'urtalashgacha qilinadigan ehtiyot-choralarni bajarmay qo'yadilar. Bunday holat tavakkalchilikni kuchaytiradi va inson o'zini sug'urta qilgan voqeahodisalarning sodir bo'lish ehtimolini oshishiga olib keladi.

Ba'zi bir nopok insonlar yuqori sug'urta haqi olish maqsadida, ongli ravishda o'zining eski uyini yoqadi, mulkini yaroqsiz holatga keltiradi va hatto o'z qarindoshlarini o'ldirishgacha boradilar.

Ma'naviy yo'qotishlarni quyidagi yo'llar orqali kamaytirish mumkin:

- * sug'urtalanadigan shaxslarni yaxshiroq tekshirish, mijozlarni yo'qotishlari bo'yicha klassifikatsiya qilish asosida sug'urta badalini differentsiatsiyalash (ya'ni, yo'qotishi yuqori bo'lgan shaxs uchun yuqori sug'urta badali belgilash);
- * yuqori yo'qotishga ega bo'ladigan shaxslar bilan sug'urta shartnomasini tuzmaslik (narkomanlar, spirtli ichimlik ichib avtomobil haydaydigan shaxslar);
- * yo'qotishni qisman qoplash sharti bilan sug'urtalash.

Bozordagi asimmetrik axborotlarni yo'qotish yo'llari.

Bozor signallari. Bozorda sotiladigan tovar to'g'risida, tovarni ishlab chiqaruvchi firmaning nomi to'g'risidagi axborotlar, tovar markasi, firma belgisi, firmaning obro'i, tovar sifati va kafolati to'g'risidagi axborotlar bozor signallari bo'lib xizmat qiladi va bu signallar tovar sotib olishdagi tavakkalchilikni kamaytiradi. Masalan, siz sotib olmoqchi bo'lgan tovar siz bilgan, sifatli mahsulot ishlab chiqaradigan firmaning mahsuloti bo'lsa, siz mahsulotni yo'qotishsiz sotib olasiz.

Auksionlar. Auksionlar ham axborotlardagi asimmetriyani yo'qotadigan bozor hisoblanadi. Noyob san'at namunasiga, tez buziladigan mahsulotlarga (sabzavot, meva, baliq) narxlar sotish vaqtida o'rnatiladi. Auksionlarning asosan ikki turi mavjud: Ingliz va Golland Auksionlari.

Ingliz auksioni - bu auksionda stavka pastdan yuqoriga qarab oshib boradi va bu oshish taklif qilingan maksimal narxda tovar sotilguncha davom etadi. Ushbu auksionda asosan san'at namunalari, zebu-ziynatlar va hokazolar sotiladi.

Golland auksionida stavkalar yuqoridan pastga qarab, toki tovar minimal mumkin bo'lgan narxda sotilgunga qadar tushib boradi. Ushbu auksionda vaqt muhim ahamiyatga ega, nima uchun deganda auksionda asosan tez buziladigan tovarlar sotiladi: gullar, sabzavotlar, mevalar, baliq va hokazolar sotiladi.

Golland auksionida minimal mumkin bo'lgan narx - birinchi e'lon qilingan narxning 20 foizi hisoblanadi. Agar tovar ushbu narxda ham sotilmasa, u sotuvdan olinadi.

Yopiq auksion - bu auksionda qatnashuvchilar bir-biriga bog'liq bo'lmagan holda tovar uchun stavkalar qo'yadi va tovar kim ko'p stavka qo'ygan bo'lsa, unga beriladi.

Hozirgi vaqtda iste'molchi huquqini himoya qiluvchi qonunlar ishlab chiqilgan. Bu qonunga ko'ra iste'molchi sotib olingan tovardan foydalanishi davomida ko'rgan jismoniy hamda ma'naviy yo'qotishlarini qoplashni sotuvchidan talab qilishga haqi bor. Lekin, iste'molchi huquqini himoya qilishda ob'ektiv chegara bo'lishi lozim. Rivojlangan davlatlarda iste'molchining yo'qotishini qoplash sotib olingan tovar qiymatining uch barobaridan oshmasligi kerak.

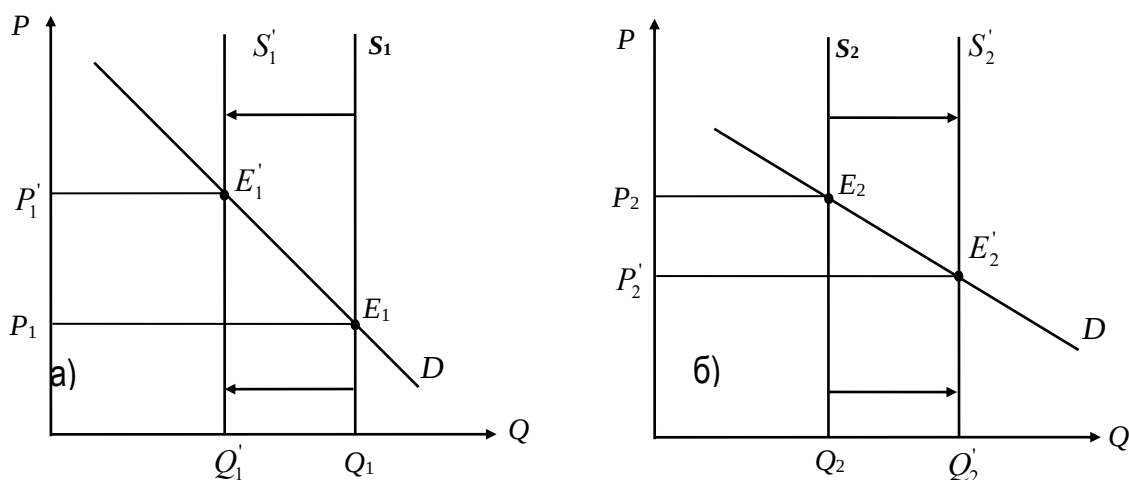
Ma'lumki, iste'molchi huquqini himoya qilish sotiladigan tovar va ko'rsatiladigan xizmat to'g'risida to'liq axborotga ega bo'lishni taqozo qiladi. Lekin, bunday axborotni olish mumkinmi, degan savol tug'iladi. Bu erda iste'molchilar jamiyati va ommaviy axborot vositalari (gazeta, radio, televidenie), qonun chiqaruvchi va ijro etuvchi hokimiyat organlari muhim rol o'ynaydi. Axbo-

rot berishda firmalarning o'zi ham katta rol o'ynaydilar. Lekin, axborot uchun haq to'lash kerak.

Ma'lumki, axborotlarning juda katta qismi reklama shaklida keladi. Lekin, reklamalar to'g'ri axborot beradimi yoki yo'qmi uni aniqlash qiyin. Shuning uchun ham bu erda asosiy mezon mahsulot sifati bilan uning narxi o'rtasidagi nisbatning optimal bo'lishidadir. Ma'lumki, mahsulot sifatining oshishi, uning narxini oshiradi.

Olib sotarlik va uning iqtisodiyotdagi o'рни. Olib sotarlik (savdogarlar) deganda, foyda olish maqsadida biror tovarni sotib olib, uni yuqori narxda sotish faoliyati tushuniladi. Olib sotarlar bozor sharoitida muhim rol o'ynaydilar, ular ortiqcha tovarni sotib olib, qaerda unga talab ko'p bo'lsa, o'sha erga etkazib beradilar. Bu o'z navbatida tovarga bo'lgan narxni butun fazo bo'yicha ma'lum darajada tekis bo'lishini ta'minlaydi. Savdogarlar iste'molni vaqt bo'yicha siljishini ta'minlaydilar. Ular qishloq xo'jalik mahsulotlarini yoz faslida sotib olib, qish faslida sotadi, yoki serhosil yilda sotib olib, qurg'oqchilik kelgan yilda sotadilar. Ushbu holat iste'molni mo'l-ko'lchilik vaqtdan iste'mol tovarlari cheklangan vaqtga ko'chiradi va shu bilan narxlarning tekislashuvini ta'minlaydilar.

Savdogarlar bo'lmaganda, serhosil yilda talab D va taklif S_1 bo'lganda, muvozanat holat E_1 nuqtada o'rnatilgan bo'lar edi (8.4a-rasm).



8.4-rasm. a) Serhosil yil; b) Hosildor bo'lmagan yil.

Hosildor bo'lmagan yildagi talab D taklif S_2 va muvozanatlik E_2 (8.4b-rasm). Savdogarlar serhosil yilda mahsulot sotish hajmini Q_1 dan Q'_1 ga qisqartirib, muvozanat narxni P_1 dan P'_1 ga ko'taradi. Shu bilan birga jamg'arilgan mahsulot zahirasi hosildor bo'lmagan yildagi taklifni Q_2 dan Q'_2 ga oshirib, muvozanat narxni P_2 dan P'_2 ga tushiradi. Shunday qilib, savdogarlar iste'molni serhosil yildan hosil kam bo'lgan yilga siljitib narxni tekislaydilar. Savdogarlarga qishloq xo'jaligidagi mavsumiy tebranishlarni tekislashga yordam beradilar. Savdogarlar tavakkalchilikka bormaydiganlardan yo'qotishlarni sotib olib, foyda olish maqsadida o'zlari tavakkalchilikka boradilar.

Tavakkalchilikni pasaytirishda fyucherslar, opsiya va xedjirlashtirishlar ham muhim rol o'ynaydilar.

Fyucherslar - bu oldindan belgilangan narxlarda ma'lum miqdordagi tovarlarni kelajakda ma'lum kunda etkazish uchun tuzilgan muddatli shartnoma.

Fyuchers bozori yordamida qishloq xo'jalik mahsulotlari, kofe, shakar va boshqa tovarlar sotiladi. Fyuchers bozori yordamida ishbilarmon ma'lum miqdordagi tovarni bugungi narxda kelajakda ma'lum muddatga qo'yish uchun shartnoma tuzadi.

Opsiya yoki mukofotga ko'ra savdo-sotiq - bu Fyuchersning bir turi bo'lib, unga ko'ra bir tomon komissiya to'lov asosida biror tovarni kelajakda sotib olish yoki sotish huquqini oldindan kelishilgan narxda sotib oladi. SHuni aytish kerakki, Fyuchers ham, opsiya ham tovarlar narxini vaqt bo'yicha tekislashga yordam beradi.

Xedjirlashtirish - bu operatsiya bo'lib, unga ko'ra fyucherslar bozori va opsiya bozori yordamida bir tavakkalchilik boshqa bir tavakkalchilik bilan qoplanadi. Ushbu operatsiyaning mohiyati shundan iboratki, narxlar o'zgarishi bilan bog'liq tavakkalchilik (yo'qotishlar) savdogar zimmasiga yuklatiladi.

Shunday qilib, savdogarchilikning ahamiyati shundaki, ular axborotlarni axborot egalari olib axborotga muxtoj bo'lganlarga etkazadilar.

Qisqa xulosalar

Noaniqlik sharoitida qaror qabul qilish deganda, to'liq axborot bo'lmaganda qaror qabul qilish tushuniladi. Biror voqea yoki hodisa to'g'risida axborot to'liq bo'lmasa, qabul qilingan qaror salbiy oqibatlarga, ya'ni ma'lum yo'qotishlarga olib keladi. Ushbu yo'qotishlar tavakkalchilikni bildiradi.

Bozorda sotiladigan tovar to'g'risida, tovarni ishlab chiqaruvchi firmaning nomi to'g'risidagi axborotlar, tovar markasi, firma belgisi, firmaning obro'i, tovar sifati va kafolati to'g'risidagi axborotlar bozor signallari bo'lib xizmat qiladi va bu signallar tovar sotib olishdagi tavakkalchilikni kamaytiradi.

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Noaniqlik va tavakkalchilik deganda nimani tushunasiz?
2. Ob'ektiv va sub'ektiv ehtimollar va ular o'rtasidagi farq.
3. Tavakkalchilikka moyillik.
4. Ma'naviy tavakkalchilik deganda nimani tushunasiz?
5. Tavakkalchilikka befarq qaraydigan shaxs qanday xususiyatga ega.
6. Tavakkalchilikni pasaytirish yo'llarini izohlab bering.
7. Asimmetrik axborot qanday oqibatlarga olib keladi?
8. Axborotdagi asimmetriyani yuqotish yo'llari.
9. Investitsiya tavakkalchiligi deganda nimani tushunasiz.
10. Bozor signallari nimani ifodalaydi?
11. Olib sotarlik va uni iqtisodiyotdagi o'rni.

Asosiy adabiyotlar ro'yxati

1. Н. И. Базылев, С. П. Гурко, М. Н. Базылева, А. К. Корольчук, М. Г. Муталимов, Л. Н. Новикова. Микроэкономика. Издательство: БГЭУ 2003 ISBN: 985-426-183-2.
2. Славин М.Б. Системный подход в микроэкономике. - М.: ТЕИС, 2003.
3. Конюховский П.В. Микроэкономическое моделирование в банковской деятельности. Москва, Харьков, Минск, 2003.
4. Учебные материалы по Микроэкономике On-line
<http://www.ic.omskreg.ru/econrus/win/library/3/37/371/3713/table.htm>