

# **Microeconomics**

## **Lecture 10**

# **Profit Maximization in a Perfectly Competitive Market**

**Lecturer: Sherzod Mustafakulov**

## VII-Bob. Mukammal raqobatlashgan bozordagi firmaning harakati.

### 7.1. Qisqa muddatli oraliqda raqobatlashuvchi firma foydasini maksimallashtirish va uning taklif chizig'i

Bozor **mukammal raqobatlashgan** yoki **raqobatlashgan** bozor bo'ladi, agar unda quyidagi shartlar bajarilsa:

- \* sotuvchi va xaridorlar bozorda mahsulot narxi qanday bo'lsa, shunday qabul qiladilar va ular narxga ta'sir qila olmaydilar;
- \* bozorga yangi sotuvchilarni kirishi va sotuvchilarni bozordan chiqishi cheklanmagan;
- \* sotuvchilar birgalikda harakat qilish strategiyasini ishlab chiqmaydi;
- \* bozor sub'ektlari bozor to'g'risida to'liq axborot olish imkoniyatiga ega.

Bunday shartlar bajariladigan bozor mukammal raqobatlashgan bozor, sof raqobatlashgan yoki raqobatlashgan bozor deb qaraladi. Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmaning raqobatlashuvchi firma deb qaraladi. Bundan keyin raqobatlashuvchi firma to'g'risida gapirilganda, biz raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firmani nazarda tutamiz.

Demak, raqobatlashgan bozorda tovar narxi bozorda talab va taklif asosida shakllanadi va unga sotuvchi ham xaridor ham ta'sir qila olmaydi:

$$P = const .$$

Raqobatlashgan bozorda har bir alohida sotuvchi tomonidan sotiladigan tovarning bozorda sotiladigan umumiy tovar miqdoridagi ulushi juda oz bo'lgani uchun ham u tovar narxini o'zgartira olmaydi.

Mukammal raqobatlashgan bozorda sotuvchilar ham xaridorlar ham ko'p. Raqobatlashgan bozorni tahlil qilganimizda bozordagi tovarlarni bir xil deb, ya'ni ularning sifati bir xil deb qaraymiz. (Amalda tovarning sifatiga qarab, ularning narxi har xil bo'ladi, sifatli tovarning narxi sifati pastroq tovarning narxiga ko'ra yuqori bo'ladi).

Raqobatlashgan bozorda **umumiy daromad** ( $TR$ ) firma tomonidan ma'lum miqdordagi ne'matni sotishdan olgan daromadiga teng, ya'ni umumiy daromad sotilgan mahsulot miqdorini ( $Q$ ) uning narxiga ( $P$ ) ko'paytmasiga teng:

$$TR = P \cdot Q, \quad (2)$$

bu erda  $TR$  yoki  $R$  - umumiy daromad;  $P$  - narx;  $Q$  - sotilgan ne'mat miqdori.

Umuman olganda, daromad sotilgan mahsulot miqdoriga bog'liq bo'lganligi uchun, u  $R(Q)$  ko'rinishida yoziladi.

**O'rtacha daromad** ( $AR$ ) - sotilgan bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan daromaddir, ya'ni:  $AR = \frac{TR}{Q} = \frac{P \cdot Q}{Q} = P.$  (3)

**Chekli daromad** ( $MR$ ) - bu qo'shimcha bir birlik ne'matni sotish natijasida umumiy daromadning o'sgan qismi  $\Delta R(Q)$ , ya'ni:

$$MR = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = \frac{d(P \cdot Q)}{\Delta Q} = P \cdot \frac{\Delta Q}{\Delta Q} = P. \quad (4)$$

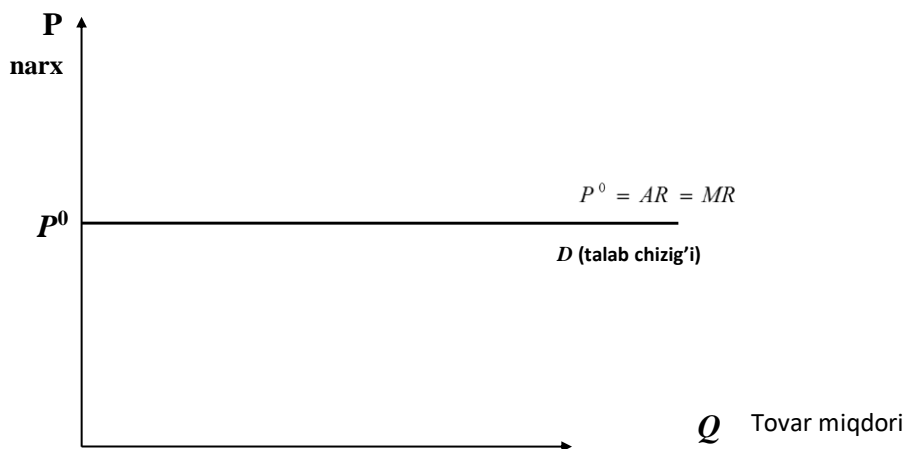
Raqobatlashuvchi firmaning mahsulotiga bo'lgan talab chizig'i uning o'rtacha daromad chizig'i bilan ifodalanadi. Faraz qilaylik firma mahsulotiga bo'lgan talab funksiyasi umumiy holdagi chiziqli funksiya ko'rinishida berilgan bo'lsin:

$$P = a_0/a_1 - Q_d/a_1. \quad (5)$$

Firmaning daromadini yozamiz  $R = P \cdot Q = (a_0/a_1 - Q_d/a_1) \cdot Q_d$ , bundan o'rtacha daromadni aniqlaymiz:  $AR = P = a_0/a_1 - Q_d/a_1$ ; (6)

Ko'rinib turibdike, oxirgi o'rtacha daromad funksiyasi teskari talab funksiyasining o'zi, ya'ni  $AR = P = a_0/a_1 - Q_d/a_1$ .

Demak, raqobatlashgan bozorda talab chizig'i o'rtacha va chekli daromadlar chizig'i bilan ifodalanadi. Agar abtsissa o'qi bo'yicha mahsulot miqdori  $Q$  ni va ordinat o'qi bo'yicha tovar narxini joylashtirsak, ular o'rtasidagi bog'liqlik gorizonttal o'qqa nisabatan parallel chiziq bilan ifodalanadi va bu chiziq raqobatlashgan bozorda harakat qiluvchi firma mahsulotiga bo'lgan talab chizig'ini beradi (7.1-rasm).



7.1-rasm. Raqobatlashgan bozordagi narx, o'rtacha va chekli daromad.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, raqobatlashgan bozordagi talabning narx bo'yicha elastikligi cheksizdir  $E_p^D = \infty$ , ya'ni absolyut elastik. Bu degani, raqobatlashgan bozorda biror sotuvchi o'z tovari narxini kichik miqdorga oshirsa, u o'zining barcha xaridorlaridan ajraladi, agar narxni kichik miqdorga kamaytirsa, u o'ziga bozordagi barcha xaridorlarni tortadi.

Misol. Raqobatlashgan bozorda bir xil sifatli apel'sin sotilmoqda. Sotuvchining umumiy, o'rtacha va chekli daromadlarini hisoblaymiz. Ushbu hisob-kitoblar quyidagi jadvalda keltirilgan.

7.1-jadval

Sotilgan apel'sin miqdori, $Q$	Apel'sin narxi, $P$	O'rtacha daromad, $AR$	Yalpi daromad, $TR$	Chekli daromad, $MR$
0	75	75	0	-
1	75	75	75	75
2	75	75	150	75
3	75	75	225	75
4	75	75	300	75
5	75	75	375	75
6	75	75	450	75
7	75	75	525	75
8	75	75	600	75
9	75	75	675	75
10	75	75	750	75

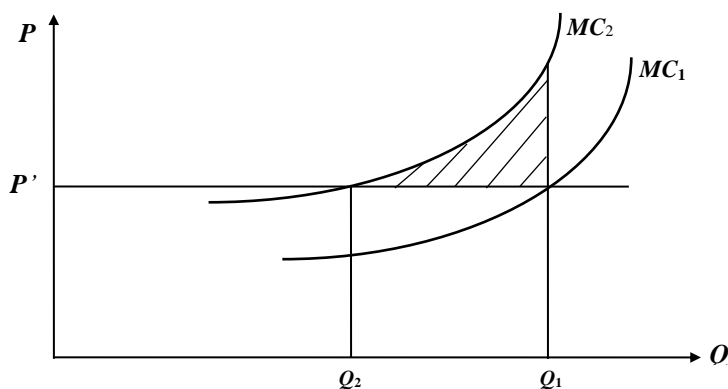
Chekli daromad  $MR$  yalpi daromadning berilgan qiymatidan oldingisini ayirish bilan aniqlanadi. Maslan,

$$MR(5) = TR(5) - TR(4) = 375 - 300 = 75.$$

## 7.2. Qisqa muddatli oraliqda ishlab chiqarish hajmini aniqlash va foydani maksimallashtirish.

**Raqobatlashuvchi firmaning ishlab chiqarish omillari narxining oshishiga aks ta'siri.** Raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firma ishlab chiqarish omillaridan birining narxi oshganda qanday qaror qabul qilishini ko'rib chiqamiz.

Bozordagi narx  $P'$  va firmaning boshlang'ich (ishlab chiqarish omillari narxi o'zgarmagandagi) chekli xarajati  $MC_1$  va firma foydasini maksimallashtiruvchi ishlab chiqarish hajmi  $Q_1$  bo'lsin deylik (7.2-rasm).



7.2-rasm. Chekli xarajatning ishlab chiqarish hajmiga bog'liqligi.

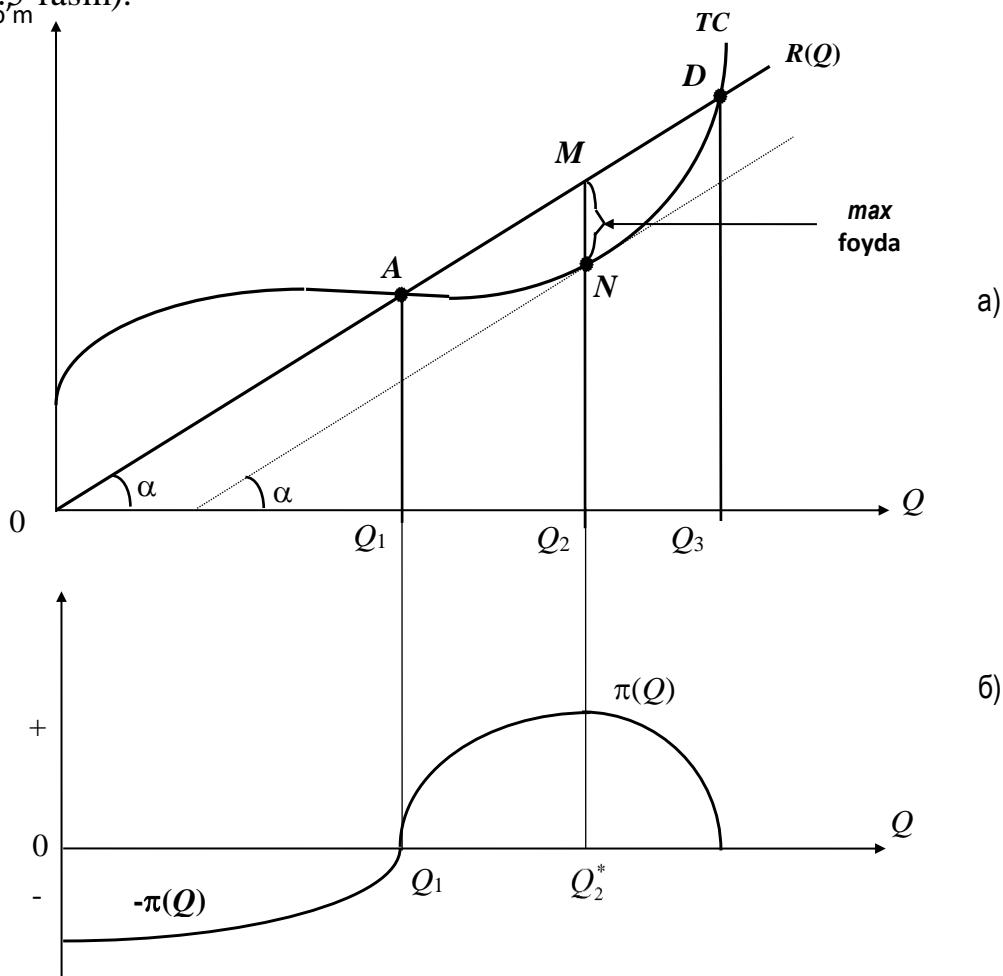
Faraz qilaylik, ishlab chiqarish omillaridan birining narxi oshdi deylik. Omil narxining oshishi chekli xarajat  $MC_1$  ni yuqoriga chapga  $MC_2$  ga siljitadi. Nima uchun deganda, har bir ishlab chiqariladigan mahsulot xarajati oshadi. Foydani yangi chekli xarajatda maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi  $Q_2$  ni tashkil qiladi, ya'ni  $Q_2$  hajmda  $P' = MC_2$ .

Shunday qilib, ishlab chiqarish omili narxining oshishi firmani mahsulot ishlab chiqarish hajmini qisqartirishga majbur qiladi. Agar firma ishlab chiqarishni  $Q_1$  hajmda davom ettirganida shtrixlangan sohaga teng bo'lgan zararni ko'rgan bo'lar edi. Shtrixlangan soha firma foydasining yo'qotilishi mumkin bo'lgan qismini ifodalaydi.

Qisqa muddatli oraliqda firma kapitali razmeri o'zgarmaydi, shuning uchun u foydani maksimallashtiradigan o'zgaruvchan ishlab chiqarish omillari hajmini tanlashi lozim bo'ladi. Ma'lumki, foydani maksimallashtirish bu umumiy daromad bilan umumiy xarajatlar ayirmasini maksimallashtirish demakdir, ya'ni:

$$\pi(Q) = TR(Q) - TC(Q). \quad (1)$$

Agar abtsissa o'qi bo'yicha ishlab chiqariladigan mahsulot hajmini, ordinata o'qi bo'yicha - umumiy daromadni joylashtirsak, daromadning mahsulot hajmiga bog'liqligi ( $R(Q) = P \cdot Q$ ) koordinata boshidan chiquvchi nur bilan ifodalanadi. Umumiy xarajatlar esa o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar yig'indisidan hosil bo'ladi (7.3-rasm).



**7.3-rasm. Qisqa muddatli oraliqda foydani  
maksimallashtirish grafigi.**

7.3-rasmdagi grafikdan ko'rish mumkinki, ishlab chiqarish hajmi kichik bo'lganda, firma foydasi manfiy bo'ladi, firma zarar bilan ishlaydi, firmaning daromadi o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarni qoplash uchun etarli emas.

Ishlab chiqarish hajmi oshib borishi bilan firmaning foydasi musbat bo'lib oshib boradi va ishlab chiqarish hajmi  $Q_2$  ga teng bo'lganda daromad  $TR(Q)$  bilan umumiy xarajat  $TC(Q)$  o'rtasidagi farq maksimal bo'ladi (7.3-rasm bu  $MN$ ). Demak, foyda ishlab chiqarish hajmi  $Q = Q_2^*$  bo'lganda maksimallasadi (7.3-b -rasm). Ishlab chiqarish hajmi  $Q_2^*$  dan oshganda ( $Q > Q_2^*$ ) umumiy xarajatlarning o'sishi daromad o'sishiga nisbatan ustunroq bo'lgani uchun foyda kamayib boradi. Rasmdan ko'rinib turibdiki, ishlab chiqarish hajmi  $Q_1$  gacha bo'lganda firma zarar bilan ishlaydi, nima uchun deganda ( $TC > R(Q)$ ). Firma  $Q_1$  va  $Q_2^*$  oraliqda foyda oladi va bu foyda  $Q_2^*$  ga qadar oshib, ishlab chiqarish hajmi  $Q_2^*$  ga teng bo'lganda maksimal qiymatga erishadi.  $N$  nuqtada daromad chizig'ining burchak koeffitsienti (chekli daromad

$MR = \frac{\Delta R}{\Delta Q} = tg\alpha$ ) umumiy xarajat chizig'ining burchak koeffitsientiga (chekli xarajati  $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = tg\alpha$ ) teng  $MC = MR$ .

Shunday qilib, firmaning chekli daromadi bilan chekli xarajati bir-biriga teng bo'lganda foyda maksimal qiymatga erishadi.  $MC = MR$  foydani maksimallashtirish sharti bo'lib, firma qaysi bozorda (raqobatlashgan, monopol, oligopol) faoliyat ko'rsatmasin, u o'z kuchini saqlab qoladi.

Yuqoridagi mulohazalardan shu kelib chiqadiki, agar  $MR(Q) > MC(Q)$  bo'lganda, firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini oshirishi kerak (har bir qo'shimcha ishlab chiqarilgan mahsulot umumiy foydani oshirib boradi), agar  $MR(Q) < MC(Q)$  bo'lsa - ishlab chiqarish hajmini qisqartirish kerak bo'ladi.

Maksimallik shartini matematik tomondan keltirib chiqarish mumkin:

$$\pi(Q) = R(Q) - TC(Q). \quad (2)$$

(2)-funktsiya maksimal qiymatga erishadi, qachonki ishlab chiqarish hajmini kichik  $\Delta Q$  miqdorga oshirganimizda foyda o'zgarmasa, ya'ni

$$\frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} = 0, \text{ bundan } \frac{\Delta \pi(Q)}{\Delta Q} = \frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} - \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = 0. \quad (3)$$

(3)- munosabatda  $\frac{\Delta R(Q)}{\Delta Q} = MR$  va  $\frac{\Delta TC}{\Delta Q} = MC$ ,

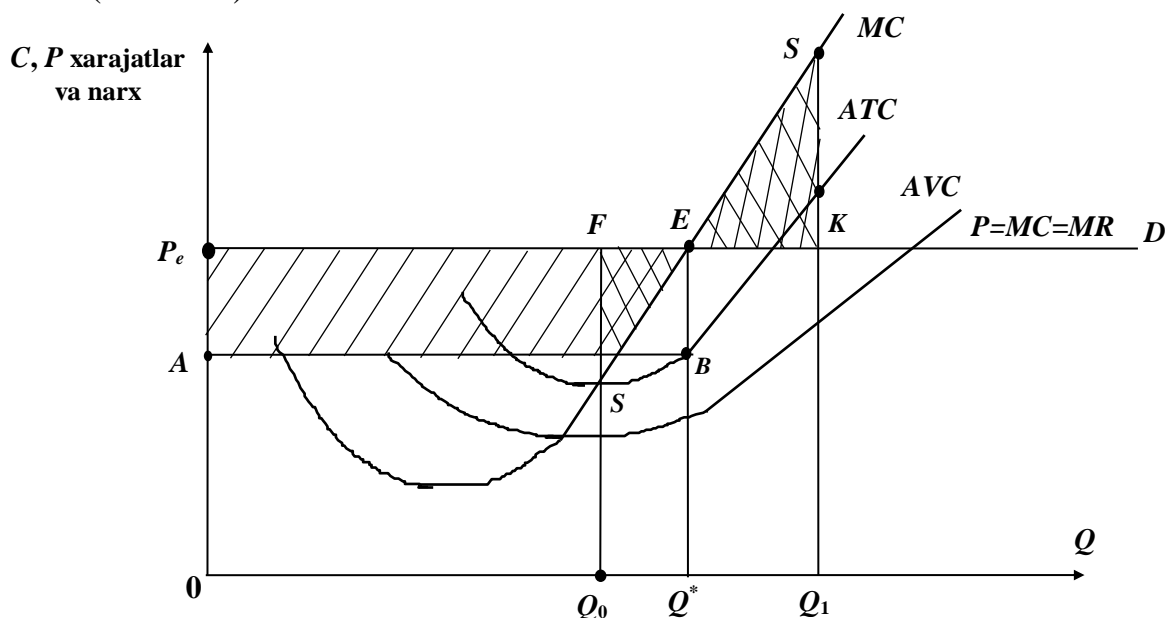
bo'lgani uchun foydani maksimallashtirish shartini quyidagicha yozamiz:

$$MR(Q) = MC(Q). \quad (4)$$

**Raqobatlashuvchi firmaning muvozanat holati.** Biz ko'rgan edikki, raqobatlashgan bozorda narx bozor tomonidan belgilanadi va unga firma ta'sir qila olmaydi. Bunday bozorda harakat qilayotgan firmaning talab chizig'i gorizontal chiziqdan iborat bo'lib, uning chekli daromadi narxga teng, ya'ni  $MR = P$ . Demak, raqobatlashuvchi firma foydasini maksimallashtirish sharti (qoidasi) shundan iboratki, firma ishlab chiqarish hajmini shunday tanlashi kerakki, bu hajmda narx chekli xarajatga teng bo'lsin:  $P = MC$ . (5)

(5)-shart raqobatlashgan bozorda faoliyat ko'rsatayotgan firma foydasini maksimallashtirish (muvozanat holati) sharti deyiladi, ya'ni raqobatlashuvchi firmaning chekli mahsulot qoidasini ifodalaydi. Ushbu qoidaga ko'ra firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini chekli xarajat narxga teng bo'lgunga qadar oshirishi mumkin. Demak,  $MC < P$  bo'lsa, ishlab chiqarishni oshirish mumkin va bu oshirish  $MC = P$  bo'lguncha davom etishi kerak.

Raqobatlashgan firma foydasini maksimallashtirish sharti yordamida biz firmaning muvozanat holatini belgilovchi nuqtani grafik orqali aniqlashimiz mumkin (7.4-rasm).



7.4-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi xarajatlari va foydasi.

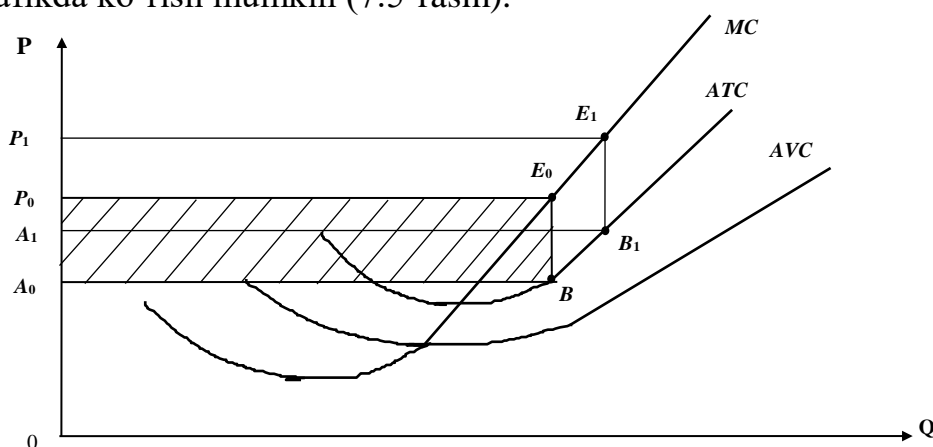
Rasmda  $E$  nuqta raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi muvozanat holatini ifodalaydi. Bu nuqtada  $P = MC$  bo'lib, ushbu nuqtada firma foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi  $Q^*$  ga erishadi.

Rasmda umumiy daromad ( $TR - TC$ )  $0P_eEQ^*$  to'rtburchak yuzasiga, umumiy xarajat  $0ABQ^*$  to'rtburchak yuzasiga teng. Umumiy maksimal foyda ( $\max \pi(Q) = TR - TC$ )  $AP_eEB$  yuza bilan ifodalanadi va bu yuza quyidagi formula bo'yicha hisoblanadi:  $\pi = (P - ATC) \cdot Q$ . (6)

Ishlab chiqarish hajmi  $Q^*$  dan kichik bo'lganda  $Q_0 < Q^*$  chekli daromad chekli xarajatdan ko'p demak, ishlab chiqarish hajmini oshirib qo'shimcha foyda olish imkoniyati bor. Rasmda ikki karra shtirxlangan *SFE* yuza ishlab chiqarish hajmi  $Q_0$  ga kamaygandagi yo'qotilgan foydani ifodalaydi.

Ishlab chiqarish hajmi  $Q^*$  dan yuqori bo'lganda, ya'ni  $Q_1 > Q^*$  da chekli xarajatlar chekli daromaddan yuqori. Bu holda, ishlab chiqarish hajmini qisqartirish umumiy xarajatlarni qisqartirishga olib keladi. Rasmdagi *ESK* uchburchak yuzasi  $Q_1$  miqdorda mahsulot ishlab chiqarish natijasida yo'qotilgan foydani ifodalaydi.

(6)-ifodadan kelib chiqib xulosa qilish mumkinki, narx o'rtacha umumiy xarajatdan qancha yuqori bo'lsa, firmaning foydasi shuncha ko'p bo'ladi. Buni quyidagi grafikda ko'rish mumkin (7.5-rasm).

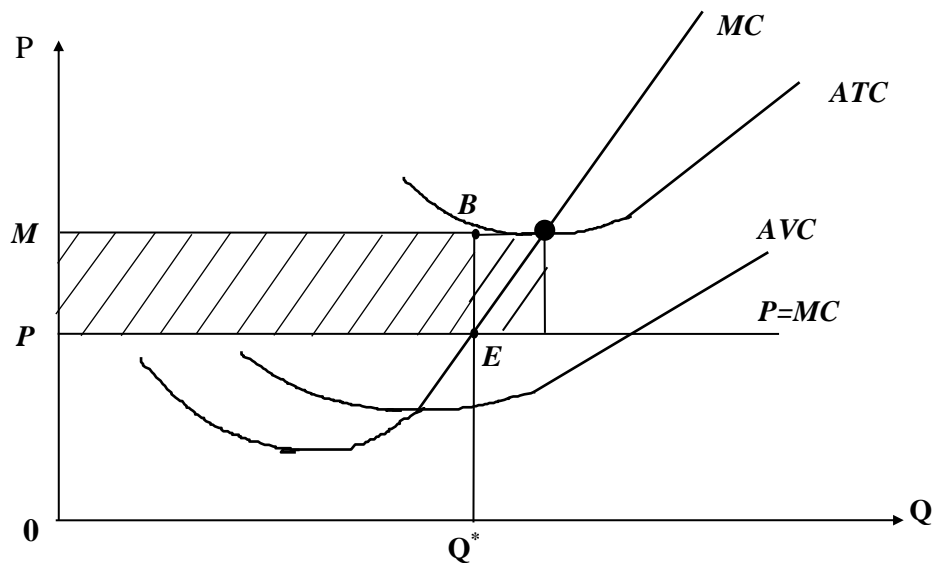


7.5-rasm. Raqobatlashuvchi firma foydasi.

Rasmda, boshlang'ich narx  $P_0$  bo'lganda umumiy foyda  $P_0A_0B_0E_0$  to'rtburchak yuzi bilan ifodalansa, narx oshib  $P_1$  bo'lganda umumiy foyda qiymati ham oshadi va  $P_1A_1B_1E_1$  to'rtburchak yuzi bilan ifodalanadi.

Shuni ham eslatish o'rinliki, firma qisqa muddatli oraliqda har doim ham foydani maksimallashtiravermaydi. Ko'p hollarda o'zgarmas xarajatning oshib ketishi umumiy o'rtacha xarajatni oshirib yuboradi (7.6-rasm).

Natijada, foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi  $Q^*$  da narx  $P$  o'rtacha umumiy xarajatdan kichik bo'ladi, ya'ni  $P < ATC(Q)$  va shuning uchun  $BE$  ishlab chiqarishning o'rtacha yo'qotishiga (zarariga) teng. Shtirxlangan  $PEBM$  to'rtburchak yuzi firmaning umumiy yo'qotishini bildiradi. Lekin, firma qisqa muddatli oraliqda zarar ko'rsa ham kelajakda narx oshishi yoki ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishi evaziga foyda olish maqsadida ishni davom ettiradi.



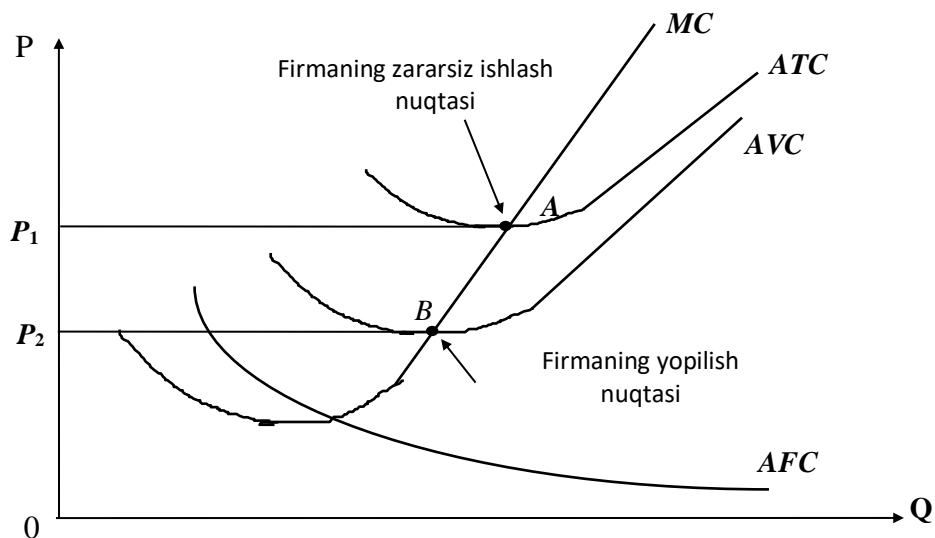
7.6-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi yo'qotishlari.

Umuman olganda, raqobatlashuvchi firma qisqa muddatli oraliqda ishlab chiqarishni davom ettirishi yoki davom ettirmasdan ishlab chiqarishni to'xtatishi to'g'risidagi qarorni qabul qilishda firma o'z daromadini umumiy o'rtacha xarajat bilan emas, balki faqat o'rtacha o'zgaruvchan xarajat bilan taqqoslaydi. Nima uchun deganda, o'zgarmas xarajatlarni sarflanib bo'lingan va ularni firmani yopganda ham kamaytirib bo'lmaydi. Shuning uchun ham narx o'rtacha o'zgarruvchan xarajatlardan yuqori bo'lib, o'rtacha umumiy xarajatlardan past bo'lganda firma kelajakda foydaga chiqish maqsadida ishlab chiqarish zarar ishlasa ham o'z faoliyatini davom ettiradi va shu bilan birga umumiy zararni minimallashtirishga harakat qiladi. Nima uchun deganda, bu narx o'rtacha umumiy xarajatlardan kichik ( $P < AC$ ) bo'lgani bilan, u firmaning o'zgaruvchan xarajatlarni (xom ashyo sarfi, ish haqini) qoplaydi, bundan tashqari o'zgarmas xarajatlarning ham ma'lum qismini qoplaydi.

Umumlashtirib aytadigan bo'lsak, raqobatlashgan bozorda harakat qilayotgan firma qisqa muddatli oraliqda xarajatlari bilan daromadlarini taqqoslagan holda foydani maksimallashtirishda chekli mahsulot va ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga amal qiladi.

Chekli mahsulot qoidasiga ko'ra firma mahsulot ishlab chiqarish hajmini chekli daromad bilan chekli xarajatlarni tengligini ta'minlaydigan darajada ushlab turishga harakat qiladi ( $MC = MR$ ).

Ishlab chiqarishni to'xtatish qoidasiga ko'ra firmaning iqtisodiy foydasi har qanday ishlab chiqarish hajmida noldan kichik bo'lsa, ya'ni raqobatlashgan bozordagi narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlardan kichik bo'lsa  $P < AVC(Q)$  (7.7-rasmda V nuqta), firma yopiladi (ushbu bozordan ketadi, faoliyatini tugatadi). V nuqta firmaning yopilish nuqtasi hisoblanadi.

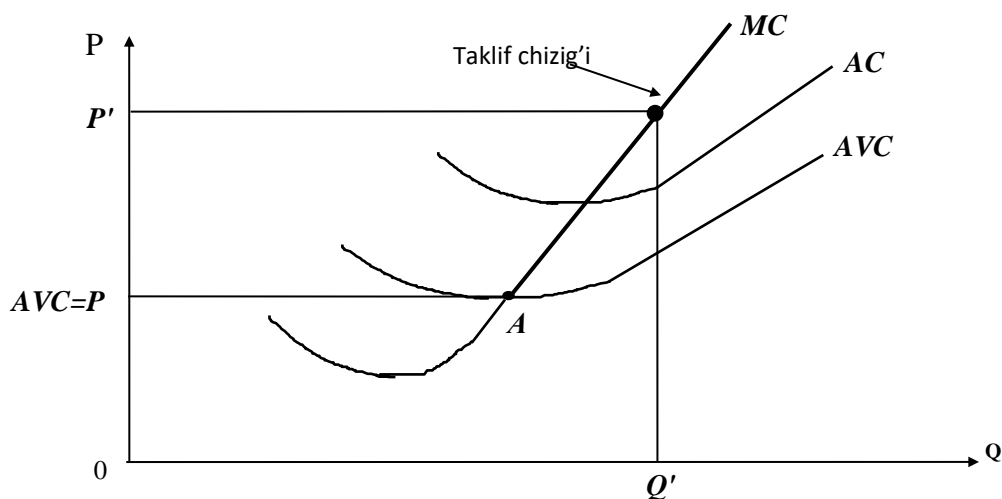


7.7-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi harakat qilish qoidalari.

Yuqoridagi qoidalar firma uchun umumiy xarakterga ega. Firma qaysi bozorda faoliyat ko'rsatishidan qat'iy nazar ushbu qoidalar o'z kuchini saqlaydi.

7.7-rasmda A nuqta firmaning zararsiz ishlash nuqtasi deyiladi, bu nuqtada  $P_e = ATC(Q)$  bo'lib, firma zarar ham ko'rmasdan, foyda ham olmasdan ishlashini ifodalaydi.

**Raqobatlashgan firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklifi.** Firmaning taklif chizig'i har bir mumkin bo'lgan narxlarda firma qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqarib taklif qilishini ifodalaydi. Yuqorida ko'rdikki, firma mahsulot ishlab chiqarishni narx chekli xarajatga teng bo'lgunga qadar oshiradi va narx o'rtacha o'zgaruvchan xarajatdan kichik bo'lsa, ishlab chiqarishni to'xtatadi (firma yopiladi). Demak, firmaning noldan yuqori hajmdagi ishlab chiqarish ( $Q > 0$ ) taklif chizig'i chekli xarajatning (MC) o'rtacha o'zgaruvchan xarajatning minimumidan yuqorida yotgan qismi bilan ustma-ust tushadi (7.8-rasm, chekli xarajat chizig'ining A nuqtadan yuqori qismi). AVC minimumidan yuqori bo'lgan har qanday narx  $P'$  da foydani maksimallashtiradigan ishlab chiqarish hajmi  $Q'$  ni grafik orqali aniqlashimiz mumkin (7.8-rasm).



**7.8-rasm. Raqobatlashuvchi firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklif chizig'i.**

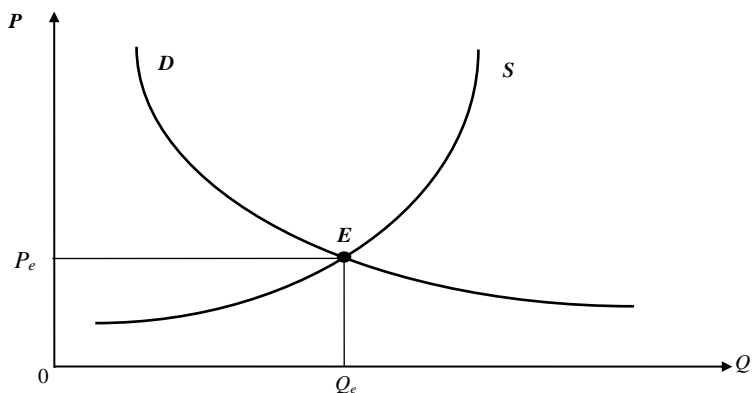
Raqobatlashgan bozorda narxning oshishi bozordagi firmalarni ishlab chiqarish hajmini oshirishga undaydi, shuning uchun ham raqobatlashgan firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklif chizig'i o'suvchi bo'ladi.

Endi raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqdagi tarmoq muvozanatini qaraymiz. Ma'lumki, bir turdagi (bir xil ehtiyojni qondiradigan) tovarlarni ishlab chiqaradigan firmalar birgalikda tarmoqni tashkil qiladi. U holda tarmoq taklifi tarmoqni tashkil qiluvchi firmalarning takliflari yig'indisidan iborat bo'ladi.

$$S = S_1 + S_2 + \dots + S_n,$$

bu erda  $S_1, S_2, \dots, S_n$  - firmalar taklifi chiziqlari;  $S$  - tarmoq taklifi chizig'i.

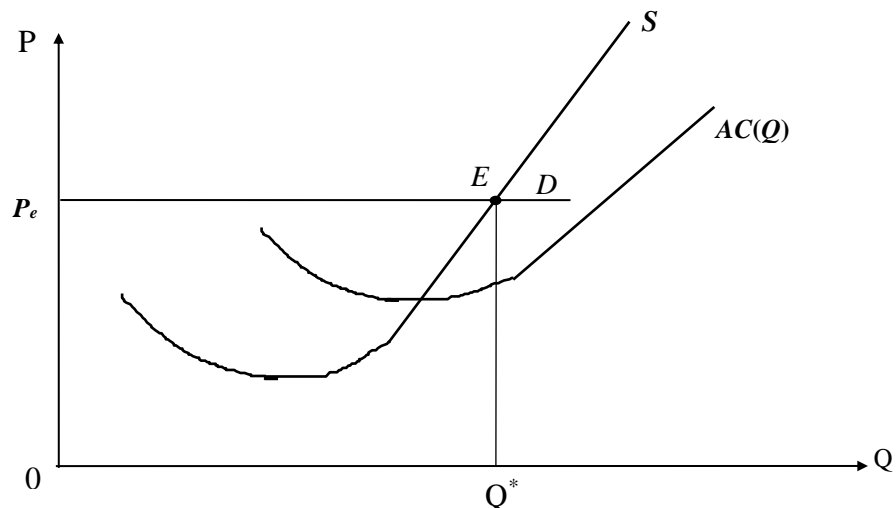
Agar tarmoq mahsulotiga talabni  $D$  bilan belgilasak,  $D$  bilan  $S$  chiziqlari kesishgan  $E$  nuqtasi tarmoqning muvozanat nuqtasini beradi va kesishgan nuqta  $E$  ga mos keluvchi narx  $P_e$  tarmoq muvozanat narxi,  $Q_e$  esa tarmoq muvozanat tovar hajmi deyiladi.



**7.9-rasm. Raqobatlashgan bozorda, qisqa muddatli oraliqda tarmoq muvozanati.**

Firmaning tarmoqdagi ulushi uning chekli xarajatini, muvozanat narx bilan teng bo'lishini ta'minlaydigan ishlab chiqarish hajmi bilan aniqlanadi, ya'ni  $MC = P_e$ . Shunday qilib, raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda faoliyat ko'rsatayotgan firma (narx bozor tomonidan belgilanib o'zgarmaganda, talab chizig'i gorizontal bo'lganda) muvozanat narx  $P_e$  ishlab chiqarish hajmining barcha qiymatlarida quyidagi shartni qanoatlantirsa:  $P_e > AC(Q)$ , 6) firma o'z foydasini maksimallashtiradi (7.10-rasm)

$$R(Q^*) = P_e Q^* > Q \cdot AC(Q^*) = C(Q^*)$$



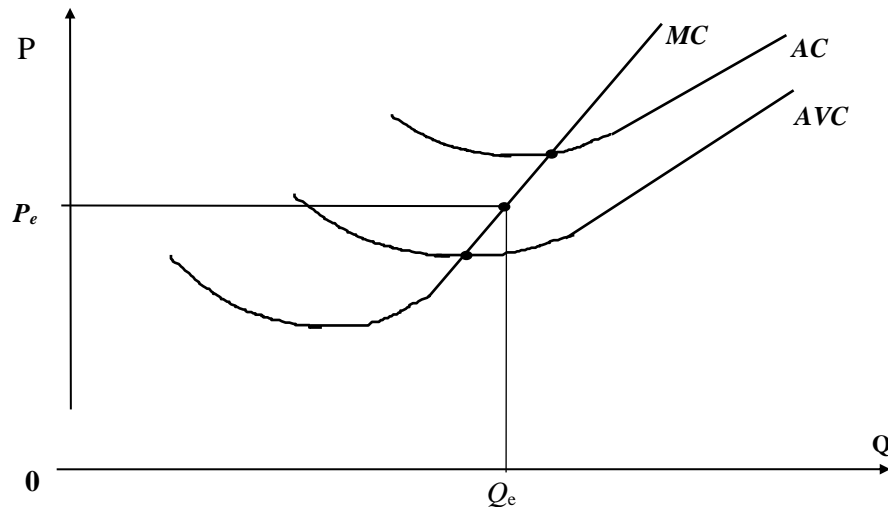
**7.10-rasm. Firma foydasini maksimallashtirish sharti**  
(*E* muvozanat nuqta), *S* korxonada taklifi.

Agar bozordagi muvozanat narx  $P_e$  umumiy o'rtacha xarajatdan yuqori bo'lsa, firma normal foydadan tashqari ortiqcha foyda ham oladi.

Agar bozor muvozanati narxi  $P_e$  bo'lganda va talab chizig'i taklif chizig'ini  $AC$  va  $AVC$  chiziqlari o'rtasida kesib o'tsa, ya'ni (7.11-rasm)

$$\min AVC(Q_e) < P_e < \min AC(Q_e),$$

bo'lsa, firma o'z yo'qotishlarini (zararini) minimallashtiradi.



**7.11-rasm. Firma zararini minimallashtiradigan hol.**

Bunday holda firma ishchi kuchidan, kapitaldan unumli foydalanishga harakat qiladi va boshqa xarajatlarni ham imkon boricha qisqartiradi.

Bordi-yu muvozanat narx  $P_e$  firmaning o'rtacha o'zgaruvchan xarajatidan, har qanday ishlab chiqarish hajmida past bo'lsa, ya'ni  $P_e < AVC(Q)$ , firma o'z faoliyatini to'xtatadi.

### **Nazorat va muhokama uchun savollar**

1. Mukammal raqobatlashgan bozorning asosiy shartlari nimalar?
2. Mukammal raqobatlashgan bozorda tovar narxi qanday aniqlanadi?
3. Raqobatlashgan bozorda firmaning talab chizig'i qanday ko'rinishga ega?
4. Raqobatlashgan bozorda firmaning muvozanat holati qanday aniqlanadi?
5. Firmaning qisqa muddatli oraliqdagi taklif chizig'i grafigini tushuntirib bering.
6. Firma foydasini maksimallashtirish shatini tushuntirib bering.

### **Asosiy adabiyotlar ro'yxati**

1. Тарахуна Ю.В. и другие. Микроэкономика. Учебник. М.: Дело и Сервис, 2003.
2. Гальперин В.М. и другие. Микроэкономика. В 2-х т. СПб.: Экономическая школа, 2003.
3. ГУП Институт Микроэкономики при Министерства Экономки России. Библиотека экономической и деловой литературы <http://www.aup.ru/library/>