

## **Mövzu 16. İnhisar şəraitində firmanın davranışı**

- 1. İnhisar və onun müasir modeli**
- 2. Xalis inhisar şəraitində firmanın davranışı**
- 3. İnhisarçı firmanın qısa-müddətli və uzunmüddətli dövrlərdə tarazlığı**
- 4. Qiymət ayrı-seçkiliyi**
- 5. İnhisar və cəmiyyət**

### ***İnhisar və onun müasir modeli***

İnhisarın ən ümumi izahı belədir: bu hər hansı fəaliyyət sahəsində müstəsna hüquqdur. İqtisadi nəzəriyyədə dövlət və xüsusi inhisardan, xarici ticarət inhisarından, valyuta inhisarından, torpaq üzərində xüsusi mülkiyyət inhisarından və s. danışılır.

Bununla belə, bazarın təkmil rəqabətdən fərqli müəyyən təşkil forması kimi də inhisar anlayışı mövcuddur. Bundan başqa, inhisar dedikdə hərdən tam bazar hakimiyyətinə malik iri şirkət də başa düşülür.

İnhisar və rəqabət problemi iqtisadçı alimləri həmişə maraqlandırıb (məsələn, bax: V.Petti. « Vergilər və rüsumlar haqqında traktat»; A.Marşall. « Siyasi iqtisadın prinsipləri»; K.Marks,

«Kapital»). Lakin XX əsrin əvvəlində inhisar problemi iqtisadi tədqiqatların diqqət mərkəzində oldu. 1902-ci ildə C.A.Hobsonun «İmperializm» kitabı işıq üzü gördü, 1910-cu ildə R.Gilferdinqin «Maliyyə kapitalı» kitabı çapdan çıxdı, Rusiyada 1915-ci ildə N. İ.Buxarin «Dünya təsərrüfatı və imperializm» əsərini nəşr etdirdi. 1916-cı ildə V.İ.Leninin «İmperializm kapitalizmin ən yüksək mərhələsidir» kitabı çapdan çıxdı. Məhz XIX və XX əsrlərin qovuşuğunda keyfiyyət dəyişiklikləri baş verdi ki, onları cəmiyyətin iqtisadi və siyasi inkişafında inhisarçı meyllərin əsaslı güclənməsi kimi səciyyələndirmək mümkündür.

*İnhisarın ən ümumi izahı belədir: bu hər hansı fəaliyyət sahəsində müstəsna hüquqdur. İqtisadi nəzəriyyədə dövlət və xüsusi inhisardan, xarici ticarət inhisarından, valyuta inhisarından, torpaq üzərində xüsusi mülkiyyət inhisarından və s. danışılır.*

Coğrafi cəhətdən bazar nə qədər geniş olsa, bir şirkətin inhisarçı olması bir o qədər çətinləşir. Yerli bazarda isə, hətta kiçik biznes də inhisarçı ola bilər. Misal kimi əcazçı

köşkünü götürək: ucqar kənddə yeganə olduğundan o, inhisarçıdır, halbuki böyük şəhərdə (və ya bütövlükdə ölkədə) özükimilərin əhatəsində o heç bir real bazar hakimiyyətinə malik olmayacaqdır.

Gördüyümüz kimi bazarda inhisar vəziyyətini tutmaq üçün firmanın həcmcə mütləq böyük olması vacib deyil (kənddə əczaçı köşkü kimi). Bununla belə, firmanın iriləşməsi ona sahə bazarında inhisar vəziyyətini tutmağa imkan verir.

Firmanın istehsal etdiyi məhsul sahənin bütün əmtəə təklifini təşkil etdiyindən firma qiymət üzərində tam və mütləq nəzarət edir və ya bazar hökmranlığına malikdir. Bu o deməkdir ki, firma məhsulunun qiymətini artırma bilər və bu zaman ona tələbi itirməz. Belə firma təkmil rəqabətdəki hazır qiymətləri qəbul edən firmadan fərqli olaraq qiymət müəyyənləşdirən hesab oluna bilər. Firmanın öz məhsuluna istədiyi qədər yüksək qiymət təyin etmək iqtidarında olduğunu düşünmək olmaz. Öz qiymət siyasətində firma həmişə əhalinin alıcılıq qabiliyyəti və tədiyə qabiliyyətli tələblə məhdudlaşır.

1) Bütün digər firmalar üçün sahəyə gəliş bağlıdır. Bu həm inzibati-hüquqi, həm də iqtisadi metodlarla əldə olunur. Məsələn, “özgə” kapitalı qabağında sədd kimi aşağıdakılar çıxış edə bilərlər:

- bir istehsalçıya həmin məhsulu istehsal etməyə və ya müəyyən texnologiyanı tətbiq etməyə müstəsna hüquq verən patentlər;

- bu' fəaliyyət növü ilə məşğul olmağa yalnız bir firmaya icazə verən dövlət lisenziyası və ya franşizlər;

- nadir xammal resursuna malik olma. Məsələn, dünyada brilyant istehsalı üzrə inhisarçı “De Birs” şirkəti almaz çıxarılmasının çox hissəsinə nəzarət edir. XX əsrin birinci yarısında Amerikanın alüminium korporasiyası (ALKOA) dünya boksit yataqlarının praktik olaraq 100% - nin ya sahibkarı idi, ya da nəzarət altında saxlayırdı və bu səbəbdən də 1940-cı ilə qədər alüminium istehsalında mütləq inhisarçı idi.

- böyük kapital tutumu və miqyasa qənaət. Bəzi istehsal növləri iri ilkin investisiyalar tələb edir və yalnız iri həcmdə məhsul istehsalı zamanı rentabelli olur. Potensial rəqiblərin heç də hamısı belə kapitalla və irihəcmli istehsalı həyata keçirmək imkanına malik deyil. Bəzən xərcin çoxu istehsalın özü ilə deyil satış, reklam və s.

əlaqədardır. Məsələn, səhər yeməyi üçün ləpaları kiçik firmalar da istehsal edə bilirlər. Lakin onlar dünya şöhrətli ticarət markaları ilə bahalı və geniş miqyaslı reklam vuruşuna duruş gətirmək iqtidarında deyillər.

2) Firmanın /sahənin/ məhsulunun yaxın əvəzləyicisi yoxdur və o müəyyən mənada nadirdir. Brilyant buna ən tipik misaldır.

İnhisarçı firmanın məhsulu brilyant kimi qeyri-adi olmaya da bilər. Məsələn, ucqar kənddə yeganə inək sahibinin satdığı süd məhsullarının kənddə əvəzləyicisi yoxdur, buna görə də südsatan inhisarçı olacaqdır.

İnhisarçı firmanın məhsuluna tələb əyrisi eyni zamanda sahənin tələb əyrisi olduğundan o adi tələb əyrisi kimi mənfi mailliklidir.

### **Xalis inhisar şəraitində firmanın davranışı**

İnhisarçı firmanın davranışını tədqiq edərkən aşağıdakı şərtlilikləri qəbul edək:

- ❖ firma gəliri maksimallaşdırmağa can atır;
- ❖ inhisarçı istehsalçı resursları rəqabət bazarlarında alır;
- ❖ firma qiymət ayrı-seçkiliyi apara bilmir, yəni firmanın məhsulu bütün istehlakçılara eyni bir qiymətə satılır;
- ❖ firma qiymət dəyişməsinə istehlakçının reaksiyasını öncədən bilmək üçün kifayət qədər dolğun informasiyaya malikdir. Başqa sözlə, firma öz məhsuluna tələb əyrisini qurmaq imkanına malikdir. Bu ilkin şərt gerçəklikdən bir o qədər də uzaq deyil, çünki hazırda iri firmalar bir qayda olaraq geniş marketinq tədqiqatları aparırlar və bütövlükdə tələbi və onun ayrı-ayrı hissələrini xeyli dəqiq müəyyənləşdirirlər.

Tələb əyrisini bildikdə inhisarçı istehsal həcmi ilə qiymətin hansı kombinasiyasının ona maksimum gəlir gətirəcəyini müəyyənləşdirə bilər. Yuxarıda qeyd olunduğu kimi, inhisarçı öz əmtəəsinə istənilən qiyməti qoya bilməz. Bazarda hər bir qiymət səviyyəsinə istehlakçının həmin anda almağa hazır olduğu müəyyən miqdarda məhsul var. Buna görə də, inhisarçı hərdən təsəvvür edilən qədər də tam hökmran deyil. İstehsal həcmi müəyyənləşdirsə, tələb əyrisi ona istehlakçının qəbul edəcəyi son hədd qiymətini bildirir. İnhisarçı qiyməti müəyyənləşdirsə, təklifini istehlakçı tələbinin diktə etdiyi həcmə məhdudlaşdırmalıdır. Buna görə də inhisar şəraitində firma eyni zamanda həm istehsal həcmi, həm də qiymət haqqında qərar qəbul etməlidir, yəni tələb əyrisinin

xüsusiyyətlərindən çıxış edərək onların müəyyən kombinasiyasını seçməlidir.

Beləliklə, inhisarçının özünün onun məhsuluna tələb əyrisindən asılı olmayan təklif əyrisi yoxdur. Firma təklif əyrisi üzərində özünün olmalı olduğu bir nöqtəni seçir.

İnhisarçı üçün istehsal həcmnin bir vahid artırılması, əgər o, istehsal olunmuş məhsulun hamısının istehlakçılar tərəfindən alınmasını istəyirsə, qiymətin aşağı salınması zərurəti deməkdir.

Yalnız əlavə məhsul vahidinin deyil, istehsal olunan hər bir məhsul vahidinin qiyməti aşağı düşdüündən, satışdan əldə olunan pul get-gedə azalan nisbətdə artacaq ( $TR=PQ$ ). İnhisarçının son hədd gəliri, rəqabətli firmadan fərqli olaraq, məhsulun qiymətinə bərabər deyil və daimi kəmiyyət deyil. Məhsulun birinci vahidindən başqa bütün istehsal həcmi üçün inhisarçının son hədd gəliri məhsulun qiymətindən azdır və istehsal həcmi artdıqca azalır. Son hədd gəlir əyrisi tələğ əyrisindən aşağıda yerləşən mənfi maillikli enən xətdir (şəkil 16.1).

Son hədd gəliri bilavasitə tələbin elastikliyindən asılıdır. Tələb elastik olanda istehsalın artırılması satışdan əldə olunan pulun ümumi məbləğini artırır və son hədd gəliri müsbətdir. Tələb qeyri-elastik olanda istehsal həcmnin artırılması ümumi satış pulunu azaldır və hədd gəliri mənfi olur. Tələb qiymətə görə bir elastikliyə malikdirsə, onda tələb kəmiyyətinin artımı qiymətin aşağı salınması ilə tam kompensasiya edilir. Bu zaman satışdan əldə olunan pulun ümumi kəmiyyəti dəyişmir, son hədd gəlir isə sıfıra bərabərdir. Bu asılılıq şəkil 14.2 və 14.3-də əyani göstərilmişdir.

Qeyd edək ki, inhisarçı yalnız tələbin elastik hissəsində fəallıq göstərir. Onun istehsal həcmi heç vaxt tələbin qeyri- elastik olacağı çərçivə həddlərindən çıxmır, çünki əks halda ümumi gəlir aşağı düşməyə başlayar. Ümumi gəliri (satışdan əldə olunan pul) son hədd gəliri sıfıra bərabər olanda, yəni sonuncu istehsal olunmuş məhsulun satışından əldə olunan pulun ümumi məbləğinə heç nə əlavə edə bilmədiyi istehsal həcmində maksimallaşır.

İnhisarçının bazarda vəziyyəti riyazi yolla da şərh oluna bilər. Məlum olduğu kimi, firmanın son hədd gəliri ümumi gəlirin ( $TR=PQ$ ) funksiyasının birinci törəməsidir. Ümumi gəlirin funksiyasını  $Q$  üzrə differensiallaşdırdıqdan sonra aşağıdakı alırıq:

$$MR = dTR/dQ = d \{P(Q) \times Q\}/dQ = P + Q \times dP/dQ.$$

Təkmil bazar şəraitində, firma hazır qiymətləri qəbul edərsə  $dP/dQ = 0$ . İnhisar şəraitində  $dP/dQ < 0$ , çünki yuxarıda qeyd olunduğu kimi, firma istehsal həcmi artırıldıqca qiyməti aşağı salmalıdır (və əksinə), buna görə də onun hədd gəliri qiymətdən azdır.

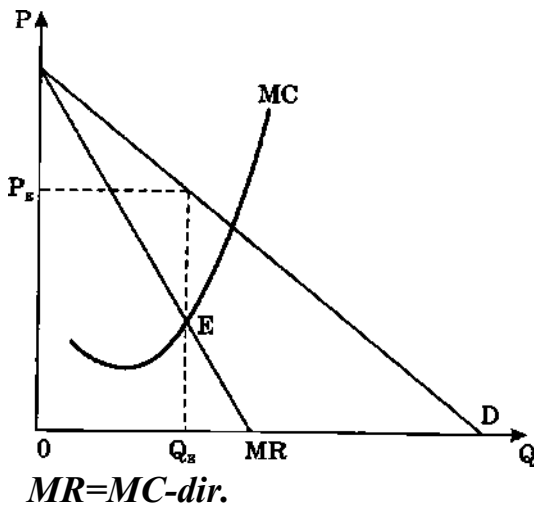
Son hədd gəliri tənliyini qiymət üzrə tələb elastikliyi vasitəsilə də ifadə etmək olar:  $MR = P + Q \cdot dP/dQ = P[1 + (Q/P) \cdot dP/dQ] = P(1 + 1/E) = P + P/E$ . E tələbin qiymət elastikliyi əmsalı olduğundan mənfi kəmiyyətdir,  $MR = P + P/E$  şəklində yazılması göstərir ki,  $MR < P$ . Firmanın tarazlıq nöqtəsində son hədd gəliri son hədd xərclərinə bərabərdir, yəni  $MR = MC$ . Deməli, yazmaq olar ki, tarazlıq nöqtəsində  $MC = P + P/E$ , və ya  $(P - MC)/P = -1/E$ .

Bu göstərici Lerner indeksi adlanır və inhisar hökmranlığının göstəricisi kimi çıxış edir. Sahədə təkmil rəqabətdir - sə, Lerner indeksi sıfıra bərabərdir. Lerner indeksi müsbət vahiddirsə, bu göstərici nə qədər böyük olsa, bazarda inhisar hökmranlığı bir o qədər yüksəkdir. İnhisar hakimiyyətini səciyyələndirmək üçün Herfindal-Hirşman göstəricisindən də istifadə olunur. Bu göstərici yalnız xalis inhisar hallarında deyil, inhisarçı meyllərinin aşkarlanması məqsədilə bazarın istənilən təşkil quruluşuna da tətbiq oluna bilər (bu haqda bax fəsil ). Sahədə firmaların sayı nə qədər çox olsa, inhisar hökmranlığı göstəriciləri bir o qədər az olar.

### **İnhisarçı firmanın qısa-müddətli və uzunmüddətli dövrlərdə tarazlığı**

Bütün firmalar kimi, inhisarçı da son hədd gəliri son hədd xərclərindən az oluncaya qədər istehsalı davam etdirir. MR və MC əyrilərinin kəsişmə nöqtəsi firmanın tarazlıq nöqtəsidir (şəkil 16.4).

Bu göstəricilər arasındakı müsbət fərq firmanın son hədd gəlirini təşkil edir. Nə qədər ki, MR MC-dən böyükdür, ümumi gəlir artacaq. MC MR-dən artıq olan kimi ümumi gəliri azalmağa başlayacaq. Deməli, gəlirin maksimallaşdırılması şərti



İnhisarçı üçün son hədd gəliri qiymətdən aşağı olduğundan tarazlıq nöqtəsində son hədd xərcləri qiymətdən aşağıdır:  $MC < P$ .

Beləliklə, inhisar zamanı ailokativ səmərəlilik şərtinə əməl olunmur, yəni cəmiyyətdə resurslar ən rəşional və optimal qaydada bölüşdürülməyib.

Firmanın tarazlıq nöqtəsi tarazlı istehsal həcmi və tarazlıq qiymətini müəyyənləşdirir. **Şəkil 16.4-də** tarazlı, yəni gəliri maksimallaşdıran istehsal həcmi  $Q_E$  ilə işarə olunmuşdur. Tarazlıq qiymətinə gəldikdə isə, o, tələb imkanlarından çıxış edərək firma tərəfindən müəyyənləşəcək. Tələb əyrisi bazarda təklif edilən həmin həcmdə məhsula görə istehlakçının hansı qiyməti ödəməyə hazır olduğunu göstərir. Firmanın  $P_E$ -dən aşağı qiymət müəyyənləşdirməsi mənasızdır, çünki istehlakçı daha çox pul verməyə hazırdır. Firma  $P_E$ -dən yuxarı qiymət təyin edə bilməz, çünki daha yüksək qiymətə bu qədər əmtəəni bazar qəbul etməz. Deməli,  $P_E$  qiyməti inhisarçının gəlirini maksimallaşdıran tarazlıq qiyməti olacaqdır.

#### *İnhisarçı firmanın gəliri və itkiləri*

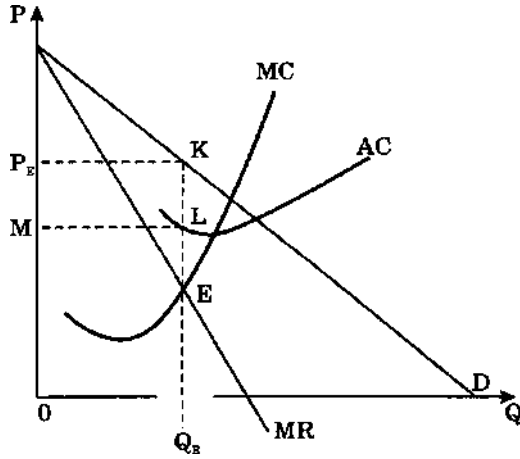
Tarazlı istehsal həcmində inhisar qiyməti orta xərclərdən yüksək olarsa, onlar arasındakı müsbət fərq firmanın orta gəlirini təşkil edər. Bu gəliri istehsal olunmuş məhsulun miqdarına vursaq, inhisar gəlirinin ümumi həcmi alarıq.

**Şəkil 16.5-də** inhisarçının orta gəliri şaquli KL parçası ilə, ümumi gəlir isə  $KLMP_E$  düzbucaqlısının sahəsi ilə göstərilmişdir.

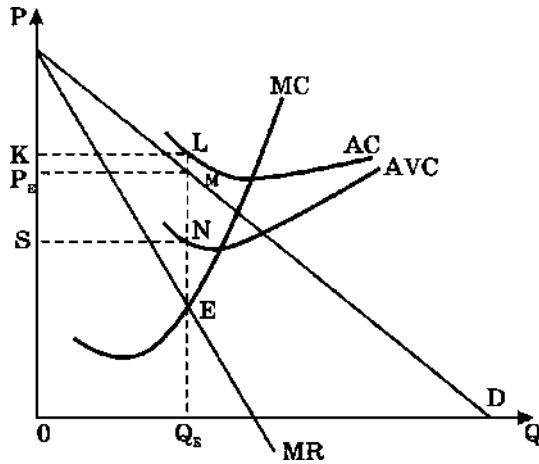
Bazarda inhisarçı vəziyyətdə olmaq hələ firmanın mütləq istənilən halda gəlir əldə edəcəyi demək deyil. Rəqəbətqəbi- liyyətli firma kimi, inhisarçı da iqtisadi zərər çəkə

bilər.

Belə ki, əgər müvazinətli istehsal həcmində müvazinətli qiymət orta xərclərdən az, amma firmanın orta dəyişən xərclərindən çox olarsa, firma əməliyyat gəliri götürə və bununla



minimallaşdırı bilər. Bu, AC əyrisinin tələb əyrisindən yuxarı keçərsə, AVC əyrisi isə qismən tələb əyrisindən aşağıda yerləşərsə, mümkündür. Belə hal şəkil 14.6-da təsvir olunmuşdur.



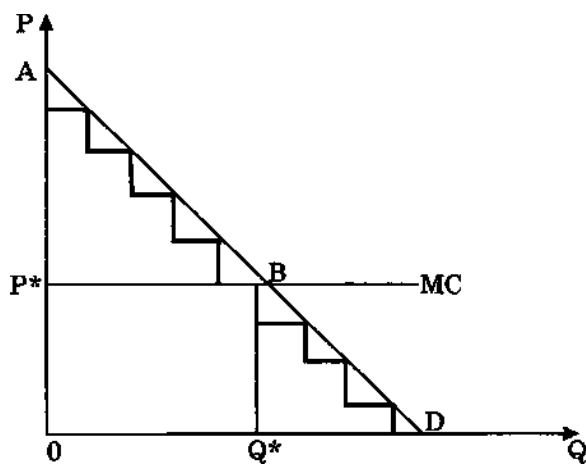
Şaquli MN parçası orta əməliyyat gəlirini,  $P_E M N S$  düzbucaqlısı isə istehsaldan əməliyyat gəlirini göstərir. Yuxarıdakı KLMPE düzbucaqlısı iqtisadi itki kəmiyyətinə müvafiqdir və daimi xərclərin belə aşağı qiymətlə ödənilə bilməyən hissəsinə ərabərdir. İnhisar məhsuluna tələb əyrisi yalnız AC əyrisindən deyil, hətta orta dəyişən xərclər əyrisindən aşağıdadırsa, inhisarın tarazlıq qiyməti heç vaxt firmanı istehsala sövq edə bilməz (şəkil 16.7).

İstehsal dayandırılacaq, inhisarçı firma isə daimi xərclər həcmində zərər çəkəcək ( $K L N P_E$  düzbucaqlısının sahəsi). *Qiymət ayır-seçkiliyi*

İnhisarın təhlili zamanı əvvəlcə firma tərəfindən qiymət ayrı-seçkiliyinin olmaması şərt kimi götürülmüşdü. Lakin real həyatda firmalar çox vaxt qiymətdə ayrı-seçkiliyə müraciət edirlər ki, bu da gəliri xeyli artırmağa imkan verir.

Ümumi şəkildə **qiymət ayrı-seçkiliyi əmtəənin müxtəlif vahidlərinin müxtəlif qiymətə satılmasına deyilir**. Nəzəriyyədə ayrı-seçkiliyin üç növü fərqləndirilir.

Qiymət ayrı-seçkiliyinin birinci növü müxtəlif əmtəə vahidlərinin müxtəlif qiymətə müxtəlif alıcılara satılmasını nəzərdə tutur. Belə ayrı-seçkilik hərdən təkmil adlandırılır, çünki hər bir əmtəə vahidi konkret alıcının ödəməyə hazır olduğu maksimal qiymətə satılır. Buna misal sövdələşmənin qəbul olunduğu bazar ola bilər: burada hər bir alıcı satıcı ilə danışır və razılaşdığı qiymətə eyni əmtəə vahidini alır. Satıcı isə, yaxşı psixoloq olduğundan, alıcıların zahiri görünüşü və davranışından çıxış edərək eyni bir əmtəəyə tamamilə fərqli qiymətlər qoya bilər. Başqa bir misal isə eyni adlı əmtəə qruplarının satıldığı (məsələn, taxıl, balıq və s.) hərracdır. Ayrılıqda götürülmüş əmtəə qrupunu daha yüksək qiymət təklif edən alıcı əldə edir.



**Şəkil 16.8.** Birinci növ qiymət ayrı-seçkiliyi

Vəziyyəti qrafik şəkildə əks etdirsək (şəkil 14.8) aydın olar ki, birinci növ qiymət ayrı-seçkiliyi zamanı istehlakçı heç vaxt uduşlu olmur (ABP»).

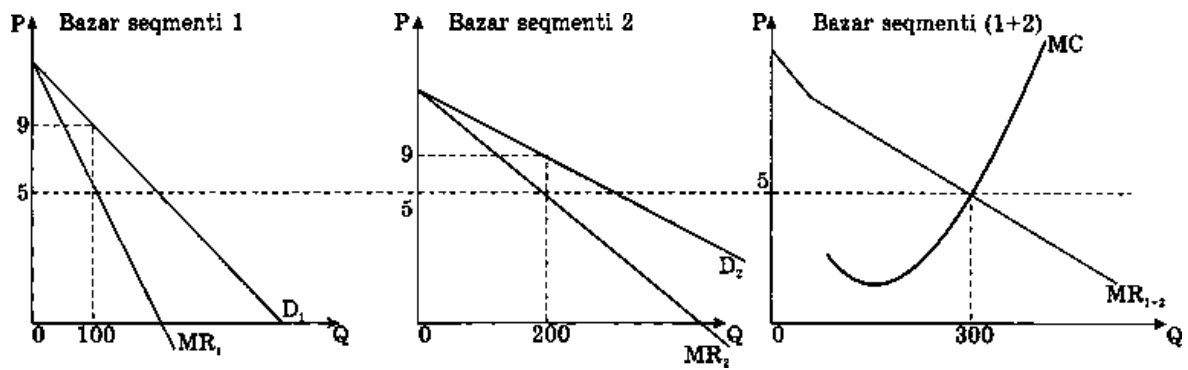
Bütün bu potensial uduş inhisarçı satıcı tərəfindən mənimsənilir. Satıcı bu uduşu maksimallaşdırmağa can atdığından, onun istehsal həcmi ( $Q$ ) təkmil rəqabətdəki istehsal həcminə bərabər olmalıdır, yəni sonuncu alıcının (ən aşağı alıcılıq qabiliyyətli) ödədiyi qiymət ( $P$ ) inhisarçı satıcının son hədd xərclərinə bərabər olmalıdır.

İkinci növ qiymət ayrı-seçkiliyi o deməkdir ki, qiymətlər alıcılara görə deyil, alınan əmtəənin miqdarından asılı olaraq fərqlənir. Ən yaxşı misal satıcının topdansatış zamanı və ya pərakəndəsəatışda alışın həcmi artdıqda güzəştlər etməsidir. Bu zaman eyni miqdarda əmtəə alan alıcıların hamısına eyni qədər də güzəşt olunur. Alışın həcmnin artması zamanı firma qiyməti endirmək əvəzinə müqavilədə göstərilənlərdən əlavə müəyyən miqdarda məhsul firmadan hədiyyə kimi verilir. Bu gedişdən reklam işində geniş istifadə olunur. Məsələn: «İki diş fırçası alın, üçüncüsünü hədiyyə kimi qazanın». Başqa hallarda firma əmtəənin kəmiyyətini deyil, keyfiyyətini artırır. Belə ki, aviaşirkətlər birinci və qənaətli dərəcəli biletləri müxtəlif qiymətlərlə satırlar, çünki nəzərdə tutulur ki, birinci dərəcəli yerlərdə uçan sərnişinlərə daha çox xidmətlər dəsti təqdim ediləcək və həmin xidmətlər daha keyfiyyətli olacaqdır.

Üçüncü növ qiymət ayrı-seçkiliyi qiymətlərin alınmış əmtəənin miqdarına görə deyil, alıcılara görə müxtəlifliyinə əsaslanır. Bu zaman eyni bir alıcıya satılan hər bir əmtəə vahidi eyni bir qiymətə satılır. Bu, qiymət ayrı-seçkiliyinin ən geniş yayılmış növüdür. Buna misal müəyyən alıcı qruplarına - qocalara, əlillərə, tələbələrə və s. - güzəştli qiymətlər ola bilər.

Bu qiymət ayrı-seçkiliyi növü yalnız aşağıdakı şərtlərlə mümkündür. Birincisi, elə etmək lazımdır ki, güzəştli qiymət hüququ olan alıcıların əmtəəni həmin güzəştlərə malik olmayan şəxslərə satmaq imkanı olmasın, yəni bazar dəqiq segmentləşməlidir. İkincisi, bazarın müxtəlif segmentlərinə aid olan alıcıların tələblərinin qiymət elastikliyi müxtəlif olmalıdır. Belə ki, tələbin qiymət elastikliyi nə qədər aşağı olsa, həmin qrup üçün müəyyənləşən qiymət bir o qədər yuxarı ola bilər və əksinə.

Bunda məntiq var. Qiymət elastikliyi alıcıların qiymət səviyyəsinin dəyişməsinə həssaslığını göstərir. Buna görə də qiymətə ən həssas alıcılar üçün firma aşağı qiymət müəyyənləşdirməlidir ki, onlar həmin əmtəənin isteh- lakından imtina etməsinlər. Pul kisəsi qiymət dəyişməsinə bu qədər həssas olmayan alıcılar üçün qiymət daha yüksək səviyyədə müəyyənləşə bilər.



## *İnhisar və cəmiyyət*

### *Təbii inhisarın tənzimlənməsi*

Hər bir sağlam cəmiyyət iqtisadiyyatda inhisarçı meylləri məhdudlaşdırmağa çalışır. Nə üçün inhisarın tənqidə məruz qaldığını və onun cəmiyyətə zərərinin nədən ibarət olduğunu nəzərdən keçirək.

Təsəvvür edək ki, inhisarçı firmanın tərkibinə daxil olan müəssisələr, bütün başqa şəraitlərin eyniliyi şərtlə, müstəqil bazar agentləri kimi fəaliyyət göstərirlər (və ya əksinə, təsəvvür edək ki, sahədəki təkmil rəqabət qabiliyyətli müstəqil firmaların hamısı vahid inhisarçı şirkətdə birləşdirilib), bu halda inhisarın son hədd xərcləri əyrisi həm də sahənin son hədd xərcləri əyrisi olacaq və ya sahənin təklif əyrisi ilə əsasən üst-üstə düşəcək. MC əyrisi (o həm də təklif əyrisidir) ilə tələb əyrisinin kəsişmə nöqtəsi təkmil rəqabət şəraitində tarazlıq nöqtəsini əmələ gətirir,  $P_{CK}$  və  $Q_{CK}$  təkmil rəqabət şəraitində tarazlıq qiyməti və tarazlıq istehsal həcmi bil- dirəcəklər. Bu nəticələri inhisar fəaliyyətinin analoji göstəriciləri ilə müqayisə etsək, asanlıqla görmək olar ki, inhisar şəraitində sahə daha az məhsul istehsal edir, amma onu daha baha qiymətə satır. Süni surətdə qıtlıq vəziyyəti yaradılır ki, bunun da nəticəsi cəmiyyət üçün birbaşa itki, inhisar üçün isə xalis qazanc deməkdir.

Təkmil rəqabətdə istehlakçının qazancı  $AC_{PCK}$  üçbucağının sahəsi ilə, inhisar şəraitində isə kiçik üçbucaq  $ABP_M$  -in sahəsi ilə göstərilmişdir. Bu itkilərin bir qismi ( $P_M B P_{CK}$  düz- bucaq- lısının sahəsi) inhisarçı firmanın gəlirini təşkil edir. Amma istehlakçı hələ  $BFC$  üçbucağının sahəsinə bərabər kəmiyyəti də itirmişdir. Bu vəziyyətdə istehlakçının itkiləri inhisarın mənfəətini təşkil edir. Bu, cəmiyyətin xalis itkiləridir.

İstehsalçı qazancının dəyişməsi nəticəsində cəmiyyətin xalis itkiləri də analoji qaydada müşahidə olunur. Sonuncu  $P_{CK}$  sahəsindən  $P_{M}BLK$  sahəsinə qədər dəyişir. Bu zaman FLC sahəsi xalis itkidir.

İstehlakçı və istehsalçıların xalis itkiləri istehsalın inhisarlaşması nəticəsində cəmiyyət rifahının xalis itkiləridir.

- Deyilənlərdən bu nəticəyə gəlmək olar ki, iqtisadi və sosial təbəqələşməni artıraraq inhisar cəmiyyətin real gəlirlərinin yenidən bölgüsünə səbəb olur.

- inhisarın təhlilinin gedişində göstərildi ki, inhisar olanda allokativ səmərəlilik əldə olunmur, çünki  $P > MC$ . Bu o deməkdir ki, bazar resursları istehlakçıların real tələbatına müvafiq olaraq bölüşdürmür. Cəmiyyətin nöqteyi-nəzərincə, inhisar məhsulu az istehsal edir və əmtəə və xidmətlərin qeyri-optimal quruluşunu təklif edir.

- İnhisar zamanı  $P > LRAC_{min}$  olduqda istehsal səmərəliliyi də müşahidə olunmur. Rəqib olmadığından firma məhsuldarlığı artırmağa və uzunmüddətli orta istehsal xərclərini minimuma endirməyə imkan verən texniki yeniliklərə can atmır.

- inhisarçı firma adətən X-qeyri-səmərəlilik hiss edir, çünki hər bir istehsal səviyyəsində firmanın xərcləri uzunmüddətli orta xərclərdən yüksəkdir. X-qeyri-səmərəlilik, məsələn, qeyri- səmərəli idarəetmədən, böyük həcmli təmsil etmə xərclərindən, dəbdəbəli ofislərin saxlanıl- masından, bahalı avtomobillərin alınmasından və s. irəli gəlir.

Təsadüfi deyil ki, iqtisadiyyatın inhisarlaşmasının belə mənfi nəticələrinə görədir ki, cəmiyyət inhisarlaşma meyillərinə qarşı durmağa və bazarın rəqabətli quruluşunu bərpa etməyə çalışır. Bir qayda olaraq hökumətlər tərəfindən inhisarların yaranmasına mane olan, mövcud inhisarları kiçildən, kapitalın sahələrarası azad axınına dəstək verən antiinhisar qanunvericilik aktları qəbul olunur.

### **Təbii İnhisarlar**

Bəzi hallarda dövlət firmaya inhisarçı vəziyyətini saxlamağa icazə verir, lakin onun fəaliyyətini ciddi nəzarət və tənzimləmədə saxlayır. Əksər vaxtlar bu, təbii adlandırılan inhisarlara aid olur. Bəzi hallarda sahədə bir neçə deyil, bir firmanın mövcud olması cəmiyyətin maraqlarına daha çox cavab verir. Bu əsasən texnologiyanın yalnız irimiqyaslı tətbiqi zamanı renta- belli olması ilə şərtlənir. Buna

misal olaraq enerji təchizatı, telefon rabitəsi, su təchizatını göstərmək olar. Bu sahələrdə miqyasın müsbət effektini tam həcmdə yalnız müəssisənin ölçülərini sahə məhsuluna bazar tələbi səviyyəsinə yaxınlaşdırmaqla həyata keçirtmək olar. Şəkil -də göstərildiyi kimi, ictimai tələbi həm beş kiçik firma, həm də bir böyük firma ödəyə bilər. Lakin sahədə bir inhisarçı firma işləyərsə istehsalın uzunmüddətli orta xərcləri ən az olacaq. Beləliklə, böyük həcmli müsbət miqyas effektini həyata keçirən firma təbii inhisarçı adlandırıla bilər.

Cəmiyyət üçün onun əhəmiyyəti istehsal xərclərinin minimallaşdırılmasındadır.

Təbii inhisar üçün ilkin yüksək kapital qoyuluşu və yüksək təsbit olunmuş xərclər də səciyyəvidir. Sahibkarların heç də hamısı belə investisiyaları və bu kimi təsbit olunmuş xərcləri həyata keçirməyə qabildir.

Eyni zamanda qeyd olunmalıdır ki, təbii inhisarın son hədd xərcləri çox aşağıdır. Yəni firma ilkin kapital qoyuluşunu həyata keçirəndən sonra xidmət istehsalını cüzi əlavə xərclərlə artırmağa bilər.

Deyilənlərdən görünür ki, firmanın orta xərcləri mütəmadi azalacaq ki, bu da onları adi rəqabət qabiliyyətli firmanın və ya adi inhisarın orta xərclər dinamikasından fərqləndirir.

Birinci variant qiymətlərin istehsalın son hədd xərcləri səviyyəsində müəyyənləşdirilməsindən ibarətdir. Belə qiymətlər təbii inhisarın yuxarıda qeyd olunmuş xüsusiyyətlərinə əsasən aşağı olacaq. Aşağı qiymətlər elektrik enerjisi, su, qaz, rabitə və s. istehlakçısı olan istehsalçıları həvəsləndirəcəkdir. Eyni zamanda həmin məhsulun fərdi istehlakçıların rifahı da artmağa başlayacaq. Bundan başqa, qiymətlərin son hədd xərcləri səviyyəsində müəyyənləşdirilməsi allokativ səmərəlilik deməkdir ki, bu da bütövlükdə iqtisadiyyatın normal fəaliyyətinə rəvac verir və cəmiyyətin tələbatlarına ən yaxşı şəkildə cavab verir.

Lakin dövlət qiyməti həmin səviyyədə müəyyənləşdirə bilməz, çünki firma sadəcə olaraq istehsalı dayandırar.  $P=MC$  olduqda istehsalın istənilən səviyyəsində firma ümumi xərcləri ödəmək üçün kifayət edən gəlir əldə etmir. Gəlirin olmaması və iqtisadi zərərin meydana gəlməsi istehsalın bağlanması səbəb olacaqdır.

Firmanın tarazlıq qiyməti cəmiyyət üçün sərfəli deyil, cəmiyyətin optimal qiyməti

firma üçün yaramır. Bəs ziddiyyəti necə həll etməli? Qarşılıqlı razılaşmanın tapılması yollanndan biri qiymətin son hədd xərcləri səviyyəsində müəyyənləşdirilməsi və istehsalçı firmaya subsidiya və kompensasiyaların ödənilməsidir. Bununla təbii inhisar işlək vəziyyətdə qalır və sahəni tərk etmir, lakin cəmiyyət itkilərin yükünü daşıyır, çünki subsidiyalar büdcə vəsaitlərindən verilir, yəni son nəticədə ağırlıq vergi verənlərin üzərinə düşür.

İkinci kompromis variantı qiymətin tavan həddinin inhisarçı firmanın orta xərcləri səviyyəsində müəyyənləşdirilməsidir. Cəmiyyət qazanacaq, çünki qiymət inhisarın tənzim olunmayan qiymətindən aşağıdır. Firma xərcləri səviyyəsində gəlir əldə edəcək ki, bu da ona normal və yaxud ədalətli gəlir əldə edib istehsalı davam etdirməyə imkan verəcəkdir.

Son illərdə hansı firmanı təbii inhisar hesab etməyin mümkünlüyü ətrafında mübahisələr artıb. Təbii inhisarların saxlanılmasının əleyhdarları tamamilə haqlı olaraq texnika və texnologiyadakı dəyişikliklərin təbii inhisarın ən mühüm göstəricilərindən birini - böyük kapital qoyuluşunu və təsbit olunmuş xərcləri - aradan qaldırır. Müasir şəraitdə onlar xeyli azalıb ki, bu da firmanın bütün xərc əyrilərini onların tipik formalarına yaxınlaşdırır. Nəticədə yerli və ya milli səviyyədə bir telefon şirkətinin və ya bir elektrik şirkətinin mövcudluğuna miqyasın müsbət effekti ilə bəraət qazandırmaq qeyri-mümkündür.

Bu qeydin haqlı olduğunu qəbul edən təbii inhisarların kiçildilməsi və parçalanmasının əleyhdarları aşağıdakı dəlilləri gətirirlər. Birincisi, təbii inhisarların saxlanılması dövlətin strateji maraqlarına cavab verir və həyat əhəmiyyətli və müdafiə əhəmiyyətli sahələri, ilk növbədə energetikanı, rabitəni, kommunikasiyaları, nəqliyyatı nəzarət altında saxlamağa imkan verir. İkincisi, təbii inhisarların olması unifikasiya və standartlaşdırma aparmağa imkan verir: məsələn, dəmiryolunda yolarasını, vaqonları, elektrik şəbəkəsində gərginliyi və s., bunun özünün də böyük xalq təsərrüfatı əhəmiyyəti var. Üçüncüsü, bəlkə də ən əsas dəlil kimi vətəndaşların əsas əmtəə və xidmətləri əldə etməkdə eyni imkana malik olmasıdır. Hesab olunur ki, müasir cəmiyyətdə bütün həmvətənlər kifayət qədər ucuz və əldə oluna bilən elektrik enerjisi, su, rabitə, nəqliyyat vasitələrindən eyni dərəcədə istifadə edə bilmək hüququ və imkanlarına

malik olmalı- dırlar. Rusiyada təbii inhisarlara aiddirlər: boru nəqliyyatı ilə neft və qaz nəqli üzrə xidmətin göstərilməsi; elektrik enerjisinin istehsalı və nəqli üzrə xidmətin göstərilməsi; dəmiryolu daşı- maları; ucqar bölgələrdə daşımalar; nəqliyyat terminalları, limanlar, aeroportlar vasitəsi ilə xidmət göstərilməsi; elektrik və poçt rabitəsi xidmətinin göstərilməsi; su və kanalizasiya təsərrüfatı; elektrik, istilik və qaz təminatı xidmətinin göstərilməsi. Təbii inhisarların əsas tənzimlə- mə metodları bunlardır: qiymətlə tənzimləmə, rentabelliyn son hədd səviyyəsinin müəyyənleş- dirilməsi; birləşmə və səhmlərin alınması üzərində nəzarət; inhisarçı tərəfindən mütləq xidmət göstərməli olan minimum təminat səviyyəli istehlakçı qrupun müəyyənleşdirilməsi və bir sıra başqaları.