

TALAB VA TAKLIF NAZARIYASI. BOZOR MUVOZANATI

Hasanov Mirhojiddin Ashurali o`g`li,

Ruzatov Jamshid Rustam o`g`li, Rahmatov Bekmurod Nurali o`g`li

Denov Tadbirkorlik va Pedagogika Instituti.

Tadbirkorlik va Boshqaruv Fakulteti

Annotatsiya: Ushbu maqolada talab va taklif nazariyasining mohiyati, ularning bozor munosabatlaridagi ahamiyati hamda muvozanatni shakllantirishdagi roli yoritilgan. Talab iste'molchilarning mahsulot va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlari hamda iqtisodiy imkoniyatlarini aks ettirsa, taklif ishlab chiqaruvchilarning bozor ehtiyojlarini qondirishga tayyorligini ifodalaydi. Talab va taklifga ta'sir qiluvchi asosiy omillar, jumladan, narx, daromad, muqobil tovarlar va ishlab chiqarish resurslari tahlil qilinadi. Shuningdek, bozor muvozanati – talab va taklifning muayyan narxda tenglashuvi masalasi ham ko'rib chiqilgan. Ushbu nazariya bozor iqtisodiyoti mexanizmini tushunish va tahlil qilish uchun muhim ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: Talab, taklif, bozor muvozanati, narx, iste'molchi, ishlab chiqaruvchi, iqtisodiy omillar, muqobil tovarlar, daromad, bozor munosabatlari.

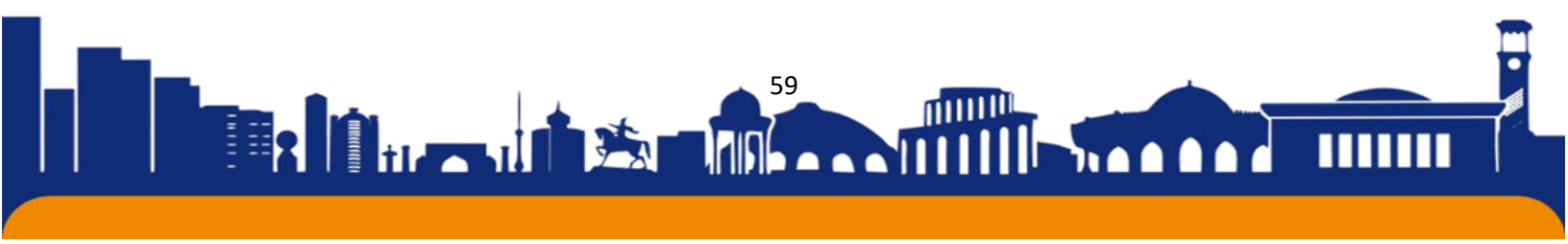
Talab va Taklif: Bozor Muvozanati

1. Talab va taklifning mohiyati

Talab va taklif bozor iqtisodiyotining asosiy tushunchalaridan biri bo'lib, tovar va xizmatlarning narxi va miqdorini belgilashda muhim rol o'ynaydi:

Talab: Iste'molchilarning muayyan narxda tovar yoki xizmatni sotib olish istagi va imkoniyati.

Taklif: Ishlab chiqaruvchilarning ma'lum narxda tovar yoki xizmatni sotishga tayyorligi.



Talab va taklif — bozor iqtisodiyotining fundamental tushunchalari. Talab (tovarlar va xizmatlarga talab) — xaridor, iste'molchining bozorda muayyan tovarlarni, ne'matlarni sotib olish istagi; bozorga chiqqan va pul imkoniyatlari bilan ta'minlangan ehtiyojlari. Ehtiyoj pul va narx vositasida talabga aylanadi. Rasman olganda talab iste'mol kattaligi miqdoridir. Tovarlar dunyosidagi xilma-xillikka moye ravishda talab hosil bo'ladi. Masalan, oziqovqat tovarlari, sanoat mollari, maishiy va ijtimoiy xizmatlarga bo'lgan talablar tovarlarga talab tuzilmasini tashkil etadi. Mazmuni va harakati jihatidan haqiqiy, o'sayotgan, barqaror qondirilgan, qondirilishi kechiktirilgan, qondirilmagan, me'yordagi va boshqa talablarga bo'linadi. Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxonasi, firmaning biror tovar to'plamiga yoki tovarlarga bildirilgan talablari yakka talab deyiladi. Muayyan tovarga yoki tovarlar to'plamiga barcha xaridorlar bildirgan talab yig'indisi bozor talabi, barcha bozorlarda barcha tovarlarga jamiyat miqiyosida bildirilgan ijtimoiy talab yalpi talab deyiladi. Talab miqdorining o'zgarishiga bir qancha omillar ta'sir qiladi. Ularning o'rasida eng muximi narx omilidir. Tovar narxining pasayishi sotib olinadigan tovar miqdorining o'sishi va aksincha, narxning o'sishi xarid miqdorining kamayishiga olib keladi. Taklif — muayyan vaqtda va muayyan narxlar bilan bozorga chiqarilgan va chiqarilishi mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar miqdori bilan ifoda etiladi; taklif ishlab chiqaruvchi (sotuvchi)larning o'z tovarlarini sotishga (bozorga) taklif etish istagi. Bozorda tovar narxi bilan uning taklifi miqdori o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud: narx qanchalik yuqori bo'lsa, boshqa sharoitlar o'zgarmagan hollarda, sotish uchun shuncha ko'proq tovar taklif etiladi, yoki aksincha, narx pasayishi bilan taklif hajmi qisqaradi. Masalan, 10 so'm narxda 3 tovar birligi taklif etiladi, agar narx 15 so'mga ko'tarilsa, taklif hajmi 5 birlikka qadar ko'payadi, agar narx 20 so'mga yetsa, taklif hajmi 6 birlikka yetadi. Shunday qilib, taklif miqdorining o'zgarishlari taklif egri chizig'ida bir nuqtadan ikkinchisiga ko'chishida o'z ifodasini topadi. Egri chiziqning ijobiy og'ishi tovar narxi bilan uning taklifi miqdori o'rtasidagi bevosita bog'liqlikni aks ettiradi.

Tovar taklifiga, tovarning o'z narxidan tashqari bir qator omillar: shu tovarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan resurslar narxlari; qo'llaniladigan texnologiya; soliqlar va dotatsiyalar; taqchillik yoki narxlar o'zgarishlarini kutish; bozordagi sotuvchilar soni va boshqa ta'sir ko'rsatadi. Mas., resurelarning arzonlashuvi muayyan tovarni ishlab chikarish xarajatlarini kamaytiradi, bu esa uning taklifi o'sishini stimullaydi. Taklifning o'ziga ta'sir ko'rsatadigan omillar o'zgarishlariga, birinchi navbatda, narx o'zgarishlariga sezgirligi taklif elastikligi deb ataladi.

2. Talab va taklifga ta'sir qiluvchi omillar

Talab omillari: Narx, iste'molchilarning daromadi, muqobil va qo'shimcha tovarlar, iste'molchilarning did va xohishlari.

Taklif omillari: Ishlab chiqarish xarajatlari, texnologiyalar, soliqlar va subsidiyalar, bozordagi boshqa raqobatchilar soni. 1. Narx

Mahsulot yoki xizmatning narxi oshgan sari talab kamayadi, narx pasaysa talab ortadi (talab qonuni).

2. Iste'molchilar daromadi

Daromad ko'payganda odatda iste'molchilar ko'proq xarid qilishadi. Ammo ba'zi arzon tovarlarga talab kamayishi ham mumkin (inferior tovarlar).

3. O'rinbosar va to'ldiruvchi tovarlar narxi

O'rinbosarlar: Masalan, qahva narxi oshsa, choyga talab ortishi mumkin.

To'ldiruvchilar: Masalan, avtomobil yoqilg'isi narxi oshsa, avtomobilga talab kamayadi.

4. Iste'molchilarning didi va afzalliklari

Madaniyat, moda yoki marketing kabi omillar iste'molchilarning didini shakllantirib, talabni oshirishi yoki pasaytirishi mumkin.

Talab va Taklif: Bozor Muvozanati

1. Talab va taklifning mohiyati

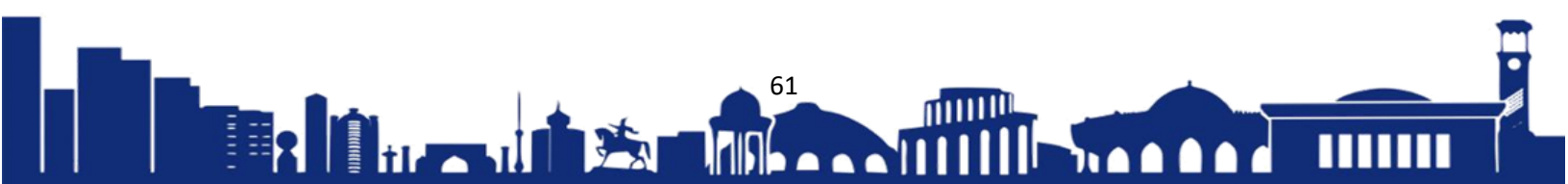
Talab va taklif bozor iqtisodiyotining asosiy tushunchalaridan biri bo'lib, tovar va xizmatlarning narxi va miqdorini belgilashda muhim rol o'ynaydi:

Talab: Iste'molchilarning muayyan narxda tovar yoki xizmatni sotib olish istagi va imkoniyati.

Taklif: Ishlab chiqaruvchilarning ma'lum narxda tovar yoki xizmatni sotishga tayyorligi.

3. Bozor muvozanati

Bozor muvozanati talab va taklifning bir xil bo'lgan nuqtasida yuzaga keladi:



Muvozanat narxi (E): Talab va taklif miqdori tenglashadigan narx.

Muvozanat miqdori: Muvozanat narxida sotiladigan mahsulot yoki xizmat miqdori.

Muvozanat bozordagi resurslarning samarali taqsimlanishini ta'minlaydi. Narx o'zgarishi talab va taklifni muvozanatga olib keladi:

Agar narx yuqori bo'lsa, taklif oshadi, talab kamayadi, natijada tovarlar ortiqcha bo'ladi.

Agar narx past bo'lsa, talab oshadi, taklif kamayadi, natijada tanqislik yuzaga keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Iqtisodiyot nazariyasi Sh. Shodmonov

2. wikipedia website

3. Chat GPT 4

4. Jahon iqtisodiyoti kitobi

