

BOZOR MUVOZANATI VA UNGA TA'SIR KO'RSATUVCHI OMILLAR TAHLILI.

Ustoz: Raxmatullayev

Umarbek

Shogirid: Sapabayeva Marjona

Toshkent davlat iqtisodiyot

Universiteti To'rtko'l fakulteti

2 – kurs talabasi .

Anatatsiya : Talab va taklifni iqtisodiy jihatdan tahlil qilish bir qator muammolarni hal qilishda universal vosita bo'lib xizmat qiladi. Bunday muammolarga quyidagilarni kiritish mumkin:

- narxlar, istemolchilar didi, daromadi, soni va boshqa omillarning istemol va mahsulot ishlab chiqarish hajmi hamda bozor konyunkturasiga ta'sirini baholash;
- narxlar vositasida bozorni tartibga solish bo'yicha davlat tomonidan ko'riladigan chora-tadbirlar oqibatlarini prognozlash;
- minimal ish haqi darajasini belgilash;
- soliqlar, dotatsiyalar, subsidiyalar, importga qo'yiladigan boj to'lovlarning tovar ishlab chiqaruvchilarga ta'sirini baholash va boshqalar.

Kalit so'z :ehtiyoj ,talab ,taklif,yakka talab ,bozor talab , narx va sotib olinadigan tovar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik , talab miqdoriga narxdan tashqari ta'sir qiluvchi omillar , past toifali tovarlar ,oliy toifali tovarlar ,bozor muvozanati ,muvozanatli narx ,taklif egri chiziqi.

1.Ehtiyoj-kishilarning hayotiy vositalariga bo'lgan zaruriyatini ifodalovchi ilmiy kategoriya sifatida taraqqiyotning hamma bosqichlari uchun umumiy va doimiydir.Uning bozor iqtisodiyoti sharoitida tarixiy ko'rinishi talab tushunchasidir.

Talab ehtiyojdan farq qilib mustaqil iqtisodiy kategoriya sifatida amal qiladi. Ehtiyojning faqat pul bilan ta'minlangan qismi talabga aylanadi. Demak, talab – bu pul

bilan ta'minlangan ehtiyojdir. Ehtiyoj zarur miqdordagi pul bilan ta'minlansa, u "xohish", "istak" bo'lib qolaveradi.

2. Talab - Talabning bir qator muqobil variantlari mavjud bo'ladi, chunki narx o'zgarishi bilan tovarning sotib olinadigan miqdori ham o'zgaradi. SHu bog'liqlikdan kelib chiqib, talabga quyidagicha ta'rif berish mumkin: ma'lum vaqt oralig'ida, narxlarning mavjud darajasida iste'molchilarning tovar va xizmatlarni ma'lum turlarini sotib olishga qodir bo'lgan ehtiyoj deyiladi.

3. Yakka talab - Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxona, firmaning tovarni shu turiga bo'lgan talabi deyiladi.

4. Bozor talabi - Bir qancha (ko'pchilik) iste'molchilarning shu turdagi tovar yoki xizmatga bo'lgan talablari yig'indisi deyiladi.

5. Narx va sotib olinadigan tovar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik - Yakka talab ham, bozor talabi ham miqdor jihatdan aniqlanadi. Lekin bu miqdor har doim ham bir xil bo'lib turmaydi, balki o'zgaruvchan bo'ladi. Talab miqdorining o'zgarishiga bir qancha omillar ta'sir qiladi. Ularning ichida eng ko'p ta'sir qiladigan omil narx omilidir.

6. Talab miqdoriga narxdan tashqari ta'sir qiluvchi omillar - talab hajmining o'zgarishi faqat tovar narxiga emas, balki boshqa bir qator omillarga ham bog'liq bo'ladi. Bu omillar talabning narxdan tashqari omillari deyiladi.

Talabga narxdan tashqari quyidagi asosiy omillar ta'sir ko'rsatadi:

- 1) iste'molchining didi;
- 2) bozordagi iste'molchilar soni;
- 3) iste'molchining daromadlari;
- 4) bir-biriga bog'liq tovarlarning narxi;
- 5) kelajakda narx va daromadlarning o'zgarishi ehtimoli.

Biror mahsulotga iste'molchi dididagi ijobiy o'zgarish ro'y bersa, narxning tegishli darajasida unga bo'lgan talab ortadi. Bu o'rinda real hayotda iste'molchilar «moda», ya'ni biron-bir tovarning keng rasm bo'lgan turini sotib olishga harakat

qilishlarini misol keltirish mumkin. Iste'molchi didiga salbiy ta'sir ko'rsatadigan holatlar talabning qisqarishiga olib keladi.

7. Pas toifali tovarlar -daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori teskari bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar deyiladi.

8. Oliy toifali tovarlar -daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori to'g'ri bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar deyiladi.

9. Muvozanatli narx – bu shunday narxki, bunda talab hajmi har doim taklif hajmiga teng va bu hajm muvozanatli hajm deb ataladi .

10. Taklif ma'lum vaqt oralig'ida, turli narxlar darajasida ishlab chiqaruvchilarning (sotuvchilarning) ma'lum miqdordagi tovarlar va xizmatlarni sotishga bo'lgan xohishi va imkoniyatlarini aks ettiradi.

11. Taklif egri chiziqli -Narx darajasi va taklif miqdori o'rtasidagi bog'liqlikni to'g'ridan-to'g'ri bog'liklikni ko'rsatuvchi ma'lumotlarni grafikda ifodalab taklif egri chizig'izini tasvirlash mumkin.

Bozorda taklif qilinadigan Tovar hajmiga narxdan tashqari 1 qator omillar ham ta'sir qiladi. Bu omillarning asosiylari quyidagilar:

- 1) Resurslarning narxi;
- 2) Ishlab chiqarish texnologiyasi;
- 3) Soliq va subsidiyalar ;
- 4) Boshqa tovarlar narxi;
- 5) Narx o'zgarishining kutilishi;
- 6) Bozordagi sotuvchilar soni .

Xulosa .

Bozor diqqatga sazavordir, chunki muvozanatdan har qanday og'ish bo'lsa, u unga qaytishga intiladi. Qondirilmagan talab sharoitida ham, ortiqcha taklif sharoitida ham bir-biri bilan o'zaro aloqada bo'lib, ular bozorni muvozanatga keltiradi. O'zbekistonda erkin bozor iqtisodiyotining tashkil etilishi yurtimizning iqtisodiy darajasini oshirishga va aholining turmush tarzini yaxshilashga xizmat qilmoqda. Bozor iqtisodiyotining eng muhim sifatlaridan biri xususiy mulkchilikning

ustuvorligini ta'minlab, yurtimizdagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka katta e'tibor berilmoqda, bu esa o'z navbatida aholini ish bilan ta'minlash, ularning tadbirkorlik qobiliyatini oshirishga xizmat qilmoqda. Bundan keyin ham yurtimizda bozor iqtisodiyotini yanada rivojlantirishimiz, dunyoning rivojlangan mamlakatlari qatorida biz ham o'z mahsulotlarini jahon bozoriga chiqarishimiz lozim. Bu maqsadlar yo'lida biz bozor muvozanati ta'minlashimiz talab va taklifni bir-biriga chambarchas bog'likligidan foydalanib, davlatning bozorga qisman aralashishi va uni tartibga solishi natijasida iqtisodiyotimizni jadal rivojlantirishimiz lozim. Va fikrimcha, biz bundanda ko'p ishlarni amalga oshirishimiz, tadbirkor va biznesmenlarga keng yo'llar ochishimiz kerak. Endi faoliyatini boshlaydigan korxonalarga soliq va boshqa imtiyozlar berishimiz kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar .

1. Mikroiqtisodiyot darslik (Toshkent-2021). B.T.Salimov, M.S.Yusupov,
2. B.B.Salimov Mikroiqtisodiyot darslik (Toshkent-2005).
3. uz.Wikipedia.org
4. www.scribd.com