

TALAB VA TAKLIFNING TAHLILIIY ASOSLARI MAVZUSI

Urunbaeva Yulduz Pirnazarovna*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
iqtisodiyot nazariyasi kafedrası dotsenti***Kushmanbekova Shaxzoda Komilbekovna***Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi
+998915212899**kushmanbekovashahzoda@gmail.com***Olloberganova Maftuna Safarovna***Samarqand iqtisodiyot va servis instituti talabasi***Annotatsiya**

Ushbu maqolada talab va taklifning mohiyati, ularning bozor iqtisodiyotidagi o'ri va o'zaro bog'liqligi haqida so'z boradi. Ushbu maqolada, O'zbekiston misolida mavsumiy talab o'zgarishlari, ishlab chiqarish omillari va narxlarning ta'siri keltirilgan. Undan tashqari, bugungi raqamli davrda talab va taklif onlayn savdo platformalari hamda sun'iy intellekt orqali qanday shakllanayotgani haqida ham aytib o'tilgan.

Аннотация

В данной статье рассматривается сущность спроса и предложения, их роль в рыночной экономике и взаимосвязь между ними. На примере Узбекистана показано, как сезонные изменения спроса, производственные факторы и цены влияют на рынок. Кроме того, в статье объясняется, как в современную цифровую эпоху спрос и предложение формируются с помощью онлайн-торговых платформ и искусственного интеллекта.

Annotation

This article discusses the essence of demand and supply, their role in the market economy, and their interconnection. It also provides examples based on Uzbekistan, showing how seasonal changes in demand, production factors, and prices affect the market. In addition, the article explains how demand and supply are now shaped through online trading platforms and artificial intelligence in the digital era.

Kalit so'zlar; taklif, bozor iqtisodiyoti, narx va muvozanat, mavsumiy talab, ishlab chiqarish omillari, raqamli iqtisodiyot, onlayn savdo platformalari, sun'iy intellekt, algoritmik tahlil, raqamli talab va taklif, ijtimoiy talab, moslashuvchan taklif, e-tijorat (elektron savdo).

Bozor iqtisodiyotida talab va taklif tushunchalari eng muhim omillardan hisoblanadi. Chunki har qanday mahsulot yoki xizmatning narxi, ishlab chiqarilishi va

iste'moli aynan talab va taklif orqali belgilanadi. Talab - bu xaridorlarning ma'lum narxda tovar sotib olish istagi va imkoniyati, taklif esa ishlab chiqaruvchilarning ma'lum narxda tovar yoki xizmat taklif etish istagidir. Ushbu ikki kuchning o'zaro ta'siri natijasida bozor muvozanati shakllanadi.

Bugungi kunda O'zbekiston iqtisodiyotida bozor munosabatlari chuqurlashgani sari, talab va taklifni to'g'ri tahlil qilish yanada muhim bo'lib bormoqda. Masalan, oziq-ovqat, kiyim-kechak yoki xizmat ko'rsatish sohalarida talab mavsumga qarab o'zgaradi. Yoz oylarida muzqaymoq, ichimlik va sovutuvchi mahsulotlarga talab ortadi, qishda esa issiq kiyimlar, choy va isitish vositalariga ehtiyoj kuchayadi. Bu o'zgarishlarni oldindan tahlil qila olgan tadbirkor bozordagi o'rni va foydasini saqlab qoladi. Taklif ham bir xil holatda turmaydi, u ishlab chiqarish xarajatlari, texnologiyalar, soliqlar, hatto iqlimga ham bog'liq. Masalan, dehqonlar g'alla hosili ko'p chiqqan yillarda uni arzon narxda taklif qiladi, chunki mahsulot ko'pligi narxni pasaytiradi. Ammo hosil kam bo'lsa, taklif qisqaradi va narx oshadi. Shu tarzda talab va taklif o'rtasida doimiy muvozanat jarayoni sodir bo'lib turadi. Hozirgi zamonda iqtisodiy jarayonlar raqamli texnologiyalar ta'sirida tez o'zgarib bormoqda. Masalan, onlayn savdo platformalari (masalan, Uzum, Wildberries, yoki Amazon) orqali har kuni minglab talab va takliflar shakllanmoqda. Endi narxni faqat ishlab chiqaruvchi emas, balki algoritmlar va sun'iy intellekt tahlil tizimlari ham belgilay boshladi. Ular xaridorlarning qidiruvlari, "like"lari va xarid odatlariga qarab talabni oldindan aniqlab, taklifni avtomatik moslashtiradi. Bu esa iqtisodiyotda yangi bosqich - raqamli talab va taklif tahlili davrini boshlab berdi.

Misol uchun, O'zbekiston ichki turizmi sohasida talab so'nggi yillarda sezilarli darajada oshdi. Bu esa yangi mehmonxonalar, transport xizmatlari va turpaketlar taklifining ko'payishiga olib keldi. Shu orqali talab o'zgarishi butun tarmoq rivojiga turtki berdi. Xuddi shuningdek, ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talab ham oshib borayotgani sababli fermerlar organik dehqonchilikka o'ta boshlashmoqda - bu esa ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartiradi. Talab va taklifning tahliliy asoslarini o'rganish orqali iqtisodiyotdagi muvozanatni tushunish, narx o'zgarishlarini oldindan bilish va samarali iqtisodiy siyosat yuritish mumkin. Bugungi raqamli davrda bu tahlil yanada chuqurlashib, oddiy grafiklardan sun'iy intellekt algoritmlarigacha rivojlandi. Shuning uchun talab va taklif faqat nazariy tushuncha emas, balki har kuni hayotimizda uchraydigan real iqtisodiy jarayon bo'lib qolmoqda.

Talab - bu xaridorning ma'lum bir tovar yoki xizmatni ma'lum narxda sotib olishga bo'lgan istagi va imkoniyatidir. Ya'ni, har bir insonning biror narsa olish xohishi bor, lekin u xohish imkoniyat bilan birlashgandagina talab hosil bo'ladi. Masalan, kimdadir yangi telefon olish istagi bor, lekin pul yetmasa bu hali haqiqiy talab bo'lmaydi. Talabni shakllantiruvchi asosiy omillarga tovar narxi, odamlarning daromad darajasi, o'rinbosar yoki to'ldiruvchi mahsulotlar, reklama, moda, mavsum va hatto

iqlim ham kiradi. Masalan, narx pasaysa, odatda talab ortadi, narx oshsa esa kamayadi. Bu iqtisodiy qonun “talab qonuni” deb ataladi. Oddiy misollar keltiradigan bo'lsak, yoz mavsumida O'zbekistonda muzqaymoq sotuvlari, sovuq ichimliklar va ventilyatorlarga qiziqish keskin oshadi. Qishda esa choy ichish, issiq kiyimlar va isitish qurilmalari talabga ega bo'ladi. Talab daromad darajasiga ham bog'liq qolmoqda. Odamlarning oylik daromadi ko'payganda, ular sifatli va qimmatroq narsalarni sotib olishni afzal ko'radi.

Hozirgi vaqtda talabni o'zgartirayotgan asosiy omillardan biri raqamli iqtisodiyotdir. Ko'pchilik endi do'konlarga borish o'rniga onlayn saytlarda xarid qilmoqda. Masalan, Uzum Market yoki Wildberries platformalarida foydalanuvchilar kerakli buyumni qidirganda, tizim oldingi xaridlariga qarab takliflar ko'rsatadi. Bunday algoritmlar talabni oldindan taxmin qilish va shakllantirishga yordam beradi. Shuning uchun raqamli texnologiyalar talabni shunchaki kuzatmay, balki uni faol boshqarish imkonini beradi. Talab bugun ijtimoiy tarmoqlarda ham shakllanmoqda. TikTok yoki Instagramda biror mahsulot trend bo'lib qolsa, unga bo'lgan qiziqish birdaniga ko'payadi. Iqtisodchilar buni ijtimoiy talab deb ataydi. Chunki u ommaviy axborot va trendlar ta'sirida paydo bo'ladi. Talab oddiy xarid jarayoni emas. U inson ehtiyojlari, daromadi, didi va axborot muhiti bilan chambarchas bog'liq murakkab hodisa. Zamonaviy sharoitda talabni tahlil qilish uchun iqtisodiy omillardan tashqari texnologik va ijtimoiy jihatlarni ham hisobga olish lozim. Shu bois talab faqat bozorda emas, raqamli fazoda ham rivojlanmoqda.

Taklif ko'plab omillarga bog'liq. Narxlar, ishlab chiqarish xarajatlari, texnologiya darajasi, soliqlar, xomashyo narxi va davlat iqtisodiy siyosati bularning asosiy qismlaridan. Masalan, O'zbekistonda yoqilg'i yoki elektr energiyasi qimmatlashsa, ishlab chiqarish tannarxi oshadi. Natijada korxonalar kamroq miqdorda mahsulot ishlab chiqaradi. Lekin raqamli texnologiyalar bu jarayonni tubdan o'zgartirmoqda. Ishlab chiqaruvchilar endi internet orqali real vaqtda talabni o'rganib, taklif hajmini algoritmlar yordamida rejalashtiradi. Misol uchun, ba'zi O'zbekiston korxonalari onlayn platformalardagi qidiruv so'zlarini ko'rib, qaysi tovarlarga talab yuqori ekanini aniqlaydi. Shu ma'lumotga asoslanib ular ishlab chiqarish yo'nalishini o'zgartiradi. Buni raqamli taklif bashorati deb atashadi. Ya'ni taklif endi taxminiy emas, sun'iy intellekt va aniq ma'lumotlar asosida boshqariladi.

Yana bir yangi tushuncha moslashuvchan taklifdir. Onlayn do'konlarda zaxira tugasa, tizim avtomatik ravishda ishlab chiqaruvchiga bildirishnoma yuboradi. Ishlab chiqarish hajmi shu orqali oshiriladi. Bu inson aralashuvisiz sodir bo'ladi. O'zbekistonning yirik korxonalari ham bunday tizimlarni joriy etmoqda. Bu taklifni boshqarishda yangi bosqichni anglatadi. Intellektual bozor tizimi shakllanmoqda. Misol uchun, Toshkentdagi tikuvchilik korxonalari ijtimoiy tarmoqlardagi moda trendlarini tahlil qiladi. Ular ommabop dizayndagi kiyimlarni tezda ishlab chiqaradi.

Shu yo'l bilan talabni kutmasdan oldindan taklif yaratib, bozorda ustunlikka erishmoqda. Bugungi kunda taklif faqat ishlab chiqarish omillari bilan emas. Texnologik axborot tahlili, sun'iy intellekt, algoritmik boshqaruv va onlayn kuzatuv tizimlari bilan bog'lanib qoldi. Bu iqtisodiyotda yangi davrni boshladi. Raqamli taklif iqtisodiyoti paydo bo'ldi.

Hozirgi davrda talab va taklifni o'rganish iqtisodiy nazariya yoki grafiklar bilan cheklanmaydi. Raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va internet savdo tizimlari bu jarayonni yangi bosqichga ko'tardi. Avvalroq talabni o'lchash uchun so'rovnomalar yoki statistika yig'ilgandi. Endi algoritmlar real vaqtda bu ishni bajaradi. Masalan, O'zbekistonda Uzum Market, BookCafe yoki Express24 platformalarida xaridorlarning har bir harakati ma'lumot beradi. Izlanishlari, savatga qo'shishlari yoki reytinglari talab haqida gapiradi. Bu ma'lumotlar avtomatik tahlil qilinib, ishlab chiqaruvchilarga taklifni moslashtirishga yordam beradi. Buni raqamli iqtisodiy tahlil deb atashadi. U bozorni boshqarishda inqilobiy o'zgarishlar keltirmoqda.

Yana bir yangi holat ijtimoiy tarmoqlar orqali talab shakllanishi. TikTokda biror mahsulot mashhur bo'lsa, talab bir necha kun ichida ming marta oshadi. Ishlab chiqaruvchilar shu vaqtda taklifni tez oshiradi. Buni tezkor taklif modeli deb aytishadi. Bozor mexanizmi inson qaroriga emas, ijtimoiy axborot oqimiga asoslanadi.

Ba'zi kompaniyalar sun'iy intellekt yordamida talabni oldindan bashorat qiladi. Onlayn dorixonalar sovuq mavsum yaqinlashganda shamollash dorilariga talab oshishini sezadi. Zaxirani oldindan ko'paytiradi. Shu tarzda talab va taklif boshqaruvi avtomatlashtirilmoqda. O'zbekiston ichki turizmi misolida ham talab va taklifni yangi usulda ko'rish mumkin. Aholi dam olish, tabiat joylari va milliy madaniyatga ko'proq qiziqmoqda. Bu eko-turizm, agro-turizm va madaniy turizm kabi yangi yo'nalishlarni rivojlantirmoqda. Natijada mehmonxonalar, transport va qo'shimcha xizmatlar taklifi ortmoqda. Bu kichik biznes va ish o'rinlari uchun imkoniyatlar ochmoqda.

Xulosa: Talab va taklif har qanday iqtisodiyotning asosiy qismidir. Ular muvozanatda bo'lgandagina bozor barqaror rivojlanadi. Narxlar adolatli shakllanadi va ishlab chiqarish samarali o'tadi. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar, elektron savdo va onlayn marketing orqali tahlil imkoniyatlari kengaymoqda. Ayniqsa O'zbekistonda elektron savdo, ichki turizm va xizmatlar rivoji bu jarayonlarga tezlik beradi. Shunday qilib zamonaviy bozorda talab va taklifni chuqur o'rganish iqtisodiy barqarorlikni ta'minlaydi. Innovatsion taraqqiyotni ham rag'batlantiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Abdullayev. O, Axtamov. A, Shakarov. A – “Makro-Mikro iqtisodiyot” Toshkent-2007
2. Mirzayev. K.Dj, Sheraliyev. A.S, Ulug'murodov F.F. – Yashil iqtisodiyot.
3. Mirzaev. K.J, Boboqulov . S.B, Janzakov B.K – Raqamli Iqtisodiyot