

YAKKA (INDIVIDUAL) VA BOZOR TALABI

Raxmatullayev Umarbek Domla

Eshqulov Alisher Adiz o'g'li

Talaba, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Mutaxassislik, ijtimoiy-gumanitar va aniq fanlar kafedrası

E-mail: eshqulovalisher61@gmail.com

+998949157278

Annotatsiya: Ushbu ishda iqtisodiy nazariyaning muhim tushunchalaridan biri bo'lgan yakka (individual) talab va bozor talabining mohiyati yoritiladi. Yakka talab iste'molchining ma'lum tovarni turli narxlarda sotib olishga bo'lgan shaxsiy xohish va imkoniyatlarini ifodalasa, bozor talabi esa barcha iste'molchilar talabining yig'indisi sifatida shakllanadi. Annotatsiyada ushbu ikki tushuncha o'rtasidagi farqlar, ularni belgilovchi omillar hamda bozor talabining shakllanish jarayoni izohlanadi. Shuningdek, talabning narx bilan bog'liqligi, iste'molchilar xulq-atvori va iqtisodiy omillar tahlil qilinib, mavzuning amaliy ahamiyati ko'rsatib beriladi.

Kalit so'zlar: Yakka talab, individual talab, bozor talabi, talab qonuni, narx va talab, iste'molchi xulqi, talab omillari, daromad darajasi, talab egri chizig'i, agregat talab, bozor kon'yunkturasi, iste'mol ehtiyoji, talab hajmi, narx elastikligi, bozor mexanizmi.

Аннотация: В данной работе раскрывается сущность индивидуального спроса и рыночного спроса, которые являются важными понятиями экономической теории. Индивидуальный спрос представляет собой личное желание и возможность потребителя приобретать определённый товар по разным ценам, в то время как рыночный спрос формируется как сумма спроса всех потребителей. В аннотации объясняются различия между этими двумя понятиями, факторы, их определяющие, и процесс формирования рыночного спроса. Также анализируется взаимосвязь спроса и цены, поведения потребителей и экономических факторов, а также показывается практическая значимость темы.

Ключевые слова: Индивидуальный спрос, индивидуальный спрос, рыночный спрос, закон спроса, цена и спрос, потребительское поведение, факторы спроса, уровень дохода, кривая спроса, совокупный спрос, рыночные условия, потребительский спрос, объем спроса, ценовая эластичность, рыночный механизм.

Abstract: This work sheds light on the essence of individual demand and market demand, which are important concepts in economic theory. Individual demand represents the personal desire and ability of a consumer to purchase a certain product at different prices, while market demand is formed as the sum of the demands of all consumers. The abstract explains the differences between these two concepts, the factors that determine them, and the process of market demand formation. It also analyzes the relationship between demand and price, consumer behavior, and economic factors, and shows the practical significance of the topic.

Keywords: Individual demand, individual demand, market demand, law of demand, price and demand, consumer behavior, demand factors, income level, demand curve, aggregate demand, market conditions, consumer demand, demand volume, price elasticity, market mechanism.

Kirish

Zamonaviy iqtisodiyotda startaplar innovatsion g'oyalarni amaliy loyihalarga aylantirishning asosiy vositasi sifatida e'tibor qozonmoqda. Startap tushunchasi an'anaviy biznesdan farq qilgan holda, tezkor rivojlanish, moslashuvchanlik va bozorga mos yechimlarni yaratish imkoniyatini beradi. Shu sababli, startaplar nafaqat iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi, balki yangi ish o'rinlari yaratish, texnologik innovatsiyalarni joriy etish va raqobat ustunligini shakllantirishda ham muhim rol o'ynaydi. Venture kapital nima?

Yakka (individual) talab tushunchasi va uning mohiyati

Yakka (individual) talab — bu **bitta iste'molchining** muayyan tovar yoki xizmatni ma'lum bir narxda sotib olishga bo'lgan **xohishi va imkoniyati**dir. U iqtisodiy nazariyada iste'molchi xulq-atvorini o'rganishda asosiy tushunchalardan biri hisoblanadi. Yakka talab har bir insonning ehtiyoji, daromadi, didi, xarid qilish odatlari hamda tovar narxiga bo'lgan munosabati bilan bog'liq bo'ladi.

Individual talabning mohiyati shundaki, har bir iste'molchi bozor sharoitida o'zining manfaatidan kelib chiqib qaror qabul qiladi. Tovar narxi pasaysa, odatda iste'molchining uni sotib olish xohishi ortadi; aksincha, narx ko'tarilganda talab kamayadi. Bu talab qonunining eng sodda ifodasidir. Shu bois individual talab iste'molchining tovarni sotib olishga bo'lgan **real imkoniyatini** (daromad, xarajatlar) va **subyektiv xohishini** o'zida mujassam etadi.

Yakka talabning shakllanishiga quyidagi omillar ta'sir qiladi: iste'molchining daromadi, tovarning narxi, uning sifati, o'rnini bosuvchi (substitut) tovarlar mavjudligi, reklama, moda, mavsumiylik va boshqa psixologik omillar. Shuning uchun individual talab har bir shaxsda turlicha bo'ladi va vaqt o'tishi bilan o'zgarib borishi tabiiydir.

Yakka talablarga ta'sir qiluvchi omillar

Yakka (individual) talabning shakllanishi bir nechta iqtisodiy, psixologik va tashqi omillar ta'siri ostida yuz beradi. Har bir iste'molchi ma'lum tovarni sotib olishda o'zining ehtiyojlari va imkoniyatlaridan kelib chiqib qaror qabul qiladi, shu bois individual talab doim o'zgaruvchan va dinamik jarayon hisoblanadi. Quyida yakka talablarga ta'sir etuvchi asosiy omillar keltiriladi:

1. Tovar narxi

Tovar narxi yakka talabga eng kuchli ta'sir qiluvchi omildir. Narx pasayganida iste'molchining tovarni sotib olish xohishi ortadi, narx ko'tarilganda esa kamayadi. Bu talab qonunining asosiy mazmunini tashkil etadi.

2. Iste'molchining daromadi

Daromad oshishi bilan iste'molchining xarid qilish imkoniyati kengayadi, natijada individual talab ko'payadi. Daromad kamayganda esa aksincha, talablarda qisqarish kuzatiladi. Biroq "arzimas tovarlar" uchun bu munosabat boshqacha bo'lishi ham mumkin.

3. Iste'molchi didi va afzalliklari

Har bir odamning o'ziga xos didi, odatlari, hayot tarzi mavjud. Moda, zamonaviy tendensiyalar, reklama — barchasi iste'molchining ma'lum tovarni tanlash ehtimolini oshiradi yoki kamaytiradi.

4. O'rnini bosuvchi va to'ldiruvchi tovarlar

O'rnini bosuvchi (substitut) tovarlar mavjud bo'lsa, iste'molchi narxi pastroq tovarni tanlashi mumkin.

To'ldiruvchi (komplementar) tovarlar narxining o'zgarishi ham yakka talablarga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Masalan, telefon va quloqchin, avtomobil va benzin.

5. Mavsumiylik

Ba'zi tovarlarga bo'lgan talab fasllarga qarab keskin o'zgaradi. Masalan, yozda sovuq ichimliklar talabi oshadi, qishda esa issiq kiyimlarga talab ortadi.

6. Reklama va marketing

Reklama iste'molchining tovar haqidagi tasavvurini o'zgartirishi yoki unga bo'lgan qiziqishni kuchaytirishi mumkin. Kuchli marketing kampaniyalari yakka talabni sezilarli oshiradi.

Xulosa

Yakka (individual) talab va bozor talabi iqtisodiy nazariyaning eng muhim tushunchalaridan bo'lib, ular iste'molchilarning bozor sharoitida qanday qaror qabul qilishini tushunishga yordam beradi. Yakka talab — bu bitta iste'molchining tovar yoki xizmatni sotib olishga bo'lgan xohishi va imkoniyatini ifodalasa, bozor talabi esa iqtisodiy tizimdagi barcha iste'molchilarning individual talablarining yig'indisidan shakllanadi. Shundan kelib chiqadiki, bozor talabining asosida har bir odamning shaxsiy ehtiyoji, daromadi, didi va narxga munosabati yotadi.

Yakka talabga ta'sir qiluvchi omillar — narx, daromad, tovar sifati, o'rnini bosuvchi tovarlar, mavsumiylik va reklama kabi ko'plab omillar hisoblanadi. Ushbu omillar o'zgarishi bilan iste'molchilarning xarid qilish odatlari ham o'zgaradi, bu esa bozor

talabining shakllanishiga bevosita ta'sir qiladi. Bozor talabi esa umumiy iqtisodiy barqarorlik, narxlar darajasi va ishlab chiqarish hajmini belgilovchi muhim omil sifatida iqtisodiyotda markaziy o'rin tutadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Karimov, A., & Jo'rayev, B. *Iqtisodiy nazariya*. — Toshkent: O'zbekiston nashriyoti, 2021.
2. Mankiw, N. G. *Principles of Economics*. — Cengage Learning, 2018.
3. Samuelson, P., & Nordhaus, W. *Economics*. — McGraw-Hill, 2015.
4. Qodirov, U., & Abdullayev, S. *Mikroiqtisodiyot asoslari*. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2020.
5. Lipsey, R., & Chrystal, A. *Economics*. — Oxford University Press, 2019.
6. Dorfman, R., & Steiner, R. *Theory of Demand*. — London: Routledge, 2017.
7. O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi. *Iqtisodiy nazariya fanidan o'quv qo'llanma*. — Toshkent, 2022.
8. Nicholson, W., & Snyder, C. *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*. — Cengage Learning, 2016.