

THEORY OF SUPPLY AND DEMAND. MARKET EQUILIBRIUM

Kuchimova Sevinch

students of JBNUU

Haydarov Bahrom

assistant of JBNUU

Saitov Sirojiddin

assistant of JBNUU

Annation: *This article provides information about the theory of supply and demand and its role and function in the market equilibrium. Basically, what is the market equilibrium and what is its role in the market situation is clearly described. In addition, the role of supply and demand in the market balance is also discussed in this article.*

Key words: *market, offer, law, price, movement, scientific, need, alone, demand, demand amount, the laws of the supply, balance.*

TALAB VA TAKLIF NAZARYASI. BOZOR MUVOZANATI

Annotatsiya: *Ushbu maqolamda talab va taklif nazaryasi hamda uni bozor muvozanatida tutgan o'рни va vazifasi to'g'risida ma'lumotlar keltirilgan. Asosan bozor muvozanati o'zi nima, u bozor holatida qanday vazifani bajarashi yorqin ta'svirlab berilgan. Bundan tashqari talab va taklif bozor muvozanatida qanday o'rin egallaganligi haqida ham ushbu maqolamda keng yoritib berilgan.*

Kalit so'zlar: *Bozor, taklif, qonun, narx, harakat, ilmiy, ehtiyoj, yakka talab, Talab miqdori, taklif qonunlari, muvozanat.*

Bozor mexanizmining amal qilishida talab va taklif qonunlari muhim o'rin tutadi. Talab va taklif narxni shakllantiradi, shu bilan birga narx talab va taklif o'rtasidagi nisbatni aniqlab beradi. Bu bobda dastlab talab va taklifga narxning ta'sirini alohida qarab chiqamiz. Keyin talab va taklif ta'sirida muvozanatlashgan narxning o'rnatilishi tushuntirib beriladi. Shu o'rinda talab va taklif qonunlari, ularning miqdoriga ta'sir etuvchi omillarni, ular o'rtasidagi mutanosiblikni bayon etishga alohida e'tibor beriladi. Shuningdek, talabning shakllanishi va amal qilishi, unga ta'sir etuvchi omillarni o'rganishda iqtisodiyot nazariyasida muhim yo'nalishlardan biriga aylangan iste'molchi xatti-harakati nazariyasi ham mavjuddir. Ehtiyoj kishilarning hayotiy vositalariga bo'lgan zaruriyatini ifodalovchi ilmiy kategoriya sifatida taraqqiyotning hamma bosqichlari uchun umumiy va doimiydir. Uning bozor iqtisodiyoti sharoitidagi tarixiy ko'rinishi talab tushunchasidir. Talab ehtiyojdan farq qilib, mustaqil iqtisodiy kategoriya (ilmiy tushuncha) 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'minlanmasa,

u «xohish», «istak» bo'lib qolaveradi. Masalan, talaba yangi rusumdagi qo'l telefonini xarid qilish maqsadida do'konga kirdi. Qo'l telefonining narxi 300 ming so'm bo'lib, talabada faqat 200 ming so'm mavjud, deb faraz qilaylik. Bu holda talabning yangi rusumdagi telefonga nisbatan ehtiyoji talabga aylanmaydi va, binobarin, qondirilmaydi. Bu o'rinda talaba yana 100 ming so'm miqdorida pul qidirib topishi yoki narxi 200 ming so'mgacha bo'lgan telefon xarid qilishi mumkin. Shu holdagina uning qo'l telefoniga nisbatan ehtiyoji talabga aylanadi. 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 xizmatlar ma'lum turlarini sotib olishga qodir bo'lgan ehtiyoji talab deyiladi. Talablar turlicha bo'lib, odatda bir xil tovar yoki xizmatlarga bo'lgan talabning ikki turi farqlanadi: yakka talab va bozor talabi. Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxonasi, firmaning tovarning shu turiga bo'lgan talabi yakka talab deyiladi. Bir qancha (ko'pchilik) iste'molchilarning shu turdagi tovar yoki xizmatga bo'lgan talablari yig'indisi bozor talabi deyiladi. 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. Narx va sotib olinadigan tovar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik

Tovar narxi va sotib olinadigan tovar miqdori o'zgarishi o'rtasida bo'ladigan teskari yoki qarama-qarshi bog'liqlik talab qonuni deyiladi. Real iqtisodiy hayotda ba'zan bu qoidaga zid bo'lgan, ya'ni ayrim tovar narxining o'sishi bilan unga bo'lgan talab miqdorining yanada ortishi holati ham uchraydi. Bu holat Giffen samarasi deb (ingliz iqtisodchisi R.Giffen nomi bilan) ataladi. Giffen kambag'al ishchi oilalari kartoshka qimmatlashishiga qaramasdan uni iste'mol qilish kengayishini kuzatib, bu samarani tasvirlab ko'rsatgan. Tushuntirish shunga asoslanadiki, kartoshka kambag'al oila ovqatida mahsulotlarning asosiy qismini egallaydi. Agar kartoshka narxining o'sishi yuz bersa, bunda kambag'al oila go'sht sotib olishdan umuman voz kechishga majbur bo'ladi, o'zining ko'p bo'lmagan daromadining barchasini kartoshka sotib olishga sarflaydi. Demak, bunday vaziyatda narxlarning oshishi zarur tovarlarga talab miqdorining kamaymasdan, aksincha ko'payishiga olib kelishi mumkin. Tovar narxi va uning xarid qilinadigan miqdori (talabning) o'rtasidagi teskari bog'liqlikni oddiy ikki o'lchamli grafikda ham tasvirlash mumkin: yotiq chiziq bozor talabi miqdorini, tik chiziq narxni ko'rsatadi.

Pul daromadi o'zgarishining talab hajmiga ta'siri boshqa omillarga qaraganda ancha murakkab. Pul daromadining ortishi juda ko'p tovarlarga talabni nisbatan oshiradi, daromadning kamayishi esa bunday tovarlarga talabni kamaytiradi. Daromad oshsa, uning o'sishiga qarab iste'molchilar aksariyat hollarda narxi yuqori bo'lsada, ko'proq sifatli tovarlarni xarid qilishga harakat qilishadi. Bunda ular non, kartoshka, karam kabi mahsulotlarni kamroq sotib olishlari mumkin. Chunki ortiqcha daromad ularga ancha yuqori oqsil tarkibiga ega bo'lgan oziq-ovqat mahsulotlari,

masalan, go'sht va sut mahsulotlari xarid qilish imkonini beradi. Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori to'g'ri bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar oliy toifali tovarlar deyiladi. Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori teskari bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar past toifali tovarlar deyiladi. Iste'molchilar daromadi va ular tomonidan sotib olinadigan tovarlar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik nemis iqtisodchisi va statisti Ernst Engel (1821-1896) tomonidan chuqur tadqiq etilgan. Shunga ko'ra, iste'molchi daromadi bilan u tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik Engel qonuni deyiladi. Oliy toifali yoki normal tovarlar uchun Engel egri chizig'i o'suvchan ko'rinishida bo'ladi. Haqiqatan Pul daromadi o'zgarishining talab hajmiga ta'siri boshqa omillarga qaraganda ancha murakkab. Pul daromadining ortishi juda ko'p tovarlarga talabni nisbatan oshiradi, daromadning kamayishi esa bunday tovarlarga talabni kamaytiradi. Daromad oshsa, uning o'sishiga qarab iste'molchilar aksariyat hollarda narxi yuqori bo'lsada, ko'proq sifatli tovarlarni xarid qilishga harakat qilishadi. Bunda ular non, kartoshka, karam kabi mahsulotlarni kamroq sotib olishlari mumkin. Chunki ortiqcha daromad ularga ancha yuqori oqsil tarkibiga ega bo'lgan oziq-ovqat mahsulotlari, masalan, go'sht va sut mahsulotlari xarid qilish imkonini beradi. Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori to'g'ri bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar oliy toifali tovarlar deyiladi. Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori teskari bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar past toifali tovarlar deyiladi. Iste'molchilar daromadi va ular tomonidan sotib olinadigan tovarlar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik nemis iqtisodchisi va statisti Ernst Engel (1821-1896) tomonidan chuqur tadqiq etilgan. Shunga ko'ra, iste'molchi daromadi bilan u tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik Engel qonuni deyiladi. Oliy toifali yoki normal tovarlar uchun Engel egri chizig'i o'suvchan ko'rinishida bo'ladi.

Pul daromadi o'zgarishining talab hajmiga ta'siri boshqa omillarga qaraganda ancha murakkab. Pul daromadining ortishi juda ko'p tovarlarga talabni nisbatan oshiradi, daromadning kamayishi esa bunday tovarlarga talabni kamaytiradi. Daromad oshsa, uning o'sishiga qarab iste'molchilar aksariyat hollarda narxi yuqori bo'lsada, ko'proq sifatli tovarlarni xarid qilishga harakat qilishadi. Bunda ular non, kartoshka, karam kabi mahsulotlarni kamroq sotib olishlari mumkin. Chunki ortiqcha daromad ularga ancha yuqori oqsil tarkibiga ega bo'lgan oziq-ovqat mahsulotlari, masalan, go'sht va sut mahsulotlari xarid qilish imkonini beradi.

Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori to'g'ri bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar oliy toifali tovarlar deyiladi. Daromadning o'zgarishi bilan talab miqdori teskari bog'liqlikda o'zgaradigan tovarlar past toifali tovarlar deyiladi. Iste'molchilar daromadi va ular tomonidan sotib olinadigan tovarlar miqdori o'rtasidagi bog'liqlik nemis iqtisodchisi va statisti Ernst Engel (1821-1896) tomonidan chuqur tadqiq etilgan. Shunga ko'ra, iste'molchi daromadi bilan u tomonidan sotib olinishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik Engel qonuni deyiladi. Oliy toifali yoki normal tovarlar uchun Engel egri chizig'i o'suvchan ko'rinishida bo'ladi. Haqiqatan ham, aholi daromadlari o'sib borishi bilan bu turdagi tovarlar ko'proqxarid

qilinadi. Past toifali tovarlar uchun Engel egri chizig'i pasayuvchan ko'rinishda bo'lib, daromadlar oshib borishi bilan iste'molchilar ularni kamroq miqdorda sotib oladilar. Agar tovarning iste'moli daromad darajasiga bog'liq bo'lmasa, u holda Engel egri chizig'i tik holda bo'ladi.

. 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.

Bu omillarning o'zgarishi talab hajmining o'zgarishiga qanday ta'sir ko'rsatishini qarab chiqamiz.

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.

O'z-o'zidan aniqki, bozorda iste'molchilar soni ko'paysa, talab ortadi, iste'molchilarning soni kamaysa, talab qisqaradi. Masalan, aloqa vositalarining takomillashuvi xalqaro moliyaviy bozor doirasini, undagi qimmatli qog'ozlarning oldisotdi jarayonlarida ishtirok etuvchilar sonini mislsiz kengaytiradi hamda aktsiya va obligatsiya kabi moliyaviy aktivlarga bo'lgan talabning o'sishiga olib keladi. Tug'ilish darajasining pasayishi bolalar bog'chasi va maktabga bo'lgan talabni kamaytiradi.

1. 0 1 2 3 4 5 6 7 8 Tovar miqdori, dona

Daromadning bundan yuqori darajalarida esa sotib olish hajmining o'sishi butunlay to'xtagan (daromadning 60 ming so'm va undan yuqori darajalarida mazkur tovarning 7 donasi sotib olinmoqda). Engel egri chizig'i iste'molchilar pul daromadlari o'zgarishining talabga qanday ta'sir qilishi to'g'risida axborot beradi. Bu axborot tovar ishlab chiqaruvchilar uchun o'z tovarlarining mumkin bo'lgan sotish hajmi va bozor kon'yunkturasini baholashdamuhim ahamiyat kasb etadi. O'zaro bog'liq tovarlar narxi o'zgarishining talabga ta'sirini o'rganishda ularni ikki guruhga ajratish maqsadga muvofiq bo'ladi: 1) o'zaro bir-birini almashtiruvchi yoki o'rinbosar tovarlar; 2) o'zaro bir-birini to'ldiruvchi tovarlar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1)Хайдаров В., Сaitov S.,(2022). Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va afzalliklari . Zamonaviy innovatsion Tadqiqotlarning Dolzarb muammolari va Rivojlanish Tendensiyalari: Yechimlari va Istiqbollari, 1(1), 634-635. Retrived from <https://inblibrary.uz/index.php/zitdmrt/article/view/5390>

2)Хайдаров, Б. (2021). СОКРАЩЕНИЕ БЕДНОСТИ В РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ. Экономика и образование, (4), 288–292. извлечено от <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/174>

3)Хайдаров, В., &Saitov, S. (2022). Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va afzalliklari. Zamonaviy Innovatsion Tadqiqotlarning Dolzarb Muammolari Va Rivojlanish Tendensiyalari: Yechimlar Va Istiqbollari, 1(1), 634–635. Retrieved from <https://inblibrary.uz/index.php/zitdmrt/article/view/5390>

4)Бахром Хайдаров Холмурадович. (2022). БИЗНЕСНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТАРТИБЛАРИ . PEDAGOGS Jurnal, 12(2), 139–142. Retrieved from <http://pedagoglar.uz/index.php/ped/article/view/1513>

5)Ad.: Karimov I., O‘zbekiston — bozor munosabatlariga o‘tishning o‘ziga xos yo‘li, T., 1993; Karimov I., O‘zbekiston iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish yo‘lida, T., 1995; Teoreticheskaya ekonomika.

6)Politekonomiya, M., 1997; Ekonomika, M., 1997; Kurs ekonomiki, M., 1997; O‘lmasov A., Sharifxujayev M., Iqtisodiyot nazariyasi; T., 1995;

7)Tuxliyev N., Taksanov A. Natsionalnaya ekonomicheskaya model O‘zbekistana T., 2000.

8)Pirnazarov Ibodulla Xamza o‘g‘li. Omonov Eldor Xayrulla o‘g‘li. “Talab va taklif nazaryasi. Bozor muvozanati”.