



BOZOR KON'YUKTURASI HOLATI VA KELGUSIDA RUVOJLANISH
KO'RSATKICHLARI HAMDA BAHOLASH USLUBLARI

Yorqulova Dilorom Ikromjon qizi
Eshpo'latova Sabina Alimardon qizi

Samarqand Davlat universiteti Kattaqo'rg'on filiali talabalari

Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li

Samarqand Davlat universiteti Kattaqo'rg'on filiali o'qituvchisi

E-mail: yarkulovadilorom763@gmail.com

Annotatsiya: *Bozor kon'yukturasi bir mamlakat yoki mintaqaning iqtisodiy faoliyatini ifodalovchi parametrlardan biridir. Bu, bir mamlakatning iqtisodiy holatini va yangiliklarini o'rganishda muhim ahamiyatga ega bo'lgan bir ma'lumotdir. Bozor kon'yukturasi, katta va kichik sohalar bo'yicha sotuvlar, mahsulotlar, xizmatlar va boshqa iqtisodiy harajatlarning umumiy holatini o'z ichiga oladi.*

Kelgusida ruvojlantirish ko'rsatkichlari, mamlakatning iqtisodiy holatining yangilanishi va o'sishining ko'rsatkichlaridir. Bu o'z ichiga sotuvlar, istehsal, xizmatlar, eksport-import, iste'molchilar tomonidan amalga oshirilayotgan investitsiyalar, daromad va boshqa iqtisodiyomontlar bilan bog'liq ko'rsatkichlar bo'ladi. Kelgusida ruvojlantirish ko'rsatkichlari, yangi korxonalar tuzilishi, ish o'rinlari yaratishi, yangi sohalarini rivojlantirish kabi olamdan olamga o'g'irlanuvchi jarayonlar bilan bog'liqdir.

Kalit so'zlar: *Bozor kon'yukturasi, SWOT tahlili, PESTEL tahlili, Iqtisodiy kon'yunktura, umumxo'jalik kon'yunkturasi, tovar bozori kon'yunkturasi, pragnoz qilish*

Bozor kon'yukturasi va kelgusida ruvojlantirish ko'rsatkichlarini baholash uslublari mavzusidagi muhim metodlar va texnologiyalar o'zgaruvchilik xususiyatini o'z ichiga oladi. Bu uslublar ichida SWOT tahlili (qonun, kamchilik, imkoniyat va tashvishlarni tahlil qilish), PESTEL tahlili (siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, ekologik va huquqiy omillarni tahlil qilish) va sektsiyanaliz kabilarini kiritish mumkin. Bu uslublar mamlakatning bozor potentsialini, rivojlanishqa kiruvchi tegishli asosiy omillarni va ularning iqtisodiyotni qanday ta'sir etishini o'rganishga imkon beradi.

Marketing sharoitini va bozorni tekshirish iqtisodiy, demografik, ijtimoiy, tabiiy, siyosiy va boshqa shart-sharoitlarni tahlil va bashoratni taxmin qiladi. Hozirgi kunda deyarli hamma yirik firmalar xususiy kon'yunktura xizmatlariga egadirlar, ular o'zining faoliyat doirasida jahon va milliy masshtabda kon'yunkturani rivojlanishini kuzatishadi. Iqtisodiy kon'yunktura bu omillar va qayta ishlash sharoitlarining rivojlanishi va o'zaro aloqadorlikda talab, taklif, narx omillari asosida bozordagi bir ko'rinishdir. Bu ko'rsatilgan aniqlik o'z ichida kon'yunktura tushunchasining barcha amaliy sifatlarini o'zida mujassamlashtiradi.

Birinchidan, unda iqtisodiy kon'yunktura predmeti ko'rsatilgan, ya'ni bozor, ayirboshlash sohasidagi kon'yunkturani avval olib borilayotgan ishlar bilan bog'laydi.



Ikkinchidan, kon'yunkturani faqat ayirboshlash sohasidagini emas, balki butun ishlab chiqarish jarayonini, ya'ni (ishlab chiqarish, taqsimlash, muomala, iste'mol, bular ayirboshlash prizmasi orqali aniqlanadi) o'z ichiga qamrab oladi.

Uchinchidan, kon'yunktura dinamik o'sish davrlarida ko'riladi.

To'rtinchidan, kon'yunktura ishlab chiqarish jarayoni aniq tarixiy sharoitlari bilan bog'liq, har bir ishlash jarayonining yangi bosqichi uchun omillarning va kon'yunkturani rivojlanishining sharoitlarining mosligi o'ziga xosdir.

Beshinchidan, uning ko'rinishining asosiy shakli talab, taklif, va narx dinamikasining nisbatidir. Bir so'z bilan aytganda, ayni shu omillar bozorning holatini va dinamikasini aniqlashda markaziy bo'g'in bo'lib hisoblanadi. Kon'yunktura tadqiqotining ikkita ob'ektiga ko'ra - ya'ni iqtisodiy kon'yunktura tushunchasidagi xo'jalik va tovar bozori, ikki mustaqil tarkibiy qismga ajratiladi.

1) umumxo'jalik kon'yunkturasi

2) tovar bozori kon'yunkturasi.

Umumxo'jalik kon'yunkturani strukturaviy birlik deb, shunga qaramasdan tovar bozorlarining va ko'plab o'zaro munosabatlar kon'yunkturasi yig'indisi deb qarash mumkin. Tovar kon'yunkturasi umumxo'jalik kon'yunkturasi tashkil etadi, umumxo'jalik kon'yunkturasi esa tovar bozorlari kon'yunkturasi keltirib chiqaradi.

Bozor kon'yunkturasi ayrim tovar ishlab chiqaruvchilar miqyosiga va sotib oluvchilarning xarid qobiliyatiga bog'liqdir, narx- navoga, modaning o'zgarishiga qarab har xil bo'ladi. Bozorning kelajakdagi holatini ishlab chiqarishning texnikaviy ahvoli, unga sarflangan qo'shimcha resurslar, ularning qaytarib berish muddatlari, tovar zahiralari dinamikasi, eksport va import, shuningdek narx - navodagi o'zgarishlar yo'nalishiga qarab aniqlash mumkin. Bu bilan tovar taklifi o'rganiladi.

Uzoq muddatli o'sish imkoniyatlarini aniqlash va kon'yunktura tahlili bir -biri bilan bog'liq va u bir-birini to'ldira boradi.

Sifatli tahlil qilish uchun to'plangan ma'lumotlarni 3 ta guruhga bo'linadi:

-o'tgan davr kon'yunktura ma'lumotlari;

-tadqiq qilinayotgan davr kon'yunktura ma'lumotlari;

-kelgusidagi kon'yunkturaga ta'sir etuvchi ma'lumotlar.

Kon'yunkturani tahlil qilish shakli bo'lib, kon'yunktura sharhi bo'lib hisoblanadi.

Kon'yunkturani tahlil qilish savollariga o'tishdan avval kon'yunkturani ko'rsatkichlar tizimini ko'rib chiqish darkor.

Ko'rsatkichlar shartli ravishda makro va mikro ko'rsatkichlarga bo'linadi. Makroko'rsatkichlarga - umumxo'jalik kon'yunkturasi tavsiflovchi ko'rsatkichlar: yalpi milliy mahsulot, yalpi milliy daromad, ishlab chiqarish ko'rsatkichlari, tovar aylanma ko'rsatkichlari, pul muomalasi ko'rsatkichlari, iste'mol ko'rsatkichlar kiradi. Mikroko'rsatkichlarga esa alohida tovarlar bozorini tavsiflovchi ko'rsatkichlar kiradi: ishlab chiqarish ko'rsatkichlari, mahsulot sotilishi va iste'moli, narx dinamikasi va h.k.

Ayrim tovar bozor kon'yunkturasi o'rganishdan maqsad to'g'ri prognoz qilish va o'zgarishlarning oldindan aytib berishdan iboratdir. Umuman bashorat - bu ob'ekt ahvolining kelajagi haqida, fikrlari va rejalarini ruyobga chiqarish yo'llari va muddatlaridir.



Prognoz qilish har doim ishning rejalashdan oldingi bosqichi hisoblanadi, marketing dasturi va rejasining asosiy variantlaridan biri hisoblanadi, chunki prognoz qilishning maqsadi - bilimimizning darajasiga to'g'ri keladigan va bashoratga kiritilishi asosida mumkin bo'lgan holatlarning rivojlanishini kengroq bo'lishi mumkin bo'lgan muqobil yo'llarini berishdir. Bu holatda qaror qabul qilish bashorat variantlarining ko'proq bo'lishi mumkin bo'lgan asoslangan tanlov hisoblanadi. Prognoz qilish- ilmiy analitik ajralmas bosqichdir. Ishlab chiqarilgan bashoratlar asosida qarorlarni qabul qilish ham qaror hisoblanadi. Hozirgi vaqtda iqtisodiy prognoz qilish 1-1,5 eng ko'pi 2 yildir, o'rta muddatli 5 yilgacha, uzoq muddatli 5 yildan ortiq va 15-20 gacha. Qisqa muddatli prognoz qilish bu har doimgi kon'yunktura bashoratidir, u har kungi amaliyotning boshqaruvchisi hisoblanadi, uzoq muddatli prognoz qilish umumiy tendensiyalarini aniqlaydi, iqtisodiy programmalarni tuzishda asos hisoblanadi va u kelajak kon'yunkturani aniqlash uchun muhimdir. Hozirgi vaqtda zamonaviy ilm-fanda prognoz qilishning 100 dan ortiq turli uslublari qo'llaniladi. Ular bir-birlaridan qo'llanmalari bilan, ularni qo'llash va asoslanganliklari bilan farq qiladi. Ularning orasida ekspert baholash uslubi, miya hujumi, tarixiy analog, matematik - statistik uslublarni qo'llash bilan farq qiladi.

Kon'yunkturani prognoz qilishda kon'yunktura rivojlanishi umumiy tendensiya baholaridan boshlash kerak. Buning uchun esa kelajak kon'yunkturani zamonaviy kon'yunkturadan ajratish uchun hamma narsani e'tiborga olishi kerak. Bu maqsad uchun esa uzoq davr uchun xizmat qiladi. Kon'yunktura rivojlanishidagi ichki omillar bilan bir qatorda yana shu mamlakatning iqtisodiyotiga jahon kon'yunkturasini ta'sir etishini ham kuzatish kerak, chunki u ba'zi mamlakatlar uchun kon'yunktura sinish paytida katta ahamiyatga ega bo'lishi mumkin. Agar mamlakatning tashqi iqtisodiy aloqalari qancha kuchli bo'lsa, shunchalik unga bo'lgan ta'sir ortadi.

Bozor kon'yukturasi va kelgusida ruvojlantirish ko'rsatkichlari mavzusidagi maqolalar o'qish va tahlil qilish, mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida muhim ahamiyatga ega bo'lgan faktorlarni tushunishga imkon beradi. Bu belgilar, tartibga solish va sifatli iqtisodiy tahlillarni o'rganishga xizmat qiladi, shuningdek, sarmoya egasining, korxonalar va hokimiyatning iqtisodiy xorijiy investitsiyalarini jalb etish va bozorga kirish maqsadida sarmoya yo'llarini belgilashda foydalidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA SAYTLAR RO'YXATI:

1. <https://e-library.samdu.uz>
2. Marketing asoslari (N.Mo'minov, F.Azimova, O.Shmugin)
3. <https://ebook.tsue.uz>
4. <https://lex.uz>