

BOZOR MEXANIZMINING ASOSIY QISMLARIDAN BIRI-NARX VA NARXNING TURLARI

G'ulomova Shaxlo Baxtiyor qizi

Jahon Iqtisodiyoti va Diplomatika Universiteti magistranti

Annotatsiya: *Maqolada iqtisodiyotning asosiy qismi bo'lmish narx tushunchasi, narxning turlari va ushbu turlarning ishlartilish sohalari haqida ma'lumotlar ko'rsatib o'tilgan.*

Kalit so'zlar: *narx, ulgurji narx, shartnoma narx, dotatsiya, demping narx, narx diapazoni, talab, taklif, tovar, milliy bozor, xalqaro bozor.*

Narx - bu evaziga sotuvchi tovar birligini o'tkazishga (sotishga) tayyor bo'lgan pul miqdori. Aslida narx - bu ma'lum bir tovarni pulga almashtirish koeffitsienti. Narx tushunchasi asosiy iqtisodiy kategoriya hisoblanadi.

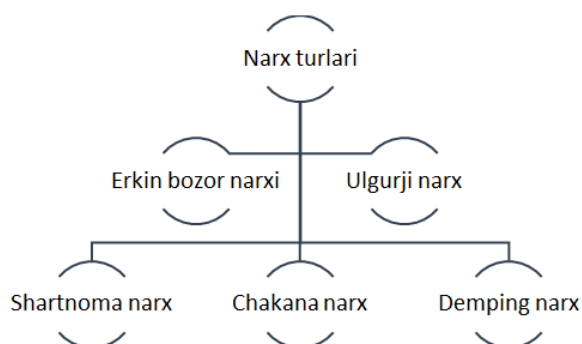
Kundalik nutqda narx ko'pincha mahsulot qiymati bilan sinonimdir (masalan, "bu qancha turadi? Shakarning narxi qancha") va bu so'zlarni bir-birining o'rnida ishlatish mumkin.

Zamonaviy iqtisodiyotlarda narxlar odatda qandaydir valyuta birliklarida ifodalanadi. (Xususan, xom ashyo uchun ular vazn birligi uchun valyuta, masalan, kilogramm uchun evro yoki kg uchun Rands sifatida ko'rsatilgan).

Garchi narxlarni boshqa tovar yoki xizmatlarning miqdori sifatida ko'rsatish mumkin bo'lsa-da, bunday barter almashinuvi kamdan-kam uchraydi. Ba'zan narxlar savdo markalari va havo millari kabi voucherlar bo'yicha belgilanadi.

"Narx" ba'zan yakuniy to'lov summasini emas, balki sotuvchi tovar yoki xizmatlar so'ragan to'lov miqdorini bildiradi. Ushbu so'ralgan miqdor ko'pincha so'ralgan narx yoki sotish bahosi deb ataladi, haqiqiy to'lov esa tranzaksiya narxi yoki sotilgan narx deb nomlanishi mumkin. Xuddi shunday, taklif narxi yoki sotib olish narxi tovar yoki xizmatlarni xaridor tomonidan taklif qilinadigan to'lov miqdoridir, garchi bu ma'no iste'mol bozorlariga qaraganda aktiv yoki moliyaviy bozorlarda ko'proq uchraydi.

Xom ashyo yoki shunga o'xshash iqtisodiy tovar bir nechta joyda sotilganda, odatda bitta narx qonuni amal qiladi deb ishoniladi. Bu, asosan, joylar o'rtasidagi xarajat farqi yuk tashish, soliqlar, boshqa tarqatish xarajatlari va boshqalarni ifodalovchidan katta bo'lishi mumkin emasligini bildiradi.



Ulgurji narxlar. Ishlab chiqaruvchilar tomonidan katta partiyadagi tovarlar bir yo'la ko'tarasiga sotilganda ulgurji narxlardan foydalaniladi. Ulgurji narxlar ishlab chiqaruvchilar va ta'minlash sotish tashkilotlari xarajatlarini qoplashi hamda ularning ma'lum miqdorda foyda ko'rishini ta'minlashi zarur. Ulgurji narxlar tovar birjalari va savdo uylarida ham qo'llaniladi.

Shartnoma narxlar. Bu sotuvchi va haridorning roziligi bilan belgilanadigan, ular tomonidan tuzilgan shartnomada qayd qilingan narxlardir. Shartnoma narxlar odatda shartnoma bitimi amal qilib turgan davrda o'zgar olmaydi. Mazkur narxlar ham milliy va ham xalqaro bozorda qo'llaniladi. U xalqaro bozorda qo'llanilganda tovar (xizmat)larning jaxon narxlariga yaqin turadi. Agar shartnoma narxi yozma shartnomaga kiritilmagan bo'lsa, sud da'volari bo'yicha sud shartnoma mavjud emas deb hisoblashi mumkin.

Chakana narxlar. Bu narxlarda tovarlar bevosita iste'molchilarga sotiladi. Chakana narxga tovarning ulgurji narxi, chakana savdo tashkilotlarining xarajatlari va ularning oladigan foydasi kiradi. Chakana narx tovarlarga bo'lgan talab va taklifni bog'lovchi rolini o'ynaydi hamda ularning nisbatiga qarab yuqori yoki past bo'lishi mumkin. Chakana narx iborasini ishlatganimizda bizga qo'shimcha yana bir ibora ya'ni "Keystone" qo'shimcha bo'ladi. Keystone - bu narxlarni inventarizatsiya qilish bilan bog'liq bo'lgan chakana savdo atamasi. Bu tovarlarni qayta sotish uchun mahsulotning ulgurji narxidan yoki mahsulot narxidan ikki baravar ko'p miqdorda sotiladigan narxlash usuli.

Davlatning narxlarni tartibga solish faoliyati chegaralangan (limitlangan) va dotatsiyali narxlarni vujudga keltiradi. Chegaralangan narxlarda davlat narxlarning yuqori va quyi chegarasini belgilaydi, ular shu doirada o'zgarishi mumkin. Bunday narxlar yordamida davlat inflyatsiyani jilovlaydi, narxlarni nazorat qiladi. Dotatsiyalangan narx - bu davlat byudjeti hisobidan maxsus arzonlashtirilgan narxlardir. Bunday narxlardan kam daromadli oilalar, beva-bechoralar, ishsiz va nogironlarni hayotiy zarur ne'matlar bilan eng kam darajada ta'minlab turishda foydalaniladi.

Demping narx. Bozorda o'z mavqeini mustahkamlash va raqiblarini siqib chiqarish uchun firmalar maxsus narxdan foydalanadiki, ular demping narx yoki bozorga kirib olish narxi deb ataladi. Demping narxda rasmiy narxning bir kismidan kechib yuboriladi. Sotish hajmini o'zgartirmasdan yuqori foyda olishga erishish uchun firmalar nufuzli narxdan

foydalanadi. Bu narxni qo'llash uchun bozorda raqobat cheklangan bo'lib, monopoliya vaziyat mavjud bo'lishi zarur. Mazkur vaziyatda talab narxga bog'liq bo'lmaydi, shu sababli narxning ko'tarilishi tovar sotilishini keskin kamaytirmaydi. Bundan tashqari aholining yuqori daromad oluvchi qatlami harid qiladigan nufuzli tovarlar ham mavjudki, ular nufuzli narxlarda sotiladi. Rivojlangan mamlakatlarda yuqori daromad oluvchi aholi qatlami uchun dala xovliga ega bo'lish, mashhur kurortlarda dam olish, oxirgi nusxadagi kiyimlar kiyish, yangi modeldagi avtomashinada yurish – martabali yoki obro'talab iste'mol hisoblanadi.

Erkin bozor narxlari - bu talab va taklif asosida vujudga keladigan bozor narxlaridir. Madaniylashgan bozor sharoitlarini vujudga keltirishda erkin narxlar jamiyat va bozor munosabatlari barcha sub'ektlari manfaatlarini eng maqbul tarzda uyg'unlashtirishga imkon beradi.

Narx diapazoni narxlar oralig'ining puldagi ifodasidir. Narx diapazoni quyi, o'rta va yuqori narxlarni o'z ichiga oladi. Narx diapazoni qanchalik katga bo'lsa, tovar muomalasi shunchalik tez yuz beradi, chunki talab bilan narx o'zaro bog'lanadi.

Bozor ko'lami hisobga olinganda hududiy (mintaqaviy), milliy va xalqaro narxlar mavjud bo'ladi. Hududiy narx faqat ma'lum hududiy bozorga xos bo'lib, u shu hudud doirasidagi omillar ta'siridan hosil bo'ladi. Milliy bozor narxi bir mamlakat doirasida amal qiluvchi va ularning xususiyatini aks ettiruvchi narxlardir. Milliy narx mamlakat doirasidagi ijtimoiy sarf-xarajatlarni, milliy bozordagi talab va taklifni, tovar nafliligini, Uning qanchalik qadrlanishini hisobga oladi. Jahon bozori narxi muayyan tovarga ketgan baynalminal xarajatlarni, tovarning jahon standarti talabiga mos kelish darajasini va xalqaro bozordagi talab va taklif nisbatini hisobga oladi. Narx xilma-xil turlardan iborat bo'lsada, ular bir-biri bilan o'zaro bog'langan, chunki ularda jamiyatdagi iqtisodiy resurslarning ishlatilish samarasi o'z ifodasini topadi. Iqtisodiyot nazariyasida narx nisbati degan tushuncha bor, u narx pariteti, deb ham yuritiladi. Iqtisodiyot va undagi jarayonlar bir-biriga bog'liq bo'lganidan narxlar bir-birini yuzaga chiqaradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. Marketing asoslari. Toshkent. 2019-y. 170-179 betlar.
2. Journal "Economic review" Uz.
3. <https://en.wikipedia.org/wiki/Price>