

TALAB VA TAKLIF

Kozimbek Ko'chimov

student, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Shakarov Allayor Baratovich

Ilmiy raxbar Dotsent

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Annotatsiya: Ushbu maqola talab va taklif iqtisodiyotining asosiy tushunchalarini o'rganadi. Talab — iste'molchilar tomonidan ma'lum bir vaqt davomida mahsulot yoki xizmatga bo'lgan ehtiyoj, taklif esa ishlab chiqaruvchilar tomonidan shu mahsulot yoki xizmatni bozorga taklif qilish imkoniyatidir. Maqolada talab va taklifning qanday shakllanishi, ularning o'zaro aloqasi, narxlar va bozor mexanizmlariga ta'siri, shuningdek, iqtisodiy o'sishga bo'lgan ta'siri ko'rib chiqiladi. Shuningdek, davlat siyosatining talab va taklifga ta'siri, bozor muvozanatining ahamiyati va bozor sharoitlarining o'zgarishi ham yoritiladi.

Kalit so'zlari: Talab, Taklif, Iqtisodiyot, Bozor mexanizmlari, Narxlar, Iste'molchilar, Iqtisodiy O'sish, Davlat siyosati, Bozor muvozanati, Iqtisodiy omillar, Maqsadli bozor, Sifati

Talab va taklif narxni shakllantiradi, shu bilan birga narx talab va taklif o'rtasidagi nisbatni aniqlab beradi.

Talab va taklif — bozor iqtisodiyotining fundamental tushunchalari. Talab (tovarlar va xizmatlarga talab) — xaridor, iste'molchining bozorda muayyan tovarlarni, ne'matlarni sotib olish istagi; bozorga chiqqan va pul imkoniyatlari bilan ta'minlangan ehtiyojlari. Ehtiyoj pul va narx vositasida talabga aylanadi. Rasman olganda talab iste'mol kattaligi miqdoridir. Tovarlar dunyosidagi xilma-xillikka moye ravishda talab hosil bo'ladi. Masalan, oziqovqat tovarlari, sanoat mollari, maishiy va ijtimoiy xizmatlarga bo'lgan talablar tovarlarga talab tuzilmasini tashkil etadi. Mazmuni va harakati jihatidan haqiqiy, o'sayotgan, barqaror qondirilgan, qondirilishi kechiktirilgan, qondirilmagan, me'yordagi va boshqa talablarga bo'linadi. Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxonalar, firmaning biror tovar to'plamiga yoki tovarlarga bildirilgan talablari yakka talab deyiladi. Muayyan tovarga yoki tovarlar to'plamiga barcha xaridorlar bildirgan talab yig'indisi bozor talabi, barcha bozorlarda barcha tovarlarga jamiyat miqiyosida bildirilgan ijtimoiy talab yalpi talab deyiladi. Talab miqdorining o'zgarishiga bir qancha omillar ta'sir qiladi. Ularning o'rtasida eng muximi narx omilidir. Tovar narxining pasayishi sotib olinadigan tovar miqdorining o'sishi va aksincha, narxning o'sishi xarid miqdorining kamayishiga olib keladi. Taklif — muayyan vaqtda va muayyan narxlar bilan bozorga chiqarilgan va chiqarilishi mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlar miqdori bilan ifoda etiladi; taklif ishlab chiqaruvchi (sotuvchi)larning o'z tovarlarini sotishga (bozorga) taklif etish istagi. Bozorda tovar narxi bilan uning taklifi miqdori o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud: narx qanchalik yuqori bo'lsa, boshqa sharoitlar o'zgarmagan hollarda, sotish uchun shuncha ko'proq tovar taklif etiladi, yoki aksincha, narx pasayishi bilan taklif hajmi qisqaradi. Masalan, 10 so'm narxda 3 tovar birligi taklif etiladi, agar narx 15 so'mga ko'tarilsa, taklif hajmi 5 birlikka qadar ko'payadi, agar narx 20 so'mga yetsa, taklif hajmi 6 birlikka yetadi. Shunday qilib, taklif miqdorining o'zgarishlari taklif egri chizig'ida bir nuqtadan ikkinchisiga ko'chishida o'z ifodasini topadi. Egri chiziqning ijobiy og'ishi tovar narxi bilan uning taklifi miqdori o'rtasidagi bevosita bog'liqlikni aks ettiradi.

Tovar taklifiga, tovarning o'z narxidan tashqari bir qator omillar: shu tovarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan resurslar narxlari; qo'llaniladigan texnologiya; soliqlar va dotatsiyalar; taqchilik yoki narxlar o'zgarishlarini kutish; bozordagi sotuvchilar soni va boshqa ta'sir ko'rsatadi. Mas., resurelarning arzonlashuvi muayyan tovarni ishlab chikarish xarajatlarini kamaytiradi, bu esa uning taklifi o'sishini stimullaydi. Taklifning o'ziga ta'sir ko'rsatadigan omillar o'zgarishlariga, birinchi navbatda, narx o'zgarishlariga sezgirliги taklif elastikligi deb ataladi.

Talab va taklifning tub mazmuni ularning narx orqali o'zaro aloqadorlikda mavjud bo'lishidir. Bu aloqadorlik — talab va taklif qonuni bozor iqtisodiyotining ob'yektiv qonuni hisoblanadi. T. va t. qonuniga ko'ra bozordagi taklif va talab faqat miqdoran emas, balki o'zining tarkibi jihatidan ham bir-biriga moye kelishi kerak, shundagina bozor muvozanatiga erishiladi. Bu qonun ayirboshlash qonuni bo'lib, bozorni boshqaruvchi va tartiblovchi kuch darajasiga ko'tariladi. Unga ko'ra bozordagi talab o'zgarishlari darhol ishlab chiqarishga yetkazilishi kerak. Bozordagi T. va t. nisbatiga qarab ishlab chiqarish sur'atlar va tuzilmasi tashkil topadi. Jamiyat bu qonundan bozor muvozanatiga alokador omillarga ta'sir etish orkali foydalanadi

Talab va taklif qonunining nazariy asoslari dastlab A. Marshall asarlarida ifodalab berilgan.

Talab

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. 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" iqtisodiyotda muhim tushuncha bo'lib, iste'molchilarning biror mahsulot yoki xizmatga bo'lgan ehtiyojini ifodalaydi. Talab quyidagi asosiy jihatlarga ega:

1. Talabning o'lchovlari:

- **Qismlar:** Talab miqdori, ya'ni iste'molchilar qanchalik ko'p mahsulot olishni xohlashadi, narxga bog'liq.
- **Narx ta'siri:** Narx pasayganda talab ko'payadi, narx oshganda esa talab kamayadi. Bu "narsalarning narx-qimmat qonuni" deb ataladi.

2. Talab turlari:

- **Jismoniy talab:** Mahsulot yoki xizmatni haqiqatan ham sotib olish istagi.
- **Bozor talab:** Barcha iste'molchilar tomonidan biror mahsulotga bo'lgan umumiy talab.

3. Talabni ta'sir qiluvchi omillar:

- **Narx:** Mahsulot narxi o'zgarganda talab ham o'zgaradi.

- **Daromad:** Iste'molchilarning daromadi oshganida, ko'proq xarid qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar.
 - **Ehtiyoj va xohishlar:** Iste'molchilarning ehtiyojlari va xohishlari talabga ta'sir qiladi.
 - **Almashtiriladigan mahsulotlar:** Agar bir mahsulotning narxi oshsa, uning o'rniga boshqa mahsulotlarga talab ortishi mumkin.
4. **Talab funksiyasi:**
- Talab funksiyasi narx va talab miqdori o'rtasidagi bog'lanishni ko'rsatadi. Odatda, bu grafikda ko'rsatiladi va talab egri chizig'i ko'rinishida bo'ladi.

Iqtisodiyotda talabni tushunish, bozorlarni tahlil qilish va siyosat ishlab chiqishda juda muhimdir.

Talabning asosiy tushunchalari

1. **Talab qoidalari:**
 - **Narx va talab o'rtasidagi munosabat:** Narxlar oshganda, talab odatda kamayadi, bu "tug'ilgan talab" qonuni. Aksincha, narxlar pasayganda, talab ko'payadi.
 - **Qisqa va uzoq muddatli talab:** Qisqa muddatda iste'molchilarning talabi tezda o'zgarishi mumkin, lekin uzoq muddatda ular yanada sabrli va takliflar o'rtasida ko'proq o'zgaruvchanlikni ko'rsatishi mumkin.
2. **Talab egri chizig'i:**
 - Talab egri chizig'i (demand curve) — bu narx va talab miqdori o'rtasidagi grafikli munosabat. Odatda, egri chiziq chapdan o'ngga pastga qarab joylashadi, bu esa narx oshganda talabning kamayishini ko'rsatadi.
3. **Talab shartlari:**
 - **Har qanday nuqtada talab miqdori:** Talab funksiyasi ko'rsatilganda, ma'lum bir narxda qancha mahsulot yoki xizmat talab qilinayotganini ko'rsatadi.
 - **Har qanday nuqtadagi o'zgarishlar:** Talabning ko'payishi yoki kamayishi talab egri chizig'ining o'zgarishi (shift) orqali ko'rsatiladi. Masalan, yangi mahsulot, reklama kampaniyalari, iste'molchilar orasida trendylar va boshqa omillar talabni ko'paytirishi mumkin.

Talabni ta'sir qiluvchi omillar

1. **Daromad darajasi:**
 - Iste'molchilarning daromadi oshganida, ko'proq xarid qilish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Normal mahsulotlar uchun daromad oshishi talabni ko'paytiradi, ammo inferior (past sifatli) mahsulotlar uchun talab kamayishi mumkin.
2. **Almashtiriladigan va to'ldiruvchi mahsulotlar:**
 - Almashtiriladigan mahsulotlar bir-birining o'rnini bosishi mumkin (masalan, yog' va sariyog'), bitta mahsulotning narxi oshganda, uning almashtiriladigan mahsulotga talab ortadi.
 - To'ldiruvchi mahsulotlar bir-birini to'ldiradi (masalan, avtomobillar va benzin). Bir mahsulotning narxi oshganda, to'ldiruvchi mahsulotga bo'lgan talab ham o'zgaradi.
3. **Ijtimoiy va madaniy omillar:**
 - Iste'molchilarning ijtimoiy va madaniy xulq-atvori, afzalliklari va urf-odatlar talabni sezilarli darajada ta'sir qilishi mumkin. Masalan, yangi sog'lom oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan qiziqish talabni ko'paytirishi mumkin.

Talab va iqtisodiyotdagi roli

Talab iqtisodiy faoliyatni boshqarish va rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. U ishlab chiqaruvchilar uchun narxlarni belgilash, resurslarni taqsimlash va iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirishda yordam beradi. Iqtisodiy o'sish va rivojlanish ham talabga bog'liq, chunki kuchli talab bozorni kengaytiradi.

Taklif:

Ma'lum vaqt oralig'idagi narxlarning muayyan darajasida ishlab chiqaruvchi yoki sotuvchilar tomonidan ma'lum turdagi tovar va xizmatlarning **DAROMAD VA FOYDA** olish maqsadida bozorga chiqarilgan miqdoriga taklif deyiladi. Narx o'zgarishi bilan sotishga chiqariladigan mahsulot miqdori ham o'zgarishi sababli talab kabi taklifning ham bir qator muqobil variantlari mavjud bo'ladi.

Taklif narxlarning turli darajasida qancha miqdordagi mahsulotning sotishga chiqarilishini ko'rsatadi. Narxning oshishi bilan shunga mos ravishda sotishga chiqariladigan tovarlar taklifi miqdori ham ortadi, narxning tushishi bilan taklif hajmi qisqaradi. 1. Talab tushunchasi va uning miqdoriga ta'sir qiluvchi omillar. Talab qonuni Biz ehtiyoj tushunchasi haqida dastlabki bobda ga'irgan edik. 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 'ul bilan ta'minlangan qismi talabga aylanadi. Demak, talab – bu 'ul bilan ta'minlangan ehtiyojdir. Ehtiyoj zarur miqdordagi 'ul bilan ta'minlanmasa, u «xohish», «istak» bo'lib qolaveradi. 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. Boshqacha qilib aytganda talab – 'ul bilan ta'minlangan ehtiyojdir.

Talablar turlicha bo'lib, odatda bir xil tovar yoki xizmatlarga bo'lgan talabning ikki turi farq qilinadi: yakka talab va bozor talabi. Har bir iste'molchining, ya'ni alohida shaxs, oila, korxon, firmaning tovarning shu turiga bo'lgan talabi yakka talab deyiladi. Bir qancha (ko''chilik) iste'molchilarning shu turdagi tovar yoki xizmatga bo'lgan talablari yig'indisi bozor talabi deyiladi.

Hozirda iqtisodiy adabiyotlarda talabning turli ko'rinishlari ajratishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Jumladan, ishlab chiqarish omillariga talab (ishlab chiqarish talabi) va iste'mol buyumlariga talab (aholi talabi) farqlanadi.

Shuningdek, haqiqiy (tovar va xizmatlarga haqiqatda namoyon bo'luvchi), qondirilgan (haqiqiy talabning bozorda tovar va xizmat sotib olish orqali qondirilgan qismi) va qondirilmagan (haqiqiy talabning bozorda zarur tovarlarning yo'qligi yoki ular assortimenti va sifatining xaridor talabiga javob bermasligi sababli qondirilmagan qismi) talablar farqlanadi. Qondirilmagan talab turli shakllarda namoyon bo'lishi mumkin: yashirin, joriy, harakatchan, to''langan talab.

Tovarga bo'lgan talab ko'lab omillar, masalan, reklamadan foydalanish, moda va didlar, afzal ko'rish, atrof-muhit, tovarlarni qo'lga kiritish imkoniyati, daromad miqdori, naflilik, o'zaro o'rinbosar tovarlar narxi, aholi soni, kelgusidagi narxlarning o'zgarishi va boshqalarning ta'sirida o'zgarishi mumkin. Shunga ko'ra, ekzogen va endogen talab farqlanadi. Ekzogen talab – bu davlat yoki erkin bozor tizimidan tashqaridagi qandaydir kuchning aralashuvi natijasida o'zgargan talab. Endogen yoki ichki talab – bu jamiyatda mavjud bo'lgan omillar ta'sirida jamiyat ichida tarkib to'gan talab.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA INTERNET MANBAALAR

1. Shodmonov Sh. va boshqa, Iqtisodiyot nazariyasi, T., 2003; Tojiboyeva D., Iqtisodiyot nazariyasi, T., 2003.
2. Ahmadjon O'Imasov, Muxtor Rasulov.
3. Mikroiqtisodiyot (autor N.G Mankish) bu kitob talab va taklif, bozor muvozanati va iqtisodiy qarorlar qabul qilish jarayonlari haqida to'liq ma'lumot beradi.
4. "Iqtisodiy nazariya" (autor: P. Samuelson, W. Nordhaus) — bozor mexanizmlari, talab va taklif qonunlarini tushunishga yordam beradigan keng qamrovli manba.
5. "Asosiy iqtisodiy tushunchalar" (autor: R. Frank, B. Bernanke) — talab va taklifning iqtisodiyotdagi roli haqida aniq va tushunarli izohlar beradi.

Internet manbalari

1. [Khan Academy Economics](#) — talab va taklif, bozor muvozanati kabi tushunchalar bo'yicha video darslar va interaktiv mashqlar.
2. Demand va Supply — iqtisodiy tushunchalar, ularning ta'riflari va amaliy misollar bilan tanishish uchun yaxshi manba
3. [JSTOR](#) — iqtisodiyot va ijtimoiy fanlar bo'yicha akademik maqolalarni topish uchun foydali platforma. Talab va taklif mavzusiga oid ilmiy ishlarni qidirishingiz mumkin.