



«Ijtimoiy fanlar» kafedrası

«Iqtisodiyot nazariyasi» fanidan

K U R S I S H I

Mavzu: Yalpi talab: uning tarkibi va uning miqdoriga ta' sir etuvchi omillar.

Bajardi: «Texnologiya» fakulteti «Iqtisodiyot» yonalishi 1 – kurs
talabasi B. Zuxriddinov

Tekshirdi: Q. Muftaydinov

ANDIJON – 2015 yil

MAVZU: Yalpi talab: uning tarkibi va uning miqdoriga ta' sir etuvchi omillar.

REJA:

1. KIRISH

2. ASOSIY QISM:

2.1. YALPI TALAB TUSHUNCHASI.

2.2. YALPI TALABGA TASIR ETUVCHI OMILLAR.

2.3. YALPI TALAB EGRI CHIZIG'I.

2.4. BOZOR MUNOSABATI.

3. XULOSA

4. FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

KIRISH

Iqtisodiyotni o'rganishda va uni hayotga tadbqiq etishda, biz avvalam bor uning eng muhim bo'lgan qirralarini anglashga kirishamiz. Insoniyat paydo bo'lib hayot jarayoni rivojlanishi bilan jamiyatda va odamlar o'rtasida shunday bir kategoriya paydo bo'ldiki, uning borligini hech kim rad eta olmaydi. Bu insonlarning ehtiyojidir. Ehtiyoj har bir insonda, hattoki, hayvonlarda ham mavjuddir. Lekin shu o'rinda, biz ayta olamizki inson ehtiyojlari hayvonlarning ehtiyojidan juda kata farq qiladi. Insonlar yig'ilib jamiyatni tashkil etgandan keyin bu o'z o'rnida jamiyat ehtiyojlarini keltirib chiqaradi. Ehtiyoj bo'lsa o'z o'rnida yana bir muhim element talabga yo'l ochadi. Har qanday ehtiyojlar ham talab bo'la olmaydi. Ular ma'lum bir mezonlardan o'tgandan keyin bu elemntga aylanadi. Shuni qaror qildikki talab haqida qisqacha ma'lumot berishga. Va shu o'rinda talab bir odamga yoki ayni individualga tegishli bo'lsa, yalpi talab degan atama ham bizga uning kengroq doiradagi tushunchasini anglatadi. Ya'ni ehtiyojlarning kengayib borishi va hamda jamiyat taraqqiyoti mobaynida mamlakat yoki ma'lum bir xududlarda bir individualga emas, aksincha juda ko'plab odamlarning manfaatlari doirasida yuzaga keladigan, hamda ular ko'pchilik tomonidan o'zlashtiriladigan va istemol qilinadiga talabdir. Yalpi talab shu holatni anglatishi bilan oddiysidan farq qiladi. Jamiyat ehtiyojlari cheksizdir. Ulardan oqilona foydalanish uchun esa har birimizdan bilim va shu sohadagi ko'nikma talab qilinadi. Resurslardan oqilona foydalanish zarurdir.

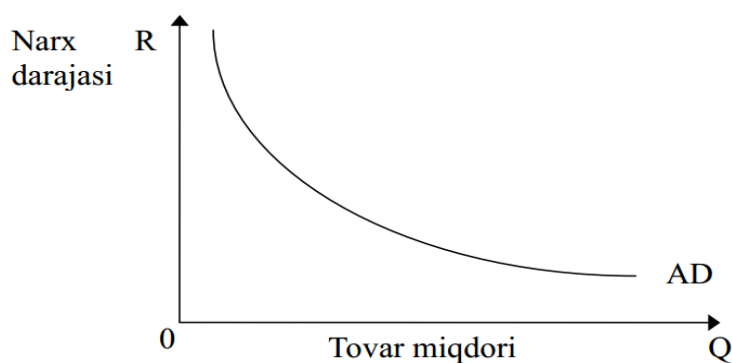
1. Yalpi talab tushunchasi.

Yalpi talab- bu barcha iste'molchilar, ya'ni aholi, korxonalar va davlat va davlat narxlarining o'rtacha darajasida sotib olishi mumkin bo'lgan turli tovarlar va xizmatlarning umumiy hajmini, yoki milliy iqtidodiyotdagi real pul daromadlari hajmini bildiradi. Boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda, narx darajasi qancha past bo'lsa, iste'molchilar (mamlakat ichidagi hamda chet eldagi) milliy ishlab chiqarish real hajmining shuncha kata qismini va aksincha, narx darajasini qancha yuqori bo'lsa, shuncha kam qismini sotib oladi. Shunday qilib, narx darajasining oshishi, boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda yalpi talab hajmining kamayishiga sabab bo'ladi. Aksincha, narx darajasining pasayishi yalpi talabning oshishiga olib keladi. Yalpi talbga narxdan tashqari ta'sir qiluvchi omillarning o'zgarishi ham milliy ishlab chiqarish hajmining o'zgarishiga olib keladi.

Narx darajasi va talab bildirgan milliy ishlab chiqarish hajmi o'rtasidagi bu teskari bog'liqlik 1-chizmada aniq ifodalangan.

Bu yalpi talab hajmiga ta'sir etuvchi narxdan tashqari omillar quyidagilardir:

1. Iste'molchilik sarflaridagi o'zgarishlar. Narx darajasining o'zgarishiga bog'liq bo'lmagan holda, narxdan tashqari bir yoki bir nechta omillar ta'sirida iste'molchilar xaridi hajmida o'zgarish ro'y berishi mumkin. Bu iste'molchi farovonligi, iste'molchining kutishi, iste'molchining qarzlari va soliqlarning o'zgarishi natijasi hisoblanadi.



1-chizma. Yalpi talab egri chizig'i.

Iste'molchining farovonligi iste'molchi ega bo'lgan barcha moliyaviy aktivlarga (aksiya va obligatsiya) hamda uy va yer kabi ko'chmas mulklarga egaligiga bog'liq bo'ladi. Ularning real qiymatining keskin kamayishi Tovar xarid qilishining kamayishiga olib keladi. Iste'molchilik sarflarining qisqarishi natijasida yalpi talab kamayadi. Aksincha moddiy va moliyaviy qimmatliklar real qiymatining oshishi natijasida, narxlarning mavjud darajasida iste'molchilik sarflari o'sadi. Bunga, aksiya kursining keskin oshishi, xatto narxlar darajasi o'zgarmay qolganda iste'molchi farovonligining o'sishiga olib kelishi misol qilib keltirish mumkin. Uy va yer real qiymatining keskin kamayishi, narx umumiy darajasining o'zgarishiga bog'liq bo'lmagan holda iste'molchi farovonligining pasayishiga olib keladi.

Iste'molchining kutishi. Iste'molchilik sarflari hajmidagi o'zgarish, iste'molchining narxlar va daramodlar darajasidagi kelajakda o'zlarining real daromadi ko'payadi, deb hisoblasa, ular joriy daromadlarining ko'proq qismini sarflashga tayyor bo'ladi. Natijada bu davrda iste'molchilik sarflari ko'payadi, jamg'arish esa kamayadi va yalpi talab oradi. Aksincha, agar odamlar kelajakda o'zlarining real daromadlari

kamayadi deb hisoblasa, ularning iste'molchilik sarflari a demak, yalpi talabi qisqaradi. Xuddi shunday ifnlyatsiyanin kutilishi bugungi yalpi talbni oshiradi. Chunki iste'molchilar narxlar oshguncha tovarlarni xarid qilib qolishga harakat qiladi. Aksincha yaqin kelajakda narxlar pasayishining kutilishi, bugungi iste'mol miqdorining kamayishiga olib keladi.

2. Yalpi talabning hajmiga ta'sir etuvchi omillar

Iste'molchi qarzlari. Iste'molchi qarzlari ko'p bo'lganda, u joriy daromadini qarzlariga to'lab, o'zlarining bugungi sarflarini ko'paytirish mumkin. Aksincha, iste'molchi qarzdor bo'lmasa, ular bugungi sarflarini ko'paytirishga tayyor bo'ladi.

Soliq. Daromad solig'I stavkasining kamayishi, narxlarning mavjud drajasida iste'molchilik sarflarining ko'paytiradi, soliqlarning oshishi iste'molchilik sarflarini kamaytiradi.

3. Investitsion sarflar. Investitsion sarflar, ya'ni ishlab chiqarish vositalarini xarid qilish yalpi talabning narxdan tashqari muhim omili hisoblanadi. Narxlarning mavjud darajasida korxona sotib olish mumkin bo'lgan yangi ishlab chiqarish vositalarining kamayishi yalpi talabning kamayishiga, aksincha korxona sotib oladigan investitsion tovarlar hajmining ko'payishi yalpi talabning ko'payishiga olib keladi. Investitsion sarflarni o'zgartirish mumkin bo'lgan narxdan tashqari omillarni alohida-alohida qarab chiqamiz.

Foiz stavkalari. Boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda, foiz stavkasining oshishi, investitsion sarflarning kamayishiga va yalpi talabning qisqarishi olib keladi. Bu yerda gap mamlakatda pul massasi

hajmining o'zgarishi oqibatida foiz stavkalarining o'zgarishi haqida gap ketadi. Pul massasining ko'payishi foiz stavkasini kamaytiradi va shu orqali capital qo'yilmalar hajmini ko'paytiradi. Aksincha, pul massasining kamayishi foiz stavkasining oshishiga va investitsiyalarni qisqarishiga olib keladi.

Investitsiyalardan kutiladigan foyda. Kapital qo'yimlardan yuqori foyda olishning kutilishi investition tovarlarga talabni oshiradi va aksincha, istiqbolda investition dasturlardan foyda olish noaniq bo'lsa, investitsiyalarga sarflar kamayish tamoiliga ega bo'ladi, demak, yalpi talab kam kamayadi.

Soliqlar. Korxonadan olinadigan soliqlarning ko'payishi capital qo'yimlardan olinadigan foydaning kamayishiga va demak, investition sarflar va yalpi talabning qisqarishiga olib keladi. Aksincha, soliqlarning qisqarishi bunday foydani va investitsion sarflarni ko'paytiradi.

Texnologiya. Yangi va takomillashgan texnologiya investitsion sarflarni va shu orqali yalpi talabni rag'batlantirish tamoyili ega bo'ladi.

Ortiqcha quvvatlar. Ortiqcha quvvatlar, ya'ni mavjud foydalanilmaydigan asosiy kapitalning ko'payishi, yangi investitsion tovarlarga talabni va natijada yalpi talabni kamaytiradi. Ishlab chiqarish quvvatlaridan to'liq foydalanilganda tadbirkorlar ko'proq mashina va uskunalar sotib olishga tayyor bo'ladi, demak investitsion sarflari ko'payadi.

4. Davlat sarflari. Narxlarning mavjud darajasida, milliy mahsulotda davlat xaridining ko'payishi yalpi talabning o'sishiga olib keladi. Bunga davlatning o'z armiyamizni tuzish to'g'risidagi qarori misol bo'la oladi. Davlat sarflarining kamayishi yalpi talabning qisqarishiga olib keladi.

Masalan, yangi avtomobil yo'li qurishga davlat sarflarining qisqarishi shunday natijaga olib keladi.

5. Sof eksportdagi o'zgarish. Sof eksportning ko'payishi yalpi talabni ham ko'paytiradi. Birinchidan, eksportning yuqori darajasi, chet ellarda bizning tovarlarga bo'lgan talabni oshiradi. Ikkinchidan, importning qisqarishi o'z tovarlarimizga ichki talabning ko'payishini taqozo qiladi.

Sof eksport hajmini avvalo chet davlatlardagi milliy daromad va valyuta kurslari o'zgartiradi. Chet mamlakatlarda daromadlar darajasi oshganda, ularning fuqarolari ham o'zlarining tovarlarini va ham chet ellarda ishlab chiqarilgan tovarlarni ko'proq miqdorda sotib olish imkoniyatiga ega bo'ladi. Chet ellarda milliy daromadning kamayishi esa qarama-qarshi natija beradi: bizning eksportning sof hajmi qisqaradi.

Valyuta kurslari. Boshqa valyutalarga nisbatan milliy pul kursining o'zgarishi sof eksportga va demak yalpi talabga ta'sir ko'rsatadi. Faraz qilaylik, ienaning dollardagi narxi o'sadi. Bu shuni bildiradiki, dollar ienaga nisbatan qadrsizlanadi va iyena kursi ko'tariladi. Dollar va iyena o'rtasidagi yangi nisbat natijasida yaponiyalik iste'molchilar ienaning ma'lum summasiga ko'proq dollar olishi mumkin. Demak, yaponiyalik iste'molchilar uchun amerika tovarlari yaponiyanikiga qaraganda arzonroq bo'ladi. Shu bilan birga amerikalik iste'molchilar dollarning ma'lum summasiga kamroq yaponiya tovarlarini sotib olishi mumkin. Bunday holda kutish mumkinki, Amerika eksporti o'sadi, importi kamayadi. Sof eksportning ko'payishi o'z navbatida AQSh yalpi talabining ko'payishiga olib kelishini bildiradi.

Bozor mexanizmida talab va taklif muhim o'rinni egallaydi va ko'zga ko'rinmas kuchga ega. Talab - bu shunchaki ehtiyoj emas, balki to'lovga qobil pul bilan ta'minlangan ehtiyojdir.

Ehtiyoj - kishilarning hayotiy vositalarga zaruriyatini, taraqqiyotning hamma bosqichlari uchun umumiy va doimiylikni ifodalovchi ilmiy kategoriya. Uning bozor iqtisodiyoti sharoitida ifodalanishi «talab» tushunchasidir. Talab ehtiyojdan farq qilib, mustaqil iqtisodiy kategoriya sifatida amal qiladi.

Ehtiyojning faqat pul bilan ta'minlangan qismi talabga aylanadi. Demak, talab - bu pul bilan ta'minlangan ehtiyojdir. Bozorda xaridor o'ziga zarur bo'lgan narsalarni sotib olib, ehtiyojlarini qondirishga intiladilar. Ammo kishi ehtiyojlarining qay darajada qondirilishi uning muayyan tovarga bo'lgan talabi, aholining pul daromadlari va uning o'zgarishiga, bozor hajmiga, bozordagi mollarning narxlariga, iste'molchilarga beriladigan imtiyozlar kabi omillarga bog'liq bo'ladi. Bularning ichida talabni aniqlab beradigan asosiy omil bu tovarning bahosidir. Chunki bu omil talabning u yoki bu tomonga qarab o'zgarishiga olib keladi. Xo'sh, talabning o'zi nima?

Talab - bu iste'molchining muayyan joyda va muayyan vaqtda tovar yoki xizmat sotib olish istagi va imkoniyatidir. Boshqacha aytadigan bo'lsak, bu pul bilan ta'minlangan ehtiyoj, ya'ni to'lovga qodir ehtiyojdir. Aynan mana shu ehtiyojga qarab bozorga chiqarilishi lozim bo'lgan tovarning miqdori va assortimenti aniqlanadi. Talab iste'molchi sotib olish qobiliyatiga ega bo'lgan tovar miqdorini belgilab beradi. Demak, talabni iste'molchi tomonidan tovarlarni sotib olish mumkin bo'lgan baho sifatida

ko'rishimiz ham mumkin. Tovar bahosi bilan xaridor sotib olishi mumkin bo'lgan tovar miqdori o'rtasidagi bog'lanishni ko'rib chiqamiz.

Talablar har xil bo'lib, bir xil tovar yoki xizmatlarga bo'lgan talabning ikki turi farq qilinadi: yakka talab va bozor talabi.

Talab - iqtisodiy subyektning muayyan miqdordagi ne'matlarni muayyan bozor bahosida sotib olish istagi va imkoniyati. **Talab** - bu shunchaki ehtiyoj emas, balki to'lovga qobil, pul bilan ta'minlangan ehtiyojdir.

Vahima talab - bozordagi shov-shuv hamda vahima ta'sirida sun'iy paydo bo'ladigan va shiddat bilan ortib boradigan talab. Vahima talab odatdagi normal talabga nisbatan ortiq talab hisoblanadi. Bunday talab, *bir tomondan*, aholi orasida mish-mishlar tarqatish va reklama vositasida muayyan tovarga o'ta yuqori baho berish orqali iste'molchi ruhiyatiga ta'sir etish yo'li bilan, **ikkinchi tomondan**, tovarlarga bo'lgan g'oyat katta qiziqish, qimmatchilik va qahatchilik xavfi, pul almashish ehtimoli, har xil shov-shuvlar ta'sirida puldan tezroq qutulish va tovar zaxirasini ko'paytirishga intilish oqibatida yuzaga keladi. Vahima talabni ko'proq savdo ahli har xil mish-mishlar tarqatish orqali ham yuzaga keltiradi. Vahima talabning paydo bo'lishi bozor narxini ko'tarib yuboradi, tovarlar talashib olinadi, tovar talabi, taqchilligi g'oyat kuchayib ketadi. Vahima talab iqtisodda uchrab turadigan hodisa. Lekin u o'tkinchi xarakterga egaboiib, uzoq davom eta olmaydi. Vahima talab tartibsizliklarni keltirib chiqarishga olib kelishi mumkin.

Iqtisodiyot uchun bozor ko'lami g'oyat muhim, chunki bozor qanchalik keng bo'lsa, shunchalik ishlab chiqarishning o'sishiga

sharoit yaratiladi. Tovarlar o'z vaqtida sotiladi, kerakli resurslar sotib olinib, takror ishlab chiqarish uzluksizligi ta'minlanadi. Muhimi, iste'molchilarning talabini qondirishga erishiladi.

Iqtisodiyotning nimani, qancha va kim uchun ishlab chiqarish zarur degan azaliy muammosi bozorda aniqlanishi barchaga ma'lum. Shu sababli bozor tizimi dunyo mamlakatlari intilayotgan yangi ijtimoiy- iqtisodiy tizimdir. Ishlab chiqarishda yaratilgan turli-tuman mahsulotlar va ko'rsatiladigan xizmatlar iste'molchilarga to'g'ridan-to'g'ri emas, balki bozor orqali yetib boradi. Bozor ishlab chiqarishni iste'mol bilan bog'laydi, chunki hech bir narsa tekinga berilmaydi, uni bozorda pulga sotib olish talab qilinadi.

Bozor - bu talabning subyekti bo'lgan xaridorlar (iste'molchilar) bilan taklifning subyekti bo'lgan (ishlab chiqaruvchilar) sotuvchilar o'rtasidagi iqtisodiy aloqalar, ularni bir-biriga bog'laydigan mexanizmdir.

Bozorga tovar egasi uni sotish, xaridor esa uni olish uchun chiqadi. Sotuvchilar - bu tovar ishlab chiqaruvchi firmalar, fermer xo'jaliklari, kichik biznes sohiblari, yakka tarzda ishlab chiqaruvchi kishilardir. Xaridorlar esa jamiki iste'molchilar, ya'ni xonadonlar, resurslarni olib ishlatuvchi firmalar, davlat idoralari va yakka tartibda ishlab chiqaruvchilar bo'ladi. Agar aholi bozordan iste'mol buyumlari va xizmatlarni sotib olsa, firmalar va yakka tartibda ishlovchilar asbob-uskuna, mashinalar, yoqilg'ini, elektr energiya xom-ashyo va ish kuchini sotib oladilar. Bozorda tovarlarni pul orqali ayiri boshlash, ya'ni oldi-sotdi munosabatlari paydo bo'ladi. Bir tovar pulga ayirboshlansa, shu

pulga qaytadan boshqa tovar sotib olinadi. Xullas, bozor tovar va taklif qonunlari asosida ish ko'ruvchi mehanizmdir.

Talabning o'zgarib turishiga ta'sir etuvchi omillar. Talabga ta'sir etuvchi omillar uch guruhga ajraladi: a) narxlar. Bu muayyan paytdagi aniq bir tovar narxi, o'rinbosar tovarlar narxi va o'zgarishi kutiladigan narxlar. Bular talabni oshirishi yoki qisqartirishi mumkin; b) xaridorning pul daromadi yoki xarid qurbi. Narx o'zgarmagan holda daromad oshsa, talab ko'payadi, aksi bo'lsa, talab kamayadi; c) xaridorning qaysi tovarni afzal ko'rishi, bu uning didiga va xohishiga bog'liq. Narx va daromadni xaridoro'z bilganicha o'zgartira olmaydi, lekin ularni nazarda tutgan holda xaridor o'zi afzal ko'rgan tovarga talab bildiradi.

Mahsulot narxi bilan sotib olinadigan tovar miqdori o'rtasida bo'ladigan teskari yoki qarama-qarshi bog'liqlik talab qonuni deyiladi.

Talabga narxdan tashqari quyidagi omillar ta'sir qiladi: iste'molchi didi, bozordagi iste'molchilar soni, iste'molchining daromadi, bir-biriga bog'liq tovarlarning narxi, kelajakda narx va daromadlarning o'zgarishi.

Tovar birligining bahosi (so'm)	Talab miqdori (dona)
5000	1000
4000	2000
3000	3000
2000	4000
1000	5000

1-jadval. Tovar bahosi va miqdori o'rtasidagi bog'liqlik.

Jadvaldankorinibturibdiki, tovarbirliginingbahosi qanchalik past bo'lsa, iste'molchining xarid quvvati, ya'ni sotib olishi mumkin bo'lgan Tovar miqdori shunchalik ko'p bo'ladi va aksincha. Demak, tovar bahosi bilan tovar miqdor o'rtasidagi bog'lanish nisbat ko'rinishda bo'ladi va talab egri chizig'i deyiladi.

Talab egri chizig'i talab qonunini ifodalaydi. Talab faqat baho omili bilangina belgilanmaydi, uning o'zgarishiga quyidagi omillar ham ta'sir ko'rsatadi:

1) iste'molchilar urf-odat va didlarining o'zgarishi. U asosan reklamaning yoki modaning o'zgarishi natijasida ro'y beradi. Masalan, hozirda kompakt disklarning yaratilishi gramplastinkalarga bo'lgan talabni keskin pasaytirib yubordi;

2) bir-birining o'rnini bosuvchi tovarlarning mavjudligi. Masalan, ikki xil bir turdagi tovar bir xil talabni qondirishi mumkin. Bu tovarlar bir-birining o'rnini bosuvchi tovarlar deyiladi. Bunday tovarlardan biri narxining o'zgarishi, ikkinchisiga bo'lgan talabni o'zgartiradi;

3) to'ldiruvchi tovarlar narxlarining o'zgarishi. Masalan, ko'p turdagi tovarlar birgalikda sotib olinadi. Poyafzal bilan uning moyi biri-birini to'ldiradi. Shuning uchun poyafzal narxining o'sishi unga boigan talabni pasaytiradi. Binobarin, poyafzal moyiga bo'lgan talab ham pasayadi; tovar nafliligining o'zgarishi.

Masalan, sabzavot-mevalarning mavsumlarga qarab iste'mol qilinishi sog'iiq uchun foydaliligi haqidagi ma'ruza yoki reklama unga bo'lgan talabni oshiradi;

4) daromadning o'zgarishi. Aholi daromadlarining oshishi ularning xarid quvvatini oshiradi, bu esa tovarlarga bo'lgan talabni ham oshiradi;

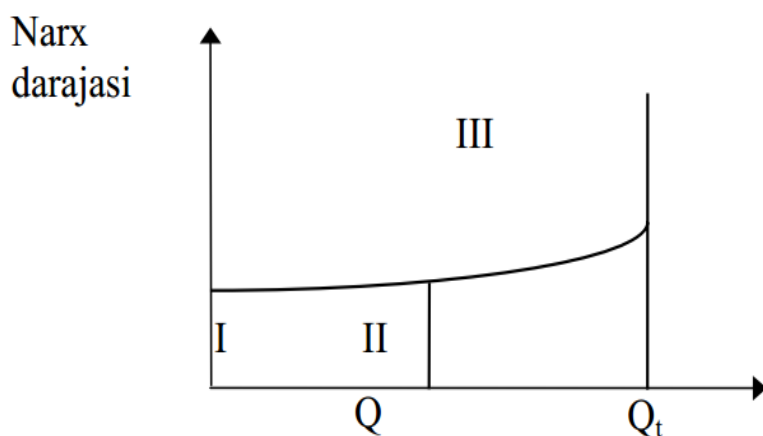
5) atrof-muhitdagi o'zgarishlar. Masalan, agar havo isib ketsa, salqin ichimliklar, muzqaymoqqa va xona sovutgichlariga bo'lgan talab oshadi va aksincha;

6) aholi sonining o'sishi. Masalan, aholining tug'ilish darajasining o'sishi kusherlik xizmati, maktabgacha tarbiya, maktab tarbiyasi kabi xizmatlarga, bolalar uchun kerak mahsulotlarga talabni oshiradi va aksincha.

Yalpi taklif – mavjud narx darajasida sotish mumkin bo'lgan, sotishga chiqarilgan va tayyorlangan turli-tuman tovarlar va xizmatlarning hajmidir.

Bu narxlarning har xil mumkin bo'lgan o'rtacha darajasida milliy ishlab chiqarishning mavjud real hajmini ko'rsatadi. Ancha yuqori narxlar qo'shimcha tovarlar ishlab chiqarish uchun rag'bat yaratadi. Narxlarning past darajasi tovar ishlab chiqarishning qisqarishiga olib keladi. Shu sababli narxlar va milliy ishlab chiqarish hajmi o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri yoki bevosita bog'liqlik mavjud bo'ladi.

Bu bog'liqlik taklif egri chizig'ida aniq aks etadi. Yalpi taklif egri chizig'i uchta kesmalardan iborat.



2-chizma. Ishlab chiqarish real hajmi. Taklif egri chizig'i.

I. Botiq kesma. Rasmdagi Q_t nuqta to'liq bandlilik sharoitida milliy ishlab chiqarish hajmining potentsial darajasini ko'rsatadi. g'tiq kesma milliy ishlab chiqarish potentsial hajmidan ancha kam bo'lgan ishlab chiqarishning real hajmini o'z ichiga oladi. Bu kesma iqtisodiyot chuqur tanazzul yoki depressiya holatida ekanligini, ko'plab mashina, uskuna va ishchi kuchi foydalanilmayotganligidan guvohlik beradi. Foydalanilmayotgan resurslar harakatga kelishi mumkin, lekin bu narx darajasiga xech kanday ta'sir ko'rsatmaydi. Bu kesma yana ishlab chiqarish real hajmi qisqarganda ham tovarlar va resurslarga narx eski darajada qolishini bildiradi. Shunday qilib yotiq kesma milliy ishlab chiqarish hajmi o'zgarganda ham narx darajasi doimiy qolishini ko'rsatadi.

II. Q va Q_t nuqta o'rtasidagi oraliq kesma milliy ishlab chiqarishning real hajmining ko'payishi, narx darajasining o'sishi bilan birga borishini ko'rsatadi. Bu ishlab chiqarishning to'liq quvvat bilan ishlay boshlaganidan, korxonalarning ancha eski va

kam samarali uskunalardan foydalana boshlaganligidan guvohlik beradi. Ishlab chiqarish hajmining kengayib borishi bilan qo'shimcha ishchilar ham ishga jalb qilinadi. Shu barcha sabablarga ko'ra mahsulot birligiga qilinadigan harajatlari ortadi, korxonalar ishlab chiqarishining rentabelli bo'lishi uchun tovarlarga ancha yuqori narx belgilaydi. Shu sababli oraliq kesmada milliy mahsulot real hajmining ko'payishi narxlarning o'sishi bilan birga boradi.

Tik kesma iqtisodiyot o'zining to'liq yoki tabiiy darajasiga erishganligini ko'rsatadi. Bunda iqtisodiyot ishlab chiqarish imkoniyatining shunday nuqtasida joylashadiki, bunda qisqa muddatda ishlab chiqarish hajmini yanada kengaytirishga erishish mumkin emas. Narxning to'xtovsiz oshib borishi ham ishlab chiqarish real hajmining ko'payishiga olib kelmaydi, chunki iqtisodiyot to'liq quvvat bilan ishlay boshlaydi. Qisqacha aytganda, bu kesma milliy ishlab chiqarish hajmi doimiy bo'lib qolishi, narx darajasi esa o'zgarishi mumkinligini ko'rsatadi.

Yalpi taklif hajmiga ta'sir qiluvchi omillar. Yalpi taklifga narxdan tashqari bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Bu omillardan bir yoki bir nechtasining o'zgarishi yalpi taklifning o'zgarishiga sabab bo'ladi. Yalpi taklifning narxdan tashqari bu omillari bitta umumiy xususiyatga ega: agar ular o'zgarsa, mahsulot birligiga ishlab chiqarish xarajatlari ham o'zgaradi. Natijada yalpi taklif egri chizig'i joyini o'zgartiradi.

Taklif- ishlab chiqaruvchilar tomonidan ishlab chiqarilgan va muayyan paytda bozorga chiqarilgan yoki keltirish mumkin

bo'lgan jami tovarlar va xizmatlar miqdoridir. Shuningdek, taklif ishlab chiqaruvchi malum vaqt ichida ishlab chiqarishga qodir bo'lgan narxning har bir darajasida bozorga sotishga chiqaradigan mahsulotlar miqdoriniko'rsatadi. Narx o'zgarishi bilan sotishga chiqariladigan mahsulot miqdori ham o'zgarishi sababli talab va taklifning ham bir qator muqobil variantlari mavjud bo'ladi. Bozordagi tovarlarning bahosi faqat talabga bog'liq bo'lmay taklifga ham bog'liq bo'ladi. Ya'ni bozordagi tovarlarning miqdori ham ma'lum darajada bahoning shakllanishiga sabab bo'ladi. **Narxning muayyan darajasida talab va taklif miqdori bir-biriga mos kelgan holat bozor muvozanati deyiladi.** Taklif - bu bozorga sotish maqsadida keltirilgan yoki keltirilishi aniq bo'lgan mahsulotlar miqdoridir. Taklifning bahoga nisbatan yoki bahoning taklifga nisbatan

1 kg un narxi (so'm)	Taklif qilinadigan un miqdori (kg)
1500	60
1400	50
1300	35
1200	20
1100	5

2-jadval. Alohida ishlab chiqaruvchining mahsulot taklifi.

Jadvaldan ko'rinib turganidek, mahsulotga qo'yilgan baho qanchalik yuqori boisa, bozorga keltirilayotgan mahsulot miqdori ham shuncha ko'p bo'ladi. Demak, tovarning bahosi bilan xaridorga taklif qilinayotgan mahsulot miqdori o'rtasida to'g'ri munosabat mavjuddir. Bu bog'lanish taklif egri chizig'i orqali ifodalanadi va **taklif qonuni** deyiladi. **Taklifning o'zgarib turishiga ta'sir etuvchi omillar** Taklif hajmining o'zgarishi tovar bahosiga bevosita bog'liq bo'ladi. Taklif hajmi darajasining baho oshishi (pasayishi)ga javoban o'zgarishi taklif **Taklifning o'zgarib turishiga ta'sir etuvchi omillar** Taklif hajmining o'zgarishi tovar bahosiga bevosita bog'liq bo'ladi. Taklif hajmi darajasining baho oshishi (pasayishi)ga javoban o'zgarishi taklif.

1. Resurslar bahosining o'zgarishi. Ma'lumki, ishlab chiqarish jarayonlari resurslar bahosi bilan uzviy bog'liqdir. Shuning uchun ishlab chiqarilayotgan mahsulot miqdori bevosita resurslar bahosiga bog'liq.

2. Texnologiyaning o'zgarishi. Texnologiyalarni takomillashtiruvchi mahsulot birligini ancha samarali ishlab chiqarishga imkon beradi. Yangi texnologiyaning joriy etilishi resurslardan samarali foydalanishga, bu esa o'z navbatida ko'proq mahsulot ishlab chiqarishga olib keladi.

3. Soliq va dotatsiya miqdori. Ko'pchilik soliqlar ishlab chiqarish xarajatlari tarkibiga kiradi. Shu sababli soliqlarning oshishi ishlab chiqarish xarajatlarini oshiradi va taklifni qisqartiradi. Masalan, import tovarlarga boj to'lovlarining oshishi uning taklifini qisqartiradi.

4. Boshqa tovar narxi. Boshqa tovarlar narxining o'zgarishi ham mazkur tovar taklifini o'zgartiradi. Masalan, qo'y go'shti narxining pasayishi mol go'shti taklifini oshiradi va aksincha holat ham bo'lishi mumkin.

5. Narx o'zgarishining kutilishi. Kelgusida mahsulot narxining o'zgarishi kutilishi ham ishlab chiqaruvchilarning bugungi kundagi bozorga mahsulot yetkazib berishi xohishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin.

6. Bozordagi ishlab chiqaruvchilar, sotuvchilar soni va hokazo. Tovar ishlab chiqaruvchilar qanchalik ko'p bo'lsa, taklif qilinadigan mahsulot miqdori shunchalik ko'p bo'ladi. Tarmoqdagi ishlab chiqaruvchilar soni ortib borishi taklifni ko'paytiradi, chunki tovar ishlab chiqarish ko'payadi.

Lekin talab qonuni singari bu omillar taklifning o'zini o'zgartiradi, taklif hajmini emas. Taklif hajmining o'zgarishiga tovarning saqlanish xususiyati, saqlash xarajatlari va transport tashish imkoniyatlari ham ta'sir ko'rsatadi, ishlab chiqarish jarayonining xususiyati tabiiy resurslarning mavjud darajasi ham taklifga ta'sir ko'rsatadi.

Yalpi taklifga narxdan tashqari ta'sir qiluvchi omillar.

1. Resurslar narxining o'zgarishi. Resurslar narxi - tayyor mahsulot narxidan farq qilib, yalpi taklifning muhim omili hisoblanadi. Boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda, resurslar narxining oshishi mahsulot birligiga xaraj atlamining ko'payishiga, resurs narxlarining pasayishi esa xarajatlarning kamayishiga olib

keladi. Resurs narxlariga bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Resurslar taklifining ko'payishi ular narxini pasaytiradi va natijada mahsulot birligiga xarajalar kamayadi. Resurslar taklifining kamayishi esa qarama-qarshi natijaga olib keladi. Endi alohida resurslar taklifi o'zgarishining yalpi taklifga ta'sirini qarang chiqamiz.

Er resurslari - yangi erlarning ochilishi, sug'orish, yangi texnik takomillashuvlar tufayli ko'payish mumkin. Er resurslari taklifining ko'payishi erga bo'lgan sarflarning kamayishiga olib keladi va shu orqali mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajatlarni pasaytiradi. Irrigatsiya qurilmalari shahobchalarining kengayishi, intensiv dehqonchilikni qo'llash tufayli er resurslarining kamayishi qarama-qarshi natijaga olib keladi.

Ishchi kuchi (Mehnat) resurslari. Korxona xarajatlarining asosiy qismi ishchi va xizmatchilarga ish haqi to'lash uchun ketadigan xarajalar hisoblanadi. Boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda, ish haqining o'zgarishi mahsulot birligiga to'g'ri keladigan xarajalar darajasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Mavjud ishchi kuchi (mehnat) resurslarining ko'payishi ish haqining pasayishiga, ularning kamayishi esa ish haqining oshishiga olib keladi.

Kapital. Agar jamiyat asosiy kapital zahirasini o'stirib borsa, yalpi taklif o'sish tamoyiliga ega bo'ladi. Masalan, agar jamiyat o'z daromadining asosiy qismini tejab, uni investitsion tovarlar sotib olishga yo'naltirsa, yalpi taklif o'sadi. Xuddi shunday asosiy kapital sifati yaxshilanganda ishlab chiqarish xarajatlari kamayadi va yalpi

taklif ko'payadi. Korxona o'zining eski, sifati past bo'lgan qurilmalarini, yangi va ancha takomillashgan qurilmalar bilan almashtirishi bunga misol bo'la oladi. Agar mamlakatda asosiy kapitalining miqdori kamaysa va sifati yomonlashsa, yalpi taklif qisqaradi.

Tadbirkorlik layoqati. Vaqt o'tishi bilan mamlakatda tadbirkor kishilar soni ko'payadi va bu yalpi taklifga ta'sir ko'rsatadi. Masalan keyingi vaqtda Respublikada tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga asosiy e'tiborni qaratilishi bunday faoliyat bilan shug'ullanishga harakat qiluvchi kishilar sonining ko'payishiga olib kelishi muqarrar va bu o'z navbatida yalpi talabni oshiradi.

Import resurslar narxlari. Chet ellardan resurslar importi milliy iqtisodiyotda yalpi taklifning ko'payishiga olib keladi. Import resurslariga narxlarning pasayishi milliy iqtisodiyotda yalpi taklifni oshiradi, narxning oshishi esa yalpi taklifni kamaytiradi. Keyingi davrda import resurslarga narxning o'zgarishiga olib kelayotgan asosiy omillardan biri - valyuta kurslarining o'zgarib turishi hisoblanadi. Bu qanday ro'y berishini tushunib olish uchun chet el valyutalarining so'mga nisbatan narxi tushadi, ya'ni so'mning qiymati ko'tariladi deb faraz qilamiz. Bunda korxonalarga har bir so'm uchun ko'proq chet el valyutalari olish imkoniyati vujudga keldi va bu milliy ishlab chiqaruvchilar uchun chet el resurslarining so'mda ifodalangan narxi tushganligini bildiradi. Bunday sharoitda milliy korxonalar chet el resurslari importini ko'paytiradi va ishlab chiqarishning mavjud darajasida mahsulot

birligiga xarajatlarning kamaytirishga erishadi. Aksincha, chet el valyutalarining so'mga nisbatan narxlari oshgan taqdirda, ya'ni so'm qadrsizlanganda import resurslari narxlari ko'tariladi. Natijada bu resurslarning importi kamayadi, mahsulot birligiga xarajatlar ortadi.

Bozordagi hukmronlik. Resurslarni etkazib beruvchilarning bozordagi hukmronligining susayishi yoki kuchayishi ham resurs narxlariga va yalpi taklifga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Bozordagi hukmronlik - narxlarni raqobat mavjud bo'lgan sharoitdagidan ancha yuqori o'rnatish imkoniyatidir. Keyingi 20 yil davomida OPEK mamlakatlari bozor monopoliyasining vujudga kelishi va halokatga uchrashi buning ishonchli misoli bo'lib xizmat qilishi mumkin. 70-yillarda OPEK mamlakatlari neft narxini o'n martalab oshirishga erishdi, bu mahsulot birligiga xarajatlarni keskin ko'paytirdi. 80-yil o'rtalarida OPEK mamlakatlarining bozordagi hukmronligining sezilarli susayishi, aksincha ishlab chiqarish qiymatining kamayishiga olib keldi.

2. **Unumdorlik** - bu milliy ishlab chiqarish real hajmini foydalanilgan resurs miqdoriga nisbati, boshqacha aytganda, unumdorlik - bu xarajat birligiga ishlab chiqarishning o'rtacha hajmi yoki ishlab chiqarish real hajmi ko'rsatkichi:

$$\text{Unumdorlik} = \frac{\text{Ishlab chiqarilgan real hajmi}}{\text{Xarajatlar}}$$

Boshqa sharoitlar o'zgarmay qolganda bir ishchi hisobiga ko'proq miqdorda mashina va uskunalardan foydalanish, ishlab chiqarish texnologiyasini takomillashtirish; ancha bilimli va malakali ishchi kuchini qo'llash kabi omillarning o'zaro ta'siri unumdorlikning o'sishi va yalpi taklifning oshishiga olib keladi.

Qisqacha qilib aytganda, mahsulot birligiga harajatlar kamayganda unumdorlikning oshishi yalpi taklifning oshishiga, aksincha, unumdorlikning kamayishi natijasida mahsulot birligiga harajatlarning ko'payishi yalpi taklifning qisqarishiga olib keladi.

3. Huquqiy normalarning o'zgarishi. Korxonalar o'z faoliyatida amal qiladigan huquqiy normalarning o'zgarishi, mahsulot birligi to'g'ri keladigan xarajatlarni va yalpi taklifni o'zgartirishi mumkin.

Xuquqiy normalar o'zgarishining ikki turi mavjud:

- a) soliq va subsidiyalarning o'zgarishi,
- b) davlat tomonidan tartibga solish xarakteri va usullarining o'zgarishi.

4. Korxonalardan olinadigan soliqlar (qo'shilgan qiymat solig'i, ish haqi fondidan olinadigan soliqlar)ning ko'payishi mahsulot birligiga xarajatlarni ko'paytirishi va yalpi taklifni qisqartirishi mumkin.

Korxonaga davlat tomonidan beriladigan subsidiyalarning ortishi yoki soliq yukining kamayishi ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi va yalpi taklifni oshiradi.

Davlat tomonidan tartibga solish xarakteri va usullarining o'zgarishi ham ko'p xollarda mahsulot birligiga ishlab chiqarish xarajatlarini va shu orqali yalpi taklifni o'zgartiradi.

3. Yalpi talab va yalpi taklif o'rtasidagi muvozanatlik hamda uning o'zgarishi.

Biz yuqorida turli omillar ta'sirida talab va taklif miqdorining o'zgarib turishini ko'rdik. Lekin, talab bilan taklif miqdori bir-biri bilan doimo ma'lum nisbatda bo'ladi, bu nisbatlar o'zgarib turadi. Ba'zan talab miqdori taklif miqdoridan oshib ketib narx ko'tarilsa, ayrim paytda taklif miqdori talab miqdoridan oshib ketib, baho pasayib ketadi. Talab miqdori bilan taklif miqdori o'rtasidagi nisbat bir-biriga teng to'lgan holat bozor muvozanati deyiladi.

Shu o'rinda **yalpi talab va taklifning** ta'riflarini keltiramiz

Yalpi talab - narxlarning mavjud darajasida milliy iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan pirovard tovarlar va xizmatlarni sotib olishga qilingan barcha sarflar summasidir.

Yalpi taklif - bu narxlarning mavjud darajasida iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan pirovard tovarlar va xizmatlarning umumiy miqdori (qiymat ifodasidagi).

Xaridor talabi bilan ishlab chiqaruvchi taklifl bir-biriga mos kelgani kuzatilganda o'rnatilgan narx **muvozanat narx** deyiladi. Muvozanat narx o'rnatilishi uchun:

birinchidan, xaridorlar sotib olishi mumkin bo'lgan tovarlar miqdori taklif miqdoriga mos kelishi kerak; **ikkinchidan**, narx va tovar miqdorining o'zgarishi kuzatilmaydi. Lekin hayotda bunday emas. Ya'ni talab va taklif doimo u yoki bu tomonga qarab, turli omillar ta'sirida o'zgarib turadi. Goh talab taklifdan oshadi, goh esa aksincha, taklif talabdan yuqori bo'ladi.

Talab qonuni - bozor qonuni. Unga binoan tovarlarga talab ularning narxiga nisbatan teskari mutanosiblikda bo'ladi. Bu qonunning naqadar amal qilishini, talabning narxga bog'liq elastikligini, ya'ni narx o'zgarishiga javoban talabning qanday darajada o'zgarishini ifoda etadi. Bozorga elastik talab xos bo'ladi, bunda narx o'zgarishiga nisbatan talab ko'proq o'zgaradi.

Bozorda taklif qonuni ham amal qiladi, unga binoan taklif narxga nisbatan to'g'ri mutanosiblikda bo'ladi. Mazkur qonunning amal qilishini taklif elastikligi, ya'ni taklifning narxga javoban qanchalik o'zgarishini bildiradi. Bozorga elastik taklif xos bo'ladi, bu taklifning narxga nisbatan tezroq o'zgarishini bildiradi.

Bozor muvozanatini ta'minlash uchun ishlab chiqarishni rivojlantirish orqali bozorni tovarlar bilan to'ldirish lozim, talab va taklifga qarab baholarni pasaytirish yoki oshirish mumkin.

Shu maqsadda Prezident Islom Karimov «Asosiy vazifamiz - Vatanimiz taraqqiyoti va xalqimiz farovonligini yanada yuksaltirishdir» asarida (2010) mamlakatimizda iqtisodiyotni barqarorlashtirish orqali yalpi talabni o'stirish, «2009-2012-yillarga moijallangan inqirozga qarshi choralar» davlat dasturining ahamiyatiga to'xtalib:

1) tijorat banklarini zarar ko'rib ishlayotgan va iqtisodiy nochor korxonalarni sog'lomlashtirish jarayoniga jalb qilish tajribasi amalda o'zini to'la oqlaganligi;

2) hali ham eski texnika va texnologiyalar asosida ishlayotgan, hech qanday iqtisodiy istiqboli bo'lmagan korxonalarni tugatish va ularning negizida yangi zamonaviy ishlab chiqarish quvvatlarini tashkil etish darkorligi;

3) kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni, fermerlikni rivojlantirishni moliyalashda tijorat banklarining rolini kuchaytirish bo'yicha ishlarni davom ettirish zarurligi;

4) kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalariga 2010-yilda kredit resurslari ajratish miqdorini 1,4 barobar

ko'paytirish, mikro kreditlar hajmini 1,3 barobar oshirish vazifasi qo'yilganligi;

5) mamlakatimizning raqobatdoshligini oshirishni ta'minlash uchun iqtisodiyotning tarkibiy o'zgartirish jarayonlarini chuqurlashtirish siyosatini davom ettirish 2010 va kelgusi yillarga mo'ljallangan iqtisodiy dasturni amalga oshirishning muhim ustuvor yo'nalishiga aylanishi lozimligini ta'kidlagan edi.

Prezident Islom Karimov «Mamlakatimizda demokratik islohotlarni yanada chuqurlashtirish va fuqarolik jamiyatini rivojlantirish konsepsiyasi»da belgilagan muhim masalani keltirishni lozim topdik. «Mamlakatimiz iqtisodiy taraqqiyotining eng muhim istiqbollari va ustuvor yo'nalishlarini belgilab olar ekanmiz, biz ichki ehtiyojning o'sishiga alohida e'tibor qaratishimiz kerak bo'ladi. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi oqibatlarini yumshatishga qaratilgan inqirozga qarshi choralar dasturida ana shunday yondashuv asosida ish tutganimiz o'tgan yillarda o'zini to'la oqladi. Ta'kidlash kerakki, bugungi kunda Osiyodagi ko'plab mamlakatlar aynan shunday pozitsiyaga amal qilib kelmoqda.

Shundan kelib chiqqan holda, bizning yaqin istiqboldagi eng muhim vazifamiz boshlagan ishlarimizni izchil davom ettirish - iste'mol talabini kengaytirish maqsadida ijtimoiy sohani rivojlantirish, mehnatga haq to'lashni yanada oshirish, xizmat ko'rsatish sektorini, infratuzilma obyektlarini, xizmat ko'rsatish sektorini, infratuzilma obyektlarini rivojlantirishga, transport va

kommunikatsiya loyihalari amalga oshirilishiga alohida e'tibor berishdir”.

Yuqoridagi belgilangan vazifalarning ijrosi mamlakatimizda 2010-2012-yillarda yalpi ichki mahsulotning o'sishiga olib keldiki, oqibatda aholi daromadlarining o'sishi yalpi talabning ta'minlanishiga moddiy asos yaratdi. Mamlakatimizdagi ishlab chiqilgan modernizatsiya va diversi- fikatsiya strategiyasi amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning davomi bo'lib, uni amalga oshirish natijasida 2011 -yilda mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotida sanoat ishlab chiqarishi ulushi 2000-yilda bor- yo'g'i 14,2 foizni tashkil etgan boisa, 2011-yilda bu ko'rsatkich 24,1 foizga yetdi, iste'mol tovarlari ishlab chiqarish hajmi.

2011-yilda 11,2 foizga o'sdi. 2000-yilga nisbatan esa bu ko'rsatkich 4 barobardan ziyod oshdi. Ayni paytda qishloq xo'jaligining ulushi esa 30 foizdan 17,5 foizga kamaydi. Mamlakatimizda xizmat ko'rsatish va serviz sohasi 2011-yilda jadal sur'atlar bilan rivojlanib, uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2000-yildagi 37 foiz o'rniga 50,5 foizni tashkil etdi. Mamlakatimizda iqtisodiyotning real hamda ijtimoiy sektorlarini rivojlantirishga muhim e'tibor natijasida 2011-yilda respublikamizda ish haqi 20,2 foizga, budget tashkilotlarining ish haqi, pensiyalar, nafaqa va stipendiyalar miqdori esa 26,5 foizga o'sdi. Aholi jami daromadlarining 51 foizi tadbirkorlik faoliyatidan olinayotganligi muhim yangilikdir. Keyingi o'n yilda O'zbekistonda aholi daromadlari hajmi 8,1 barobarga ortdi. Agar 1991- yilda eng kam ish haqiga Xalqaro mehnat tashkiloti va Jahon Sog'liqni saqlash

tashkilotining tavsiyalariga muvofiq tarzda hisoblab chiqilgan iste'mol savati qiymatining faqat 8 foizini tashkil etadigan tovar va xizmatlarni xarid qilish mumkin boigan boisa, 2011-yilda bu ko'rsatkich iste'mol savatining 120 foizini tashkil etdi yoki 15 barobar o'sdi, eng kam pensiyaning xarid qobiliyati esa 9 karra oshdi.

Aholi farovonligini o'zida yaqqol mujassam etadigan eng muhim ko'rsatkich - bu oila iste'mol budjetining hajmi va tarkibidir. Ushbu ko'rsatkich oila yalpi daromadlari hajmi va tarkibiga, iste'mol bozorining zarur tovar va xizmatlar bilan to'ldirilishi, oila daromadlarining ana shu iste'mol mahsulotlari va xizmatlarni xarid qilish imkoniyatlariga bog'liq.

Amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlarning asosiy tamoyillaridan biri sifatida Prezident Islom Karimov tomonidan chuqur asoslab berilgan kuchli ijtimoiy siyosat aholi yalpi daromadlarining o'sishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratdi. Mustaqillik yillarida mazkur islohotlar natijasida 1990—2010-yillar davomida O'zbekiston aholisining yalpi daromadlari aniq hisob-kitoblar bo'yicha 8,6 barobar oshdi. Yalpi daromadlar tarkibida shu davr mobaynida mulk daromadlari, tadbirkorlik faoliyatini amalga oshirishdan olingan daromadlar kabi yangi daromad turlari paydo bo'ldi. Tabiiyki, sobiq mustabid tuzum davridagi markazlashtirilgan rejali iqtisodiyot sharoitida aholining bunday daromad manbalari shakllanishiga mutlaqo yo'l qo'yilmas edi. Yangi turdagi bunday daromadlar hissasiga 2012-yil so'ngida yalpi daromadlarning 51 foizi to'g'ri keldi

Yalpi talab egri chizig'I va yalpi taklif egri chizig'I kesishgan nuqta narxning muvozanatli darajasi va milliy ishlab chiqarishning muvozanatli real hajmini iqtisodiyotda muvozanatlikka erishiladi faraz qilingki,mamlakatdan yalpi talab va yalpi taklifning o'lchamlari quyidagi ma'lumotlar bilan xarakterlansin.

Yalpitaklif:

ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlar jarmi- mlrd. so'm. -
2788,1% hisobida - 87,3

Shu jumladan:

Tovarlar -1614.2 mlrd ,% da esa50.5

Xizmatlar- 1173.9 mlrd, % da esa 36.8

Yalpi talab

Shu jumladan

Pirovard iste'mol uchun sarflar- 2665 mlrd, % da esa 83.4

Ulardan

Uy xo'jaliklari sarflari-1173.9 mlrd, % da esa 36.8

Davlat boshqaruvi organlari sarflari- 629 mlrd, % da esa 19.7

Uy xo'jaliklariga xizmat qilivchi notijorat korxonalar sarflari-
26.3 mlrd, % da esa 0.8

Yalpi jamg'arma- 529.5 mlrd, % da esa 16.6

Ushbu yilda barcha pul daromadlarining 529,5 mlrd. so'mi (16,6%) yalpi talabga aylanmagan, ya'ni jamg'arilgan.

Yalpi talab egri chizig'i yalpi taklif egri chizig'ini yotiq kesmada kesib o'tsa, narx darajasi milliy ishlab chiqarish muvozanatli real hajmining shakllanishiga hech qanday ta'sir ko'rsatmaydi.

Tik kesmada ishchi kuchi va ishlab chiqarish quvvatlari to'liq foydalaniladi, shu sababli yalpi talabning kengayishi faqat narx darajasiga ta'sir ko'rsatadi ya'ni uni oshiradi. Milliy ishlab chiqarishning real hajmi esa o'zgarishsiz qoladi. Oraliq kesmada yalpi talabning kengayishi milliy ishlab chiqarish real hajmining ko'payishiga va narx darajasining oshishiga olib keladi. Agar yotiq kesmada yalpi talab kamaysa, milliy ishlab chiqarishning real hajmi kamayadi, narx darajasi esa o'zgarishsiz qoladi. Tik kesmada narx tushadi, milliy ishlab chiqarishning real hajmi esa to'liq bandlik darajasida qoladi. Oraliq kesmada milliy ishlab chiqarishning real hajmi qisqaradi va narx darajasi pasayadi. Ayni paytda bu erda shuni ta'kidlash lozimki, oraliq va tik kesmalarda yalpi talabning qisqarish vaziyatni murakkablashtiruvchi omillar ta'sirida birdaniga narxning pasayishiga olib kelmasligi mumkin. Bu murakkablik shundan iboratki, tovarlar va resurslar narxi pasayish tamoyiliga ega bo'lmaydi. Shu sababli ayrim iqtisodchilar bunday tamoyilga xrapovikli samara sifatida qaraydi.(xrapovik-bu mexanizm bo'lib bu g'ildirakni orqaga emas oldinga xarakat qilishga yordam beradi). Xrapovikli samara shunga asoslanadiki, narx osonlik bilan oshadi, lekin qiyinchilik bilan pasayadi. Shu

sababli yalpi talabning oshishi narx darajasini ko'taradi, lekin talab kamayganda, qisqa davr ichida narxning tushishini kutish mumkin emas. Nima uchun narx pasayishi tamoyiliga ega emas degan savolga javob berish qiyin bo'lsada, uning ayrim sabablarini ko'rsatish mumkin. Birinchidan, ish haqi korxona umumiy xarajatlarining asosiy qismini (70-75 foiz) tashkil qilib, qandaydir davr ichida pasayishi tamoyiliga ega bulmaydi. Chunki ishchilarning asosiy qismi shartnoma (kasaba uyushmalar orqali) bo'yicha ishlaydi va shartnoma muddati tugaguncha ish haqini pasaytirish ta'qiqlanadi. Boshqa sababi, tadbirkorlar ish haqi darajasini pasaytirishni xoxlamasligi mumkin. Buning ikkita sababi bor. Bir tomondan ancha past ish haqi ishchilarning mehnat unumdorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Shu bilan birga ancha past ish haqi maxsulot birligiga mehnat sarflarini kamaytirsada, ancha past mehnat unumdorligi esa mehnat sarflarini oshiradi. Agar ular ish haqini pasaytirishga qaror kilsa, malakali ishchi kuchidan ajrab qolishi mumkin. Narxning pasayish tamoyiliga ega emasligining ikkinchi sababi shundan iboratki, juda ko'pchilik korxonalar etarli darajada monopoliya mavqega ega bo'ladi va bu ularga talab kamayganda ham narxning pasayishiga qarshi turish imkonini beradi.

XULOSA

Shuni aytishimiz mumkinki biz iqtisodiyot kursini o'rganish bilan uning real voqelik, yani bizning atrofimizda bo'layotgan hodisalar, qaysiki iqtisodiy sohadagi, u albatta barcha sohalarga ta'sir ko'rsatmay qolmaydi, o'zgarishlarni tushunishimiz hamda ulardan unumli foydalanish, boshqa so'z bilan o'z ma'nfaatimiz yoki butun jamiyat manfaati yo'lida oqilona foydalanish uchun imkon beradi. Bundan tashqari talabning o'zi nima ekanligini anglaganimiz holda, uning o'zgarishida qanday omillar ro'l oynashini bilishimiz biz yaqin kelajakda o'z xususiy sektorimizda yoki jamoat birlashmasida bunday o'zgarishlarni oldindan sezishimiz va o'z o'rnida kerakli xulosalar chiqarib eng muhim bo'lgan chora tadbirlarni amalga oshirish uchun strategik rejalar tuzish uchun juda muhim ekanligini anglashimiz mumkin. Bu esa, ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatish obektini kutilmagan iqtisodiy talofatlardan ximoyalash hamda nafaqat zarardan qochish balki o'zgarishlardan unumli va ongli ravishda foydalanish oqibatida keskin ravishda katta foydaga erishish va korxona yoki tashkilotning kelajagi uchun muhim bir qadam tashlash imkoniyatiga ega bo'lamiz. Shundan ko'rinadiki, talab ya'ni yalpi talabning o'zgarishini kuzatish juda muhim bir jarayon ekanligini anglab yetamiz.

Jamiyat ehtiyojlari o'zgaruvchanligi, bizga bu boradagi qadamlarda o'ta puxtalik bilan aniq rejali iqtisodiyot olib borishga undaydi. Bu esa har bir shaxs uchun, kerak bo'lsa jamiyat uchun foydali bo'lishini anglatadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. D. Tojiboyeva. Iqtisodiyot nazariyasi. To'ldirilgan, 2-nashri. O'quv qo'llanmasi. TMI., T.: 2005. 438 bet.
2. Sh.Sh. Shodmonov, U.V. G'afurov. "Iqtisodiyot nazariyasi" (darslik). T., "Fan va texnologiya" nashriyoti. 2005. 784 bet.
3. A. O'lmasov, A. Vahobov. Iqtisodiyot nazariyasi. To'ldirilgan va qayta ishlangan nashri. Darslik. TDIU., T.: 2014. 456 bet.
4. Internet ma'lumotlari. www.wikipediya.uz.