

YALPI TALAB - YALPYI TAKLIF MODELI

Urinboyeva Yulduz Pirnazarovna - i.f.f.dok., dotsent

*Turdaliyev Jahongir Komiljon o'g'li Samarqand iqtisodiyot va
servis instituti talabasi*

Annotatsiya: Yalpi talab-yalpi taklif modeli (AD-AS modeli) makroiqtisodiyotning muhim tushunchalaridan biri bo'lib, iqtisodiy o'sish, inflyatsiya va ishsizlik kabi omillarni tahlil qilish uchun ishlatiladi. Ushbu maqolada yalpi talab va yalpi taklifning shakllanishi, ularning o'zaro ta'siri, hamda iqtisodiy siyosat vositalari orqali ushbu omillarga ta'sir qilish mexanizmlari batafsil yoritilgan. Shuningdek, turli iqtisodiy holatlar, jumladan, iqtisodiy o'sish va inqiroz sharoitlarida AD-AS modelining amaliy ahamiyati ham muhokama qilingan. Maqolada klassik va keynsian yondashuvlar tahlil qilinib, iqtisodiy muvozanatga erishish yo'llari ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: yalpi talab, yalpi taklif, AD-AS modeli, iqtisodiy o'sish, inflyatsiya, ishsizlik, iqtisodiy muvozanat, makroiqtisodiyot.

Aggregate demand - aggregate supply model

Annotation: The Aggregate Demand - Aggregate Supply (AD-AS) model is one of the key concepts in macroeconomics used to analyze factors such as economic growth, inflation, and unemployment. This article provides a detailed discussion of the formation of aggregate demand and aggregate supply, their interaction, and the mechanisms through which economic policy tools influence these factors. Additionally, the practical significance of the AD-AS model in various economic conditions, including periods of economic growth and recession, is examined. The article analyzes classical and Keynesian approaches, exploring ways to achieve economic equilibrium.

Keywords: aggregate demand, aggregate supply, AD-AS model, economic growth, inflation, unemployment, economic equilibrium, macroeconomics.

**МОДЕЛЬ СОВОКУПНОГО СПРОСА – СОВОКУПНОГО
ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Аннотация: Модель совокупного спроса и совокупного предложения (AD-AS модель) является одной из ключевых концепций макроэкономики, используемой для анализа таких факторов, как экономический рост, инфляция и безработица. В данной статье подробно рассматриваются формирование совокупного спроса и предложения, их взаимодействие, а также механизмы воздействия на эти факторы с помощью инструментов экономической политики. Кроме того, обсуждается практическая значимость AD-AS модели в различных экономических условиях, включая периоды экономического роста и кризисов. В статье анализируются классический и кейнсианский подходы, рассматриваются пути достижения экономического равновесия.

Ключевые слова: совокупный спрос, совокупное предложение, AD-AS модель, экономический рост, инфляция, безработица, экономическое равновесие, макроэкономика.

Kirish

Zamonaviy iqtisodiy tahlilning muhim asosi bo'lgan Yalpi talab – yalpi taklif modeli (AD-AS modeli) iqtisodiy jarayonlarni tushunish va prognoz qilishda keng qo'llaniladi. Ushbu model iqtisodiy o'sish, inflyatsiya va ishsizlik kabi makroiqtisodiy omillarni o'zaro bog'liq holda tahlil qilish imkonini beradi. Yalpi talab jamiyatning ma'lum bir vaqt davomida turli narx darajalarida iste'mol va investitsiya qilishga tayyor bo'lgan mahsulot va xizmatlar yig'indisini ifodalaydi. Yalpi taklif esa iqtisodiyotda mavjud ishlab chiqarish imkoniyatlariga asoslanib, bozor narxlari sharoitida ishlab chiqaruvchilar tomonidan taklif etiladigan mahsulot va xizmatlarning umumiy hajmini bildiradi.

Ushbu maqolada AD-AS modelining mohiyati, uning tarkibiy qismlari va iqtisodiyotga ta'siri batafsil tahlil qilinadi. Xususan, yalpi talab va yalpi taklif egri chiziqlarining shakllanishi, ularning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi omillar hamda iqtisodiy muvozanatga erishish mexanizmlari o'rganiladi. Shuningdek, turli iqtisodiy holatlar – iqtisodiy o'sish, turg'unlik (stagflatsiya), inqiroz va inflyatsiya sharoitlarida AD-AS modelining ahamiyati ham ko'rib chiqiladi. Modelning klassik va keynsian yondashuvlari tahlil qilinib, davlatning iqtisodiy siyosati orqali bozor muvozanatini

saqlash imkoniyatlari ham baholanadi.

AD-AS modeli iqtisodiy siyosatni shakllantirishda, ayniqsa, fiskal va monetar choralarni belgilashda asosiy vositalardan biri bo'lib, iqtisodiy jarayonlarni samarali boshqarish uchun strategik ahamiyatga ega. Shu sababli, ushbu modelning nazariy asoslari va amaliy qo'llanilishi chuqur tahlil qilinishi lozim.

1. Yalpi talab va unga ta'sir etuvchi omillar

Makroko'lamda milliy ishlab chiqarish hajmining o'zgarishi bilan birga narxlar umumiy darajasining o'zgarishi o'rtasida bog'liqlikni tadqiq qilish, nima uchun milliy ishlab chiqarish hajmi ayrim davrlarda barqaror o'sishi, ba'zi davrlarda esa pasayib ketishni izoxlab berish uchun yalpi talab - yalpi taklif (ADAS aggregate demand – aggregate supply) modelidan foydalanamiz.

Bu modelda yalpi talab va taklif, narxlarning umumiy darajasi kabi agregat ko'rsatkichlaridan foydalaniladi.

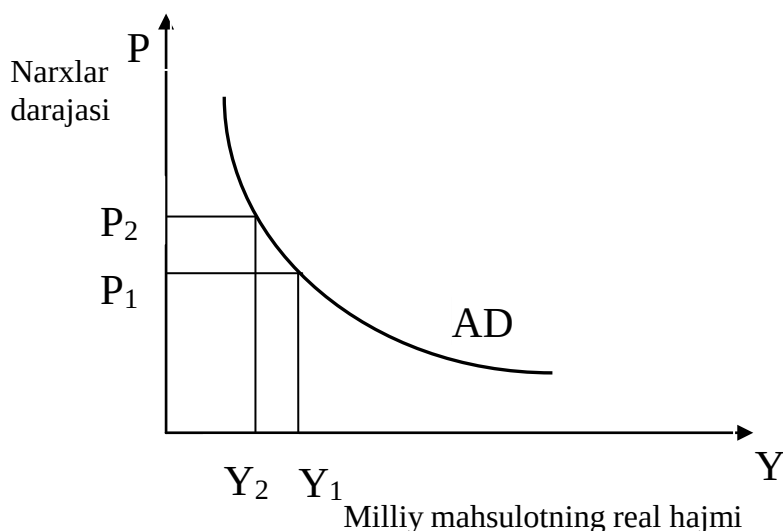
Makroiqtisodiyotda AD-AS modeli ishlab chiqarish hajmlari va narxlar darajalarining tebranishlarini hamda ular o'zgarishining oqibatlarini o'rganish uchun asosiy model bo'lib hisoblanadi va boshqa bir qancha modellar AD-AS modelining xususiy holi hisoblanadi. AD-AS modeli yordamida davlat iqtisodiy siyosatining turli variantlari tasvirlab berilishi mumkin.

Yalpi talab — uy xo'jaliklari, korxonalar, xukumat va chet ellik xaridorlarning narxlarning ma'lum darajasida iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan yakuniy tovarlar va xizmatlarning umumiy hajmiga bo'lgan talabidir.

Yoki boshqacha qilib aytganda umumiy talab iqtisodiyotda ishlab chiqarilgan yakuniy tovarlar va xizmatlarni sotib olishga qilingan umumiy harajatlar yig'indisidir. Formula ko'rinishida umumiy talabni quyidagicha tasvirlash mumkin:

$$AD = S + I + G + X_n$$

Narxlar darajasi va talab qilingan milliy mahsulot hajmi o'rtasidagi bog'liqlikni ifoda etuvchi chiziq jami talab egri chizig'i deb ataladi. Buni chizma ko'rinishida tasvirlash mumkin (5- chizma). 5- chizmadan ko'rinib turibdiki, talab egri chizig'i doimo pastga va o'ngga suriladi. Nima uchun?



5-chizma. Yalpi talab egri chizig'i

Bunday surilishning sababi har xil. Ya'ni, alohida olingan tovarlarda talab egri chizig'ining surilishiga asosan daromad samarasi va o'rinbosar tovarlar sabab bo'lar edi. Ayrim tovarlarning narxi pasayganda, iste'molchilarning pul daromadlari ko'proq mahsulot sotib olish imkonini beradi (daromad samarasi). Shuningdek, narx pasayganda iste'molchi ushbu tovarni ko'proq boshqa sotib oladi, chunki u boshqa tovarlarga nisbatan arzonroq bo'ladi (o'rnini bosadigan tovarlar).

Milliy bozorda AD-egri chizig'ining traektoriyasini avvalo pulning miqdoriy nazariyasi tenglamasi yordamida izohlash mumkin.

$$M \cdot V = Y \cdot R$$

Bu erda: M — muomaladagi pul miqdori;

V — pulning aylanish tezligi;

R — iqtisodiyotdagi narxlar darajasi (narx indeksi);

Y — talab qilinayotgan real ishlab chiqarish xajmi.

$$M \cdot V \quad M \cdot V$$

Bu tenglamadan $P = \frac{M \cdot V}{Y}$; $Y = \frac{M \cdot V}{P}$ tenglamalarni keltirib chiqaramiz.

Bu tenglamalardan ko'rinadiki, narxlar darajasi qancha oshsa, real milliy mahsulot xajmiga talab hajmi shuncha past bo'ladi, ya'ni pul massasi (M) va uning aylanish tezligi (V) o'zgarmas bo'lsa, narxlar darajasi va umumiy talab o'rtasida teskari

bog'liqlik mavjud bo'ladi.

Bunday bogliqlik, shuningdek quyidagi narx omillari bilan izohlanadi:

1. Foiz stavkasi samarasi;
2. Boylik samarasi yoki real kassa qoldiqlari samarasi;
3. Import xaridlar samarasi.

Foiz stavkasi samarasi yoki Keynes samarasi shuni bildiradiki, jami talabning egri chiziq bo'yicha surilishi narxlar darajasi o'zgarishining foiz stavkasiga bo'lgan ta'siriga bog'liq.

Demak, tovarlarning narx darajalari oshsa, iste'molchilarga xarid qilish uchun katta miqdorda naqd pul kerak bo'ladi. Ish-bilarmonlar uchun ham ish haqi va boshqa xarajatlarni to'lashga katta miqdorda pul zarur bo'ladi. Qisqacha aytganda, tovarlar narxsi darajalarining yuqoriligi pulga bo'lgan talabni oshiradi.

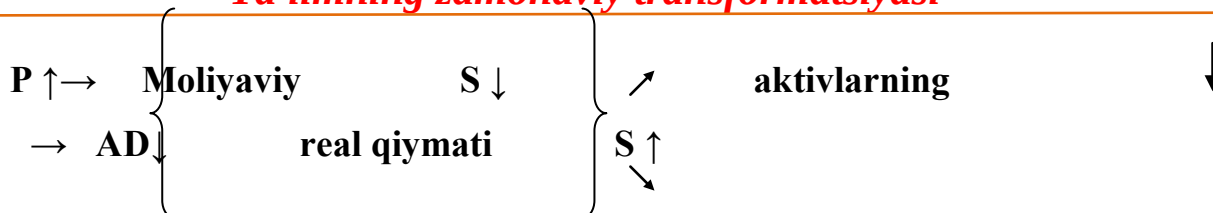
Pul taklifi hajmi o'zgarmagan holatda talabning oshishi foiz stavkasini ko'tarilishiga olib keladi. Foiz stavkalari yuqori bo'lgan sharoitda ishbilarmonlarning investitsiya tovarlariga bo'lgan talabi pasayadi.

Investitsiya harajatlari umumiy talabning bir qismi bo'lganligi tufayli bu umumiy talab hajmining pasayishiga olib keladi.

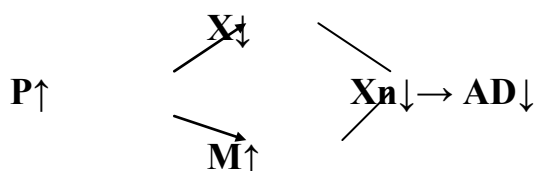
$$P \uparrow \rightarrow M_d \uparrow (M_s \text{ sonst}) \rightarrow R \uparrow \rightarrow I \downarrow \rightarrow AD \downarrow$$

Boylik samarasi yoki real kassa koldiqlari samarasi (Pigu samarasi) shuni bildiradiki, narxlar darjasining oshishi, nominal narxsi oldindan belgilangan moliyaviy aktivlar (omonatlar, obligatsiyalar) real xarid qobiliyatini pasaytirib yuboradi. Bunday sharoitda aholi joriy daromadidan iste'mol xarajatlari miqdorini qisqartiradi, ya'ni iste'molga chegaraviy moyillik pasayib boradi. Masalan, muayyan shaxs aktivida 10 mln. so'm bo'lsa, undan hech ikkilanmasdan birorta avtomashina sotib olishi mumkin bo'ladi, agarda inflyatsiya ta'sirida mashina narxi 12 mln. so'mga ko'tarilsa, u mashina sotib ololmasligi mumkin va yana 2 mln. so'm jamg'arish uchun joriy davrda olgan ixtiyoridagi daromadidan ko'proq qismini jamg'aradi.

Iste'mol xarajati umumiy talabning bir qismi bo'lganligi tufayli uning kamayishi ADning pasayishiga olib ksladi.



Import xaridlari samarasi shuni bildiradiki, biror mamlakatda tovar va xizmatlarning ichki narxlari tashqi narxlarga nisbatan oshib borsa, shu mamlakatda ishlab chiqarilayotgan tovar va xizmatlarga talab hajmi kamayadi va o'z navbatida shu mamlakatda import mahsulotlarga bo'lgan talab oshadi. Va, aksincha, ichki narxlarning pasayishi importning kamayishiga va eksportning oshishiga yoki milliy mahsulotga talab hajmi oshishiga olib keladi. Bu esa sof eksport hajmi orqali umumiy talab hajmiga ta'sir ko'rsatadi.



Yuqorida ko'rib o'tilgan omillar jami talabning narx omillari deb ataladi. Bundan tashqari jami talabning narhlarga bog'liq bo'lmagan omillari ham mavjud. Bu omillardagi o'zgarishlar jami talabning miqdorida o'z aksini topadi va uning egri chizig'ini chapga yoki o'ngga siljitadi. Jami talabning narxlarga bog'liq bo'lmagan omillariga quyidagilarni kiritamiz:

1. Iste'mol xarajatlaridagi o'zgarishlar:

- iste'molchilarning real moddiy aktivlari qiymatining o'zgarishi, bu erda real moddiy aktivlarning qiymati inflyatsiya ta'sirida o'zgarishini emas (Pigu samarasi), balki boshqa sabalarga ko'ra o'zgarishi nazarda tutiladi. Masalan aktsiyalarning narxi keskin o'sishi bilan aktsiyadorlarning boyligi oshadi va ular ko'proq iste'mol qilishga moyil bo'ladi va aksincha uylarning va erlarni narxi keskin pasayishi bilan iste'molchining boyligi kamayadi va u ko'proq jamg'aradi;
- iste'molchilar kutishi, ya'ni kelajakda real daromadlarning ko'tarilishi kutilsa, yoki inflyatsiya darajasi yuqoriroq bo'lishi bashorat qilinsa, aholi ko'proq iste'mol qilishni boshlaydi;
- iste'molchilarning qarzlari miqdorining o'zgarishi – agar oldingi iste'mol kredit hisobiga qilingan bo'lsa;

➤ iste'molchilar daromadlaridan olinadigan soliqlar miqdorining o'zgarishi, soliqlarning pasayishi ixtiyordagi daromad hajmini oshiradi.

2. Investitsiya xarajatlaridagi o'zgarishlar:

➤ foiz stavkasidagi o'zgarishlar, bu erda Keyns samarasi emas, balki foiz stavkasini boshka narxlar darajasiga bog'lik bo'lmagan o'zgarishlari nazarda tutiladi. Masalan, pul massasining oshishi foiz stavkasini pasaytiradi va natijada investitsiya xarajatlari oshadi;

➤ investitsiyalardan kutilayotgan foyda me'yorining o'zgarishi, masalan, iste'mol xarajatlarning oshishi kutilayotgan bo'lsa, ishlab chikaruvchilarning kutilayotgan foydasi ham oshadi va natijada ular ishlab chiqarishga ko'proq investitsiya qilishga moyil bo'ladilar;

➤ korxonalardan olinadigan soliqlar miqdorining o'zgarishi, soliqlar darajasining oshirilishi korxonalarning kapital qo'yilmalardan olgan foydasini kamaytiradi va natijada ular kamrok investitsiya qiladi;

➤ yangi texnologiyalarning ishlab chiqarishga jalb qilinishi, yangi va takomillashtirilgan texnologiyalarni ishlab chiqarishga jalb qilish uchun ishlab chiqaruvchilar yangi uskunalar sotib oladi;

➤ zahiradagi quvvatlar o'zgarishi, zahiradagi ishlab chiqarish quvvatlari miqdori yuqori bo'lsa, ishlab chiqaruvchilar yangi uskunalar sotib olishni va yangi inshootlar qurishni to'xtatib qo'yyadilar.

3.Davlat xarajatlarning o'zgarishi. Masalan, xarbiy xarajatlar va yangi kasalxona va boshqa muassasalar qurishga qaror qilinganda.

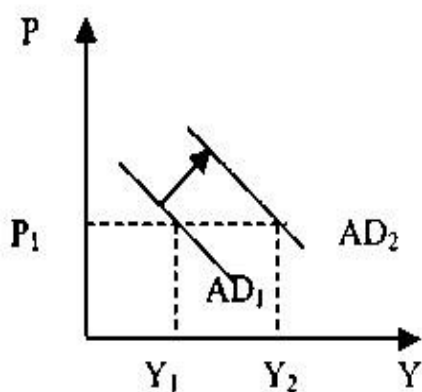
4. Sof eksport hajmidagi o'zgarishlar.

➤ boshqa mamlakatlar milliy daromadlarining o'zgarishi milliy eksportga bo'lgan talabni oshiradi. Misol, jahondagi moliyaviy-iqtisodiy inkiroz natijasida ko'plab rivojlangan mamlaktlardagi axolining real daromadlari tushib ketgan va ularning bizning mamlakatda ishlab chiqarilgan tovarlarga bo'lgan talabi ham kamaygan. Hozirgi kunda neft narxining keskin o'sishi neft eksport qiluvchi mamlakatlar milliy daromadlarini oshirib borishiga va natijada bu mamlakatlarda bizning mahsulotlarga talabini oshib borishiga sabab bo'lmoqda.

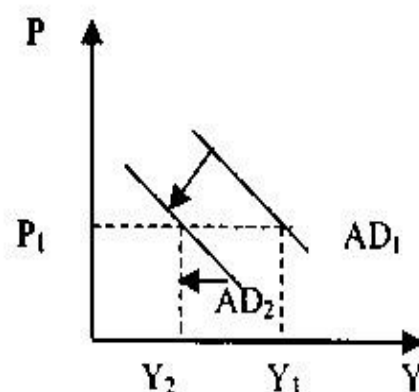
➤ valyuta kurslaridagi o'zgarishlar, milliy valyuta so'mning kursi pasayishi bilan xorijdan kelayotgan mehmonlar olib kelgan dollari evaziga ko'proq so'mga ega bo'lishadi, ya'ni bizning mahsulotlarimiz xorijliklar uchun nisbatan arzonroq bo'lib qoladi.

Pulning miqdoriy nazariyasi tenglamasi yuqoridagilardan tashqari umumiy talabning narxlarga bog'liq bo'lmagan yana ikki omilni beradi. Bular: pul taklifi (M) va pulning aylanish tezligi (V) dir. Narxlar o'zgarmagan holda, pul massasining ko'payishi yoki pulning aylanish tezligining oshishi qisqa muddatda jami talab egri chizig'ini o'ngga siljitadi, chunki bu o'zgarishlar iqtisodiyotdagi mavjud bo'lgan real pul zahiralarini hamda iste'molchilarning sotib olish qobiliyatini oshiradi.

Umumiy talabning narxga bog'liq bo'lmagan omillari ta'sirida AD egri chizig'i o'ngga yoki chapga siljiydi. Natijada ma'lum narx darajasiga mos keluvchi talab qilinayotgan milliy mahsulot xajmi o'zgaradi.



**chizma. Umumiy talab egri
egri chizig'idagi siljishlar**



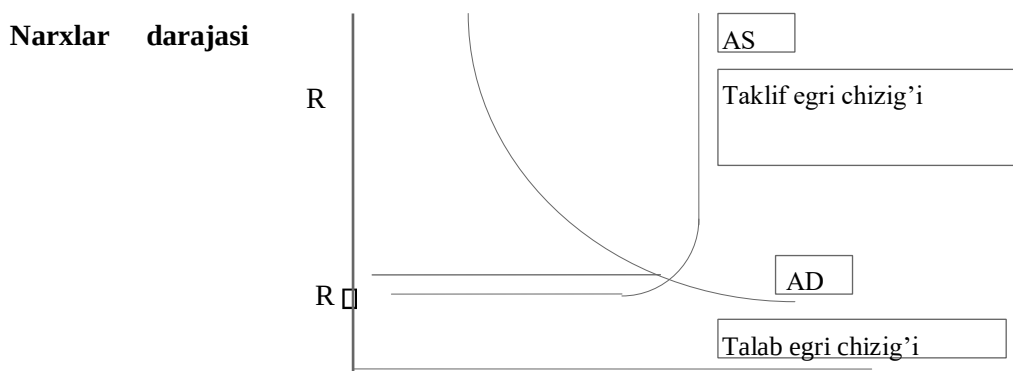
**chizma. Umumiy talab
chizig'idagi siljishlar**

Pul taklifining, pulning aylanish tezligining oshishi, boshqa davlatlar milliy daromadining oshishi, milliy valyuta kursining ma'lum miqdorda pasayishi (bular eksportning ortishi, importning pasayishiga olib kelishi tufayli) oqibatida sof eksportning pasayishi va yalpi xarajatlar turli komponentlarining oshishi AD egri chizig'ining o'ngga siljishiga olib keladi. Bunga aksincha bo'lgan holatlarda AD egri chizig'i chapga siljiydi.

2. Yalpi taklif va unga ta'sir etuvchi omillar

Yalpi taklif deganda muayyan narxlar darajasida ishlab chiqarilishi va taklif

qilinishi mumkin bo'lgan tovar va xizmatlarning real hajmi tushuniladi. Umumiy taklif tushunchasi ko'pincha yalpi ichki mahsulot sinonimi sifatida qo'llaniladi. Yalpi taklif – bu muayyan narxlar darajasida ishlab chiqarilishi va taklif qilinishi mumkin bo'lgan iste'mol hamda investitsiya tovarlari va xizmatlarning umumiy miqdoridir. Narxlar darajasi deganda, turli xil tovar va xizmatlarning alohida narxlarini umumlashtiruvchi jami narx tushuniladi. Narxlarni narxlar darajasiga, jami iste'molchilarning to'lov qobiliyatli talabini jami talabga, barcha tovar va xizmatlarni esa milliy ishlab chiqarishning real hajmiga bunday birlashtirish yiriklashtirish deb ataladi. Ko'rsatkichlarni yiriklashtirishni bu usulidan makroiqtisodiy tadqiqotlarda tez-tez foydalanib turiladi. Makrodarajada iqtisodiyotni usiz tahlil qilib yoki oldindan aytib bo'lmaydi. Yalpi talab va taklif hamda narxlar darajasi barcha makroiqtisodiy modellar to'zilishining asosi hisoblanadi. Oddiy ko'rinishda bu ko'rsatkichlarning o'zaro bir-biriga bog'liqligi grafik yordamida aks ettiriladi (A-chizma).



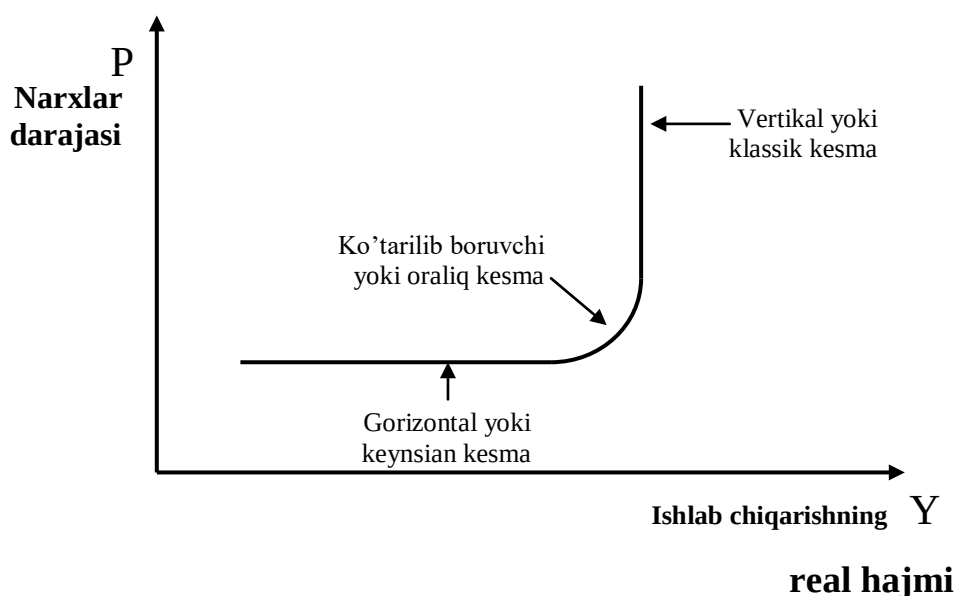
**Milliy mahsulotning real hajmi 8-
chizma. Yalpi talab, yalpi taklif va narxlar darajasi o'rtasidagi o'zaro
bog'liqlik**

Narxlarning yuqori darajasi ishlab chiqaruvchilarga qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarishga rag'bat yaratadi va aksincha past narxlar mahsulot ishlab chiqarish hajmini qisqarishga olib keladi. Shuning uchun ham milliy ishlab chiqarish hajmi bilan narxlar darajasi o'rtasida to'g'ri aloqa mavjud. Demak, mahsulot ishlab chiqarish hajmi narxlar o'sib borishi bilan o'sib, pasayishi bilan tushib boradi. Yalpi taklif (AS) egri chizig'i alohida tovar taklifi egri chizig'idan farq qilib uch qismdan, gorizontaal yoki keyns kesmasi, ko'tarilib boruvchi yoki oraliq kesma hamda vertikal yoki klassik kesmadan iborat. Bu umumiy taklifni tahlil qilishga klassik va keynschilarga xos yondashuv bilan

izohlanadi. Iqtisodiy adabiyotlarda ko'pincha oraliq kesma ham keyns kesmasiga kiritib yuboriladi.

Yalpi taklif egri chizig'idagi bu kesmalar qanday iqtisodiy vaziyatlarni aks ettiradi?

1. Keynes kesmasida milliy ishlab chiqarishning haqiqiy hajmi to'liq bandlik sharoitidagi milliy ishlab chiqarish hajmidan kamdir. Demak, gorizontall kesma iqtisodiet inqirozga uchragan va katta miqdordagi resurslardan foydalanilmagan sharoitni ko'rsatadi. Foydalanilmayotgan ushbu resurslarni narxlar darajasiga ta'sir ko'rsatmagan holda ishga tushirish mumkin. Bu kesmada milliy ishlab chiqarish hajmi oshishi narxlar darajasi o'zgarmay qolgan sharoitda ro'y bsradi.



chizma. Jami taklif egri chizig'i.

Yalpi talabning Keynes kesmasida iqtisodiyotni nisbatan qisqa muddatda amal qilishini xarakterlaydi. Umumiy talabni tahlil qilish quyidagi shartlarga tayanadi: - iqtisodiyot ishlab chiqarish omillari to'liq band bo'lmagan sharoitda amal qiladi;

- narxlar, nominal ish haqi qayd etilgan, bozor tebranishlaridan juda kam ta'sirlanadi;

- real miqdorlar (ishlab chiqarish, bandlilik, real ish haqi) harakatchan va bozor tebranishlaridan tez ta'sirlanadi.

2. Vertikal yoki klassik kesma. Egri chiziq bo'yicha o'ngga surilishi natijasida ishlab chiqarishning mavjud hajmida iqtisodiyot to'liq bandlik sharoitiga yoki ishsizlikning tabiiy darajasi sharoitiga erishgan vaziyatni ko'ramiz. Iqtisodiyot egri

chiziqning bu kesmasida o'zining ishlab chiqarish potentsiali darajasida bo'ladi. Bu shuni bildiradiki, narxlarning har qanday oshishi ishlab chiqarish hajmining oshishiga olib kelmaydi. Chunki, iqtisodiyot to'liq quvvatda faoliyat ko'rsatayapti. To'liq bandlik sharoitida ayrim firmalar boshqa firmalarga nisbatan resurslarga yuqoriroq narxlarni taklif etish orqali ishlab chiqarish hajmini oshirishga harakat qiladi. Ammo, bunday holatda ayrim firmalarning resurslar va ishlab chiqarish hajmini oshirishi, boshqalari uchun yo'qotishga olib keladi. Natijada bu mahsulotlar narxi oshishi mumkin, lekin ishlab chiqarishning real hajmi o'zgarmay qoladi.

Klassik nazariyada yalpi taklifni tahlil qilish quyidagi shartlarga tayanadi:

- ishlab chiqarish hajmi faqatgina ishlab chiqarish omillari hajmiga va texnologiyalarga bog'liq va narxlar darajasiga bog'liq emas;
- ishlab chiqarish omillari va texnologiyalarda o'zgarish sekinlik bilan ro'y beradi;
- iqtisodiyot to'liq bandlik sharoitida amal qiladi, ya'ni ishlab chiqarish hajmi potentsial darajaga teng;
- narxlar va nominal ish haqi o'zgaruvchan, ularning o'zgarishi bozorlarda muvozanatni ta'minlab turadi.

3. Oraliq kesma — ishlab chiqarish real hajmining o'sishi narxlar darajasining o'sishiga mos ravishda o'sib boradi. Nima uchun? Chunki, iqtisodiyotning pasayish holatidan to'liq bandlikka o'tishi notekis va turli vaziyatlarda ro'y beradi. Masalan, ayrim tarmoqlarda resurslarning yotishmasligiga duch kelinsa, boshqa tarmoqlarda hozircha ortiqcha resurslar mavjud bo'ladi. Shuningdek, ular ishlab chiqarishni kengaytirish uchun yangi asosiy vositalar sotib olish va malakasiz mutaxassislardan foydalanishiga to'g'ri keladi. Bu esa mahsulotlar birligiga ketadigan xarajatlarning oshishiga va natijada narxlar darajasining o'sishiga olib keladi.

Ishlab chiqarish hajmi ko'payishi yoki kamayishi narxga bog'liq bo'lmagan omillar hisobiga ham ro'y berishi, bu omillar esa yalpi taklif egri chizig'ini o'ng yoki chap tomonga siljitishi mumkin. Narxga bog'liq bo'lmagan omillarnig xususiyati shundaki, ular mahsulot birligiga ketgan xarajatlarga bevosita ta'sir qiladi va shu orqali

yalpi taklif egri chizig'ining siljishiga sabab bo'ladi.

Bu omillar quyidagilardan iborat

1. Resurslarga bo'lgan talabning o'zgarishi:

□ ichki bozordagi resurslar miqdorining kamayishi ularning narxining oshishiga olib keladi:

- er resurslari;
- mehnat resurslari;
- kapital;
- tadbirkorlik qobiliyatlari;

➤ valyuta kursining o'zgarishi sababli import resurslar narxlaridagi o'zgarishlar;

➤ bozordagi hukmronlik va monopoliya, OPEK tomonidan neft narxaning ko'tarilishi.

2. Ishlab chiqarish unumdorlikdagi o'zgarishlar .

3. Huquqiy me'yordagi o'zgarishlar:

➤ soliq va subsidiyalarning o'zgarishi;

➤ davlatning tartibga solish jarayonidagi o'zgarishlar, davlat tomonidan iqtisodiyotni tartibga solinishi oxiri oqibat ishlab chikarish xarajatlarini oshiradi.

Masalan, soliq turlarini ko'paytirilishi qo'shimcha buxgalterning xizmatidan foydalanishga majbur qilishi mumkin, ya'ni davlat tomonidan iqtisodiyotni yuqori darajada tartibga solinishi qog'oz ishini ko'paytiradi.

3. AD-AS modelida narxlar va milliy ishlab chiqarish real hajmining muvozanatli darajalari Narxlarning muvozanatli darajasi deganda shunday narx darajasi tushuniladiki, unda yalpi talab va taklif hajmi bir-biriga mos kelishi yoki teng bo'lishi kerak. Avvalo yalpi talab egri chizig'i va yalpi taklif egri chizigining oraliq kesmada mos kelishini ko'rib chiqamiz. Narxlarning muvozanatli darajasi va milliy ishlab chiqarish hajmining muvozanatli darajalari mos ravishda R_e va Y_e lar bilan belgilangan. Nima uchun R_e narxlarning muvozanatli darajasi va Y_e milliy ishlab chiqarishning muvozanatli darajasini bildirishini ko'rsatishimiz uchun narxlarning muvozanatli darajasi R_e emas, balki R_1 deb hisoblaymiz. Narxlar darajasi R_1 bo'lgan

vaziyatda korxonalar milliy ishlab chiqarish hajmini Y_1 miqdoridan oshirmaydi. Iste'molchilar narxlar darajasi R_1 bo'lganda mahsulotlarni Y_2 darajada sotib olishga tayyor turadi. $AD > AS$ bo'lganligi tufayli iste'molchilar o'rtasidagi raqobat narxlar darajasini R_e gacha suradi. Narxlar darajasining R_1 dan R_e gacha ko'tarilishi ishlab chiqarish hajmini Y_1 dan Y_e gacha oshirishga va iste'molchilarning talabini Y_2 dan Y_e gacha kamaytirishga olib keladi. Va bu AD , AS to'g'ri chiziqlari e nuqtada kesishadi. Demak, aynan R_e narx narxlarning muvozanatli darajasi va e muvozanat nuqtasidir.

R

AS

chizma. Yalpi taklif egri chizig'ining oraliq kesmadagi muvozanat

chizmada yalpi talab egri chizig'i yalpi taklif egri chizig'ini Keynes kesmasida kesib o'tadi. Bunday vaziyatda narxlar darajasi hech qanday ahamiyatga ega emas. Buni tushunish uchun avvalo milliy ishlab chiqarishning muvozanatli hajmini Y_e va muvozanatli narxlar darajasini R_e bilan belgilaymiz.

Muvozanatli ishlab chiqarish hajmi aynan Y_e ekanligini isbotlash uchun bu hajmni Y_1 deb hisoblaymiz. U xolda $AD < AS$, oqibatida sotilmay qolgan tovarlar va xizmatlar hajmining ortishi ishlab chiqarishni Y_e darajaga pasaytirilishiga olib keladi. Muvozanatli ishlab chiqarish hajmini Y_2 deb hisoblagan, aksincha, $AS < AD$ oqibatda korxonalarda tovar zaxiralari kamayib ularni ishlab chiqarishni Y_e darajaga oshirishga undaydi. Shunday qilib aynan jami taklif va jami talabning kesishish nuqtasigina $AD-AS$ modelda muvozanat nuqtasi va shu nuqtaga mos keluvchi ishlab chiqarish hajmi esa milliy ishlab chiqarishning muvozanatli hajmi deyiladi.

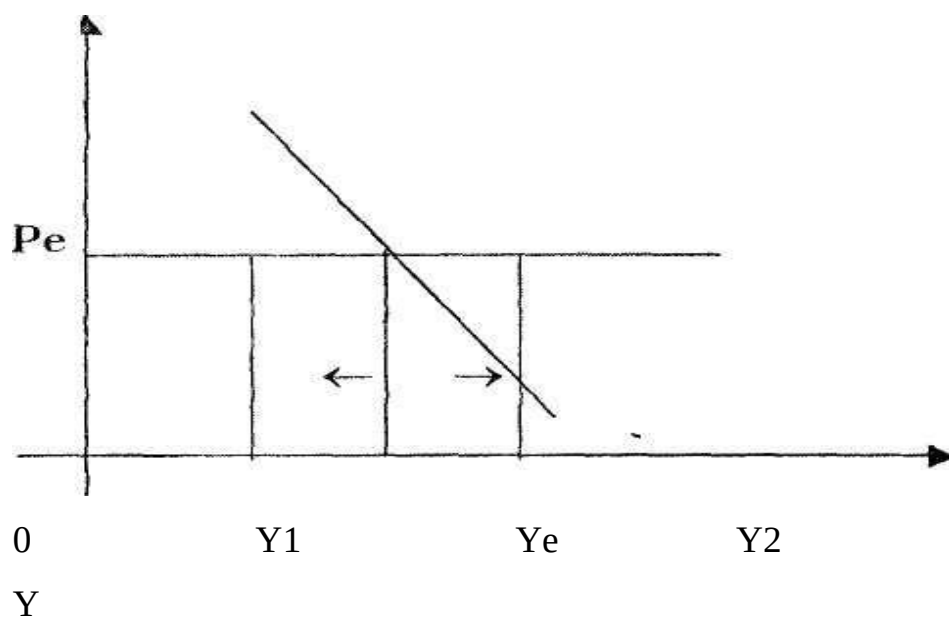
Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, yalpi taklif egri chizig'ining keyns kesmasida yalpi talabning o'zgarishi ishlab chiqarish hajmining oshishi yoki kamayishiga olib keladi, narxlar darajasi esa o'zgarmaydi.

Yalpi talab egri chizig'ini AS egri chizig'ining vertikal kesmasida o'zgarsa bu ishlab chiqarish hajmiga ta'sir ko'rsatmaydi va faqat narxlar darajasi o'zgaradi, xolos. Ya'ni, bu kesmada talabning oshishi talab inflyatsiyasini keltirib chiqaradi. Yalpi taklifning bu kesmasida talabning har qanday o'zgarishi faqat narxlar darajasi o'zgarishga olib keladi. Ishlab chiqarish hajmi esa to'liq bandlik sharoitida o'zgarmay

qoladi.

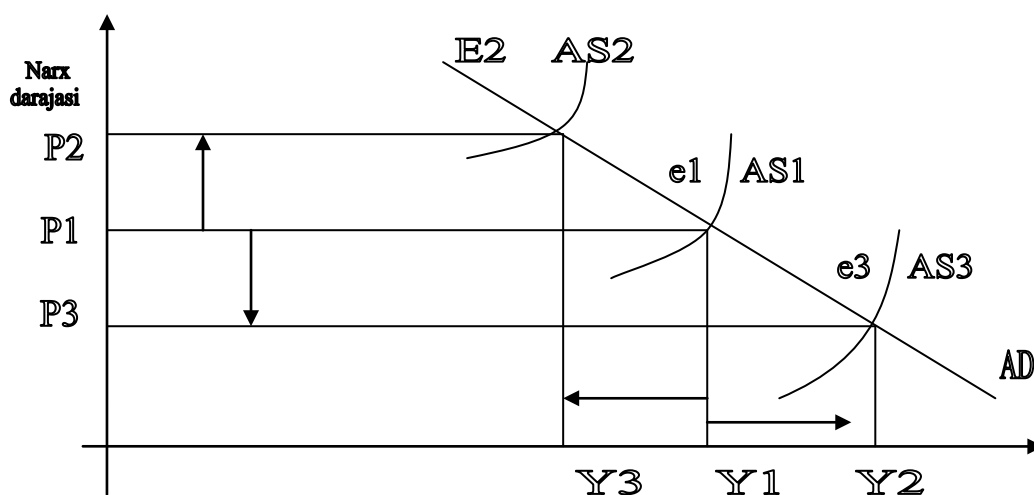
Oraliq va vertikal kesmalarda narxlar o'sib borishi bilan kuzatilgan yalpi talabning ko'payishi talab inflyatsiyasi mavjudligini ko'rsatadi.

Yalpi taklifning o'zgarishi muvozanat narxlar darajasiga va milliy ishlab chiqarish xajmining muvozanat darajasiga qanday ta'sir ko'rsatishini ko'rib chiqamiz.



chizma. Yalpi taklif egri chizig'ining keyns kesmasidagi muvozanati

Yalpi taklif o'zgarishining narxlarning va ishlab chiqarishning muvozanatli darajasiga ta'sirini 6-chizma misolida ko'rib chiqamiz. Narxdan boshqa omillar ta'sirida yalpi taklifning AS_1 dan AS_2 ga siljishi natijasida ishlab chiqarish xajmi Y_1 dan Y_2 gacha kamayadi, narxlar darajasi esa R_1 dan R_2 gacha ko'tariladi, ya'ni stagflyatsiya ro'y beradi.



12-chizma. Yalpi taklif o'zgarishining ta'siri

Boshqa bir vaziyatda, masalan, narxlarga bog'liq bo'lmagan omillardan birortasi o'zgarib, yalpi taklifning o'zgarishiga olib kelsin. Ya'ni, urning narxi pasaysa, korxonalardan olinadigan soliqlar kamaysa va bular natijasida mahsulot birligiga ketgan sarf-xarajatlar qisqarsa, unda jami taklif egri chizig'i AS_1 dan AS_3 holatga siljiydi. Bunda narxlar muvozanat darajasi R_1 dan R_3 ga qadar pasayadi va ishlab chiqarishning muvozanatli hajmi Y_1 dan Y_3 qadar oshadi, ya'ni, iqtisodiy o'sish holati ro'y beradi.

Xulosa

Yalpi talab – yalpi taklif modeli (AD-AS modeli) iqtisodiyotdagi muvozanatni tushunish va boshqarish uchun muhim nazariy asos hisoblanadi. Ushbu model orqali iqtisodiy o'sish, inflyatsiya va ishsizlik kabi jarayonlarni tahlil qilish hamda davlat siyosati vositalari yordamida ularga ta'sir ko'rsatish mumkin. AD-AS modelining klassik va keynsian yondashuvlari iqtisodiy holatga qarab turli strategiyalarni qo'llash zaruratini ko'rsatadi. Shunday qilib, mazkur model iqtisodiy barqarorlik va samarali boshqaruv uchun asosiy vositalardan biri sifatida ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Pirnazarovna, U. Y. (2024). LABOR RESOURCES-INVALUABLE ASSETS. International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING, 4(2), 443-446.

2. Pirnazarovna, U. Y. (2024). THE THEORETICAL FRAMEWORK FOR MUSEUM TOURISM DEVELOPMENT. International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING, 4(2), 355-358.
3. Pirnazarovna, U. Y. (2024). THE IMPACT OF MUSEUM TOURISM ON ENHANCING QUALITY OF LIFE. International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING, 4(2), 359-363.
4. Pirnazarovna, U. Y. (2023). Service Provision and Standard of Living of the Population; Interdependence. Information Horizons: American Journal of Library and Information Science Innovation (2993-2777), 1(10), 25-27.
5. Pirnazarovna, U. Y., & Ismatjonovna, U. M. (2023). SOCIO-ECONOMIC IMPORTANCE OF THE SERVICE SECTOR. JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE, 2(6), 1-6.
6. Pirnazarovna, U. Y. (2023). THE ROLE OF THE SERVICE SECTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY. American Journal of Business Management, Economics and Banking, 12, 20-25.
7. Pirnazarovna, U. Y. (2023). Factors Affecting the Level of Population. Miasto Przyszłości, 34, 180-186.
8. Pirnazarovna, U. Y., & Bakhodirovich, E. D. (2022). THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION AND THE SERVICE SECTOR. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 10(4), 705-709.
9. Pirnazarovna, U. Y. (2020). The role of tourism in shaping the quality and standard of living of the population. Academy, (2 (53)), 13-15.
10. Pirnazarovna, U. Y. (2019). The development of service sector is an important factor in creating new jobs and ensuring employment. Academy, (12 (51)), 32-38.
11. Pirnazarovna, U. Y., & O'G'Li, A. S. H. (2019). The role of tourism services on raising the living standards of the population. Вопросы науки и образования, (18 (65)), 27-30.

12. Urumbaeva, Y. P., & Raximberdiyev, T. (2023). COMPREHENSIVE ANALYSIS OF POPULATION INCOME LEVELS. JOURNAL OF ECONOMY, TOURISM AND SERVICE, 2(11), 8-14.
13. Urinboeva, Y. P., Khasanovna, D. D., & Shodmonovna, S. C. (2021). THEORETICAL APPROACHES TO THE FORMATION OF LIVING STANDARDS AND SERVICES OF THE POPULATION. International journal of trends in commerce and economics, 11(1).
14. Urunbayeva, Y. P. (2019). THE ROLE OF THE SERVICE INDUSTRY IN THE FORMATION OF POSTINDUSTRIAL SOCIETY. In Colloquium-journal (No. 26-8, pp. 11-15). Голопристанський міськрайонний центр зайнятості= Голопристанский районный центр занятости.
15. Umirzakova, M. I., & Baratova, M. I. (2021). THE ESSENCE OF THE SERVICE SECTOR AND THE SOCIO-ECONOMIC SIGNIFICANCE OF RAPID DEVELOPMENT TODAY. Экономика и социум, (11-1 (90)), 591-597.
16. Урунбаева, Ю. П. (2023). АҲОЛИ БАНДЛИГИНИ ОШИРИШДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИНГ ЎРНИ. FINLAND" MODERN SCIENTIFIC RESEARCH: TOPICAL ISSUES, ACHIEVEMENTS AND INNOVATIONS", 14(1).
17. Урунбаева, Ю. П., Ҳимматова, Б. Б., & Уралов, Ш. А. (2019). АҲОЛИ БАНДЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ЎРНИ. In МОЛОДОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ (pp. 472-475).