

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA MAXSUS
TA’LIM VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

«Kasb-hunar ta’lim» kafedrası

РЕФЕРАТ

**Mavzu: TALAB VA TAKLIF NAZARIYASI.
BOZOR MUVOZANATI**

Bajardi: Berdiboyev B. KTB-112 guruh

Ilmiy rahbar: dots. Kamilova N.A

S A M A R Q A N D – 2013

Mavzu: Talab va taklif nazariyasi.
Bozor muvozanati

Reja:

I-Kirish.

II-Asosiy qism.

1. Talab tushunchasi. Talab qonuni. Talab o'zgaruvchanligi va unga ta'sir etuvchi omillar.

2. Taklif tushunchasi. Taklif qonuni. Taklif o'zgaruvchanligi va unga ta'sir etuvchi omillar.

3. Talab va taklifning muvofiq kelishi. Xususiy va umumiy muvozanat. O'zbekistonda bozor muvozanatini ta'minlash.

Xulosa.

Foydalanilgan adabiyotlar:

Ilova.

KIRISH

O'zbekiston Respublikasi Prezidentimiz I.A.Karimov tomonidan ishlab chiqilgan o'zining mustaqil taraqqiyot yo'liga asoslangan holda bozor iqtisodiyotiga to'la ishinch bilan o'tib bormoqda. Mustaqillikning 19 yillik davri davomida milliy xo'jaligimiz iqtisodiy jihatdan mustahkamlanib inqiroz holatidan chiqarildi va ko'pgina sohalarida barqaror o'sishga erishildi. Bozor mexanizmlarining tarkibiy qismlari qaror topdi va uning infratuzilmalari vujudga keltirildi, hozirgi kunda esa iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish, iqtisodiyotni har taraflama erkinlashtirish amalga oshirilmoqda. Eng muhimi shu davr ichida milliy istiqlol g'oyasi va mafkurasi shakllanib kishilarimiz ongiga singib bormoqda¹.

Prezidentimiz I.A.Karimovning asarlaridan, nutqlari va turli yig'ilishlarida qilgan ma'ruzalardan bizga shu narsa ma'lum bo'lib turibdiki, erishilgan yutuqlar bilan bir qatorda bugungi kunda o'z yechimini topmagan muammolar, hal qilinishi lozim bo'lgan vazifalar ham mavjud. Ko'pgina korxonalarning zarar ko'rib ishlayotganligi, ularning moliyaviy ahvoli qiyinlashib bankrotga uchrayotganligi, mayda va o'rta tadbirkorlarning, mulkdorlar sinfining sekin shakllanayotganligi, qishloqda iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish qiyinchiliklari, tovar, xizmat hamda kapital eksportining sekin o'sayotganligi va boshqalar shular jumlasidandir.

“Milliy boylikni ko'payishini, respublikaning mustaqilligini, odamlarning munosib turmush ish sharoitlarini ta'minlaydigan qudratli barqaror va jo'shqin rivojlanib boruvchi iqtisodiyotni barpo etish” kabi buyuk vazifa turganligini bunday iqtisodiyot I.Karimov aytganlaridek, strategik maqsadimiz bo'lgan huquqiy demokratik davlat va fuqarolik jamiyatini barpo qilishning asosi ekanligini e'tiborga olsak, iqtisodiy muammolarimiz naqadar ko'pligi va murakkabligi yanada ayon bo'ladi².

Ana shu masalalarni hal qilish, ularning yechimini izlab topish, xususiyatlarini tushunish bozor va bozor iqtisodiyoti munosabatlarining

¹ I.A.Karimov Milliy istiqlol mafkurasi – xalq e'tiqodi va buyuk kejakka ishonchdir. Toshkent 2000 yil “Fidokor”.

² I.A.Karimov “O'zbekiston – bozor munosabatlariga o'tishning o'ziga xos yo'li” Toshkent 1992 yil “O'zbekiston”.

mazmunini, ularning talablari va qonun-qoidalarini, iqtisodiy islohotlarning maqsad va mohiyatlarini chuqurroq bilishlariga bog'liqdir.

2011 yil 21 yanvarda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2010 yilda respublikani ijtimoiy – iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yil iqtisodiy dasturining eng muhim ustuvor vazifalariga bag'ishlangan majlisida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning ma'ruzasida mamlakatimizda tanlangan iqtisodiy rivojlanishning o'z modeli va uning tamoyillari asosida ishlab chiqilgan, chuqur va har tomonlama o'ylangan mamlakatni isloh qilish va modernizatsiyalashning tadrijiy dasturi izchil amalga oshirilishi jahon moliyaviy – iqtisodiy inqirozining O'zbekiston iqtisodiyoti, uning moliya va bank tizimiga salbiy ta'sirini sezilarli darajada kamayishini imkonini berganligi qayd etildi³.

2010 yil yakunlariga ko'ra, mamlakatning yalpi ichki mahsuloti 8.5 foizga, sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 8.3 foizga, qishloq ho'jalik mahsulotlarini yetishtirish hajmi 6.8 foizga, qurulish ishlari hajmi 8.1 foizga chakana tovar aylanmasi 14.7 foizga pullik xizmatlar 13.4 foizga ko'paydi. Davlat byudjeti yalpi ichki mahsulotga nisbatan 1.3 foiz miqdorida profisit bilan ijro etildi.

³ I.A.Karimovning 2011 yil 21 yanvarda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2010 yilda Respublikani ijtimoiy – iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yil iqtisodiy dasturining eng muhim ustuvor vazifalariga bag'ishlangan majlisidagi ma'ruzasi "Xalq so'zi" gazetasi 2011 yil 22 yanvar soni.

1. Talab tushunchasi. Talab qonuni. Talab o'zgaruvchanligi va unga ta'sir etuvchi omillar.

Insonlar hayotida turli ehtiyojlar paydo bo'ladi. Bular moddiy, ma'naviy va ijtimoiy ehtiyojlardir. Ehtiyojlar jamiyat taraqqiyotining mahsulidir. Ehtiyojlarning xarakteri, tuzilishi va ularni ta'minlash uslublari ishlab chiqaruvchi kuchlarining taraqqiyot darajasi, fan-texnika taraqqiyoti, ijtimoiy tuzumning xususiyatlariga bog'liqdir. Ehtiyojlar ichida moddiy, iqtisodiy ehtiyojlar muhim bo'lib, ular ishlab chiqarish faoliyati bilan chambarchas bog'liq bo'lib, unda ishlab chiqarish ehtiyojlarining shakllanishi va taraqqiyotida asosiy rol o'ynaydi.

Insonlar ehtiyoji, ularning iste'molini qondirish borasidagi talabga aylanadi. Talabning asosi ehtiyojdir. Bozor pul bilan ta'minlanmagan ehtiyojga ahamiyat bermaydi. Demak, har qanday tovarga yoki xizmatga tug'ilgan ehtiyoj, albatta, sotib olish quvvatiga ega bo'lishi lozim. ***Pul bilan ta'minlangan ehtiyoj talabga aylanadi va xaridorlarning u yoki bu tovarni sotib olishga tayyorligini bildiradi***⁴. Bozorda xaridorlar u yoki bu tovarga talab bilan, sotuvchilar esa, tovar taklifi bilan o'zaro uchrashadilar.

Talab-bu, zarur tovarlar va xizmatlar miqdori bo'lib, to'lovga qobil ehtiyojdir.

Talab tovarni sotib olishga tayyor xaridor holatini namoyon etadi. Talab, eng avvalo o'z hajmiga ega. Bozorning bir tovarga bo'lgan talab hajmi-bu xaridorlarning ma'lum bir davrda biror turdagi tovarlarning muayyan miqdorini sotib olish xohishlaridir. Talab hajmi mazkur mahsulot bahosiga va boshqa ta'sirlarga bog'liqdir. Masalan, xaridor daromadi, didi, boshqa tovarlar baholari va boshqalar.

Bozorda talab qonuni namoyon bo'lib, u tovarning bozor bahosi bilan unga bo'lgan talab miqdori o'rtasidagi aloqaning teskari bog'liqligini ifodalaydi. Agarda ma'lum bir tovarning bahosi pasaysa, mazkur tovarga bo'lgan talab ortadi. Agarda, tovarning bahosi ortsa, u holda mazkur tovarga bo'lgan talab ozayadi. Demak,

⁴ A.O'lmasov. Iqtisodiyot asoslari. Toshkent "Mehnat" 1997 y.

tovarning bahosi va unga talab miqdori o'rtasida qarama-qarshi munosabat mavjuddir.

Talab qonuni tubandagi uch sharoitda amal qilmaydi. Chunonchi, ***avvalo***, tovarlar baholarining o'sishi kutilishi munosabati bilan talabning o'ta kuchayishi sharoitida; ***ikkinchidan***, pulni joylashtirish maqsadida qimmatbaho oltin, antikvariat kabi kamyob tovarlarga munosabatda; ***uchinchidan***, talabning bir tovardan ikkinchi sifatli tovarga kuchayishi sharoitida, talabning avvalgi muayyan bir turdagi, ma'lum sifatli va baholi tovardan yanada sifatliroq va qimmatroq tovarga kuchayishidir.

Talab qonuni birinchi marotaba frantsuz olimi Kurno tomonidan ifodalangan. Olim baho va talab munosabatlarini matematik usulda yechishga harakat qilib, talab qonuni baho vazifasining qisman ifodalanishini, talabning kamayishi jarayonini, ya'ni baho ko'tarilishi bilan talab pasayishini ko'rsatib bergan edi. Bunday fikrda jon bor va baho ko'tarilishi bilan talab kamayib, tovarlarni sotib olish uchun intilish susayishining yuz berishi ma'lum narsa.

Talabning bahoga bog'liqligi va unga qarab o'zgarishi talab qonunining mazmunini bildiradi. Umuman, aytganda, talab qilinadigan tovarlar bilan baho o'rtasidagi bog'liqlik talab qonuni ta'sirida yuz beradi. O'z navbatida, talab bahoga ta'sir o'tkazadi, ya'ni talabning ko'payishi bahoni ko'taradi va aksincha, talabning pasayishi bahoni pasaytiradi. Chunki busiz bozor muvozanati yuzaga kelmaydi.

Talab iste'molchi-xaridorning bozordagi harakatini ifodasi bo'lgani tufayli iste'molning reallashuvi talab qonuni ta'siriga bog'liqdir. Chunki, bunda iste'molchining daromadi, didi, istagi ro'yobga chiqishi kerak. Haqiqatdan ham talab o'sar ekan, xaridor ko'proq tovar sotib olish, ko'proq xizmatlardan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bunga o'rinbosar tovarlar xaridi ham ta'sir ko'rsatadi.

Bozordagi talab elastik (o'zgaruvchan) bo'ladi. Bu hodisa talab qonuni bilan izohlanadi.

Talab qonuni bozordagi talab tovarlarning narxiga nisbatan teskari mutanosiblikda o'zgarishini bildiradi.

Talab qonuni narx darajasi bilan talab miqdorining teskari mutanosiblikda bog'liqligini ko'rsatadi. Uni

$$Tq1G'V*Q$$

formulasi bilan ifoda etish mumkin.

Bunda T- talab, Q- tovar miqdori, V-tovar narhi.

Talab qonuniga asosan, narx oshsa, talab miqdori qisqaradi, narx pasaysa, aksincha talab ortadi.

Talab qonuni talab bilan narx o'rtasidagi miqdori bog'liqlik borligidan dalolat beradi, bu bog'lanish mutlaq emas, talabga narxdan tashqari boshqa omillar ham ta'sir etadi. Agar narx talabni qisqartirsa, boshqa omillar uni oshirishi mumkin yoki aksincha.

Talab qonuni amal qilgan sharoitda narx talab elastikligini (o'zgaruvchanligini) yuzaga keltiradi.

Narxning o'zgarishiga nisbatan talabning o'zgarish darajasi talabning elastikligi deyiladi.

Elastiklik narx bilan talab o'rtasidagi bog'liqlikning miqdoriy ko'rinishi hisoblanadi. Agar narxga nisbatan talab kuchliroq o'zgarsa talab elastik hisoblanadi. Bordi-yu, narxga nisbatan talab sustroq o'zgarsa, noelastik talab mavjud bo'ladi. Talabning bu ikki turini elastik koeffitsienti (***Ek***) orqali bir-biridan ajratish mumkin. Bu koeffitsientni topish uchun narx va talabning miqdoriy o'zgarishlari taqqoslanadi:

Tb (foiz hisobida talabning o'zgarishi)

Ek. q -----

V (foiz hisobida narxning

o'zgarishi)

Talab elastik bo'lishi uchun ushbu koeffitsient birdan ortiq ***Ek.>1*** bo'lishi kerak. Agar u birdan kichik bo'lsa ***Ek.<1*** talab noelastik hisoblanadi.

Masalan, narx 20% pasaydi, bunga javoban talab 32% oshdi. Bunda elastik talab mavjud, chunki

$$Ek. q Tb : V q 32:20 q1,6$$

Demak, *Ek. q1,6* yoki birdan ortiq, ya'ni *Ek.>1*

Talab qonuni ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchi manfaatini, foyda topish bilan bozorni to'ydirib, farovonlikni ta'minlashni uyg'unlashtiradi.

Talabning o'zgarishiga quyidagi omillar ta'sir ko'rsatadi:

1) ***Iste'molchilar xohish-istagi.*** Aholining milliy urf-odatlarini, an'analari, yashayotgan makonining tabiiy iqlim sharoiti, madaniyat darajasi va ular bilan bog'liq xaridorlar xohish-istagi, muayyan sharoitdagi moda ta'siri talabni vujudga keltiradi. Kiyim tayyorlanayotgan xom-ashyoning o'zgarishi, tikilayotgan kiyim texnologiyasi, modelining o'zgarishi kabilar ta'sirida ma'lum bir tovarlarga talab o'zgaradi. Natijada, yangi turdagi tovarlarga talab kuchayadi;

2) ***Aholi tarkibidagi o'zgarishlar.*** Aholi tarkibi o'ziga xos talabni shakllantiradi. Hozirgi O'zbekistonda aholi tarkibida 15 yoshgacha bolalar katta salmoqqa ega. Agar keksalar, qariyalar ko'paysa, meditsina xizmati kabi tovarlarga talab o'sadi. Bu holda avvalgi, yoshlar salmog'i ko'p bo'lgan sharoitdagi talab, albatta, o'zgaradi;

3) ***Aholi pul daromadlarining o'zgarishi.*** Aholi pul daromadlarining o'sishi tovarlarga miqdoriy talablarning ko'payishigagina olib kelmay, mebel televizor, maishiy xizmat jihozlari va texnikasi hamda yuqori sifatli oziq-ovqatlarga bo'lgan talabni kuchaytiradi. Agar aholi pul daromadlarining o'zgarishi asosida iste'mol tuzilishida o'zgarish bo'lib, ular ish haqlarining 14% dan ko'p qismiga oziq-ovqat xarid qilinsa, u holda arzon oziq-ovqatlarga talab kuchayib, sifatli uy-ro'zg'or tovarlariga talab pasayadi. Bu mamlakat esa kambag'al deb e'tirof etiladi;

4) ***O'rnini bosuvchi tovarlar bahosining o'zgarishi.*** Masalan, saryog' bahosining o'zgarishi margarinning bahosini o'zgarishiga olib keladi. Saryog' bahosining o'sishi uni o'rnini bosuvchi margaringa bo'lgan talabning ko'payishiga olib keladi.

5) ***Bir birini to'ldiruvchi tovarlar bahosining o'zgarishi.*** Bozorda benzin bahosining ko'tarilishi avtomobillarga bo'lgan talabni qisqarishiga yoki kamroq benzin iste'mol qiluvchi avtomobillarga talabni ortishiga olib keladi. Yoki

fotoplyonka narxining o'sishi uni ishlatish uchun zarur to'ldiruvchi fotoapparatlarga bo'lgan talabni ma'lum darajada kamayishiga olib keladi;

6) **Bozor miqyoslarini.** Ma'lumki, bozorlar o'z ko'lamiga binoan mahalliy, regional, milliy va jahon bozorlariga bo'linadi. Bozor miqyoslari qanchalik kattalashsa, ma'lum tovarlarga bo'lgan talab shunchalik o'sadi, talab ham o'z navbatida o'z hajmini kuchaytiradi;

7) **Pulning qadrsizlanishining kutilishi bo'yicha shov-shuvlar** insonlar o'rtasida ma'lum tovarlarga talabni kuchaytiradi. O'tish davrida talab hajmini aniqlash va u to'g'risida ma'lum bir hisob-kitoblar qilish juda murakkab va qiyindir.

8) **Reklama ham talab darajasiga ta'sir qiladi.** Radio, televidenie, matbuotdagi reklamalar hamda tovarning yuqori sifatli va xaridorni jalb etuvchi shaklda o'ralishi, qadoqlanishi, jilo berilishi hamda uning muayyan afzalliklari va qayerda sotilishi kabi axborotlar mazkur tovarga talabni kuchaytiradi.

Talabning tuzilishi yuqoridagi omillardan tashqari yana bir necha sabablarga ham bog'liq bo'ladi. O'tish davri iqtisodiyotida talabning tuzilishi murakkab bo'lib, uni to'la aniqlash juda qiyindir. Tanqislik, pulning qadrsizlanish darajasining yuqoriligi natijasida aholi imkoniyati boricha o'z mablag'larini, ko'pincha, oziq-ovqat zahiralarini to'plash uchun sarf qiladi. Natijada, talab tuzilishi soddalashadi.

Talabni o'zgartirish uchun nafaqat narxga, balki daromadga ham e'tibor berish darkor. Daromad kam bo'lsa talab qisqaradi, bozor torayib, ishlab chiqarish o'smay qoladi, natijada tadbirkorlar foyda ola bilmaydilar. Iqtisodiyotning o'sish sharti daromadni ko'paytirishdir. Binobarin, tadbirkorlar ishchi va xizmatchilarni yaxshi daromad bilan ta'minlasalar, ularning ishi yurishadi.

Ilg'or, rivojlangan bozor iqtisodiyoti sharoitida esa talab, asosan, sifatli oziq-ovqatlar va boshqa mahsulotlarga o'smoqda.

Bundan tashqari xaridor bozorda tovar yoki xizmat sotib olayotganda mazkur tovarning unga kanchalik foyda yoki naf keltirishini hisobga olib xarid qiladi. ***Tovarning nafligi uni iste'mol qilishda xaridor oladigan qoniqishdir***⁵.

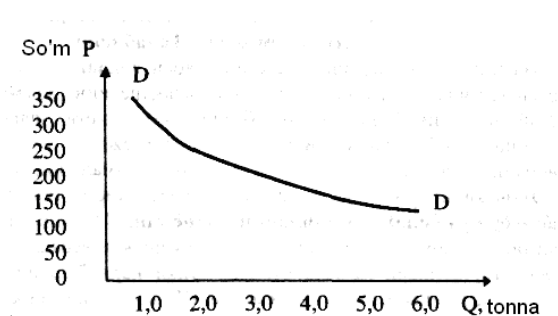
Lekin, bozor iqtisodiyotida tovar nafligining kamayib borishi qonuni bor, unga ko'ra har bir xarid qilingan keyingi tovarni iste'mol qilishdan olingan qoniqish pasayishga moyil bo'ladi, chunki iste'mol darajasi oshgan sari undan tuyinish hosil bo'ladi.

Masalan, zo'r ishtaha bilan tanovvul qilingan taom bora-bora xaridorga keltiradigan nafini kamaytirib boradi va undan tuyinish hosil bo'ladi. Shunda xaridor xohish-istaglari va didi o'zgarib boradi yoki avvalgi tovarga bo'lgan talab so'nadi.

Naflikning pasayish qonuni shuni ko'rsatadiki, ishlab chiqaruvchi o'z mavqeini saqlab qolish uchun bozorning tuyinishini hisobga olib, nafligi yuqori bo'lgan yangi tovarlarni bozorga ko'plab chiqarib turishi kerak. Shundagina ishlab chiqaruvchi o'z mahsulotlarini bozorda sotish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Xulosa qilib aytsak, talab qonuni ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchi manfaatini, foyda olish va bozorni tuyintirish orqali aholi farovonligi ta'minlanishini uyg'unlashtiradi.

Tovar narxi va uning harid qilinadigan miqdori (talabning) o'rtasidagi teskari bog'liqlikni oddiy ikki o'lchamli grafikda ham tasvirlash mumkin: yotiq chiziq talab miqdorini, tik chiziq narxni ko'rsatadi (7.1-chizma).



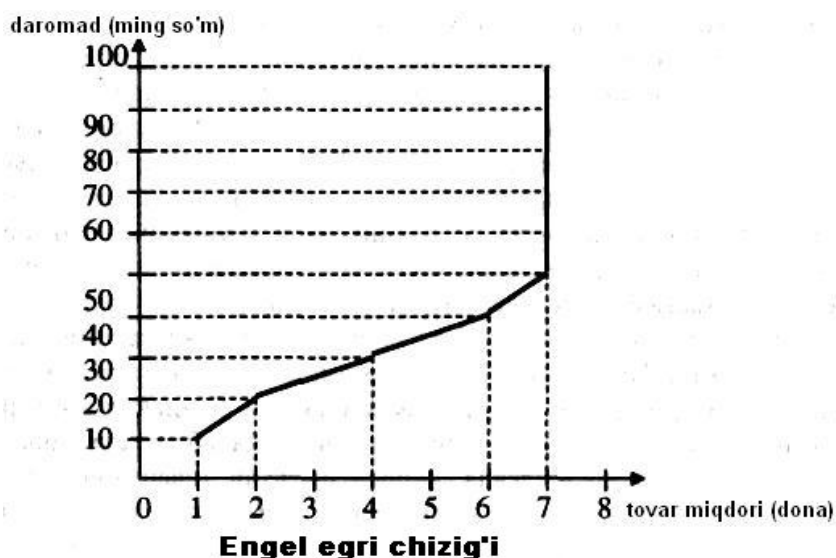
7.1-chizma. Talab egri chizig'i

⁵ M.Rasulov. Bozor iqtisodiyoti asoslari. Toshkent "O'zbekiston"1999 y.

Grafikdagi DD chiziq narx va talab hajmi o'rtasidagi teskari bog'liqlikni tasviri aks ettiradi.

Grafikdagi har bir nuqta tovarning aniq narxi va iste'molchi shu narxda sotib olishi mumkin bo'lgan tovar miqdorini ko'rsatadi.

Chizmadan ko'rinadiki, iste'molchining bir oylik daromadi 10 ming so'mdan 20 ming so'mga oshganda, u sotib olgan mahsulot miqdori 1 donadan 2 donaga, 20 ming so'mdan 30 ming so'mga oshganda 2 donadan 4 donaga oshmoqda. Daromadlarning keyingi o'sishi bilan tovarlar sotib olish hajmining o'sishi sekinlamoqda: 30 ming so'mdan 40 ming so'mgacha - 4 donadan 6 donagacha, 40 ming so'mdan 50 ming so'mgacha - 6 donadan 7 donagacha. Daromadning bundan yuqori darajalarida esa sotib olish hajmining o'sishi butunlay to'xtagan (daromadning 60 ming so'm va undan yuqori darajalarida mazkur tovarning 7 donasi sotib olinmoqda).



Engel egri chizig'i iste'molchilar pul daromadlari o'zgarishining talabga qanday ta'sir qilishi to'g'risida axborot beradi. Bu axborot tovar ishlab chiqaruvchilar uchun o'z tovarlarining mumkin bo'lgan sotish hajmi va bozor kon'yunkturasini baholashda muhim ahamiyat kasb etadi.

4. O'zaro bog'liq tovarlar narxi o'zgarishining talabga ta'sirini o'rganishda ularni ikki guruhga ajratish maqsadga muvofiq bo'ladi:

- 1) o'zaro bir-birini almashtiruvchi yoki o'rinbosar tovarlar;
- 2) o'zaro bir-birini to'ldiruvchi tovarlar.

O'zaro bir-birini almashtiruvchi tovarlardan birining narxini o'zgarishi bilan boshqasiga bo'lgan talabning o'zgarishi to'g'ri bog'liqlikda bo'ladi. Masalan, sariyog' narxining oshishi margaringa bo'lgan talabning ortishiga olib keladi. Sariyog' narxining pasayishi esa margaringa bo'lgan talabni kamaytiradi.

O'zaro bir-birini to'ldiruvchi tovarlardan birining narxini o'zgarishi bilan boshqasiga bo'lgan talabning o'zgarishi teskari bog'liklikda bo'ladi. Masalan, agar avtomobilning narxi oshsa, benzinga bo'lgan talab qisqaradi. Aksincha, avtomobilning narxi tushsa, benzinga bo'lgan talab oshadi.

2. Taklif tushunchasi. Taklif qonuni. Taklif o'zgaruvchanligi va unga ta'sir etuvchi omillar. Talabni qondirish uchun zarur bulgan yana bir iqtisodiy kategoriya - taklifdir. Talab bor joyda taklif ham paydo bo'la boshlaydi. Chunki ma'lum ehtiyojlarni qondirish uchun odamlar mehnat ya'ni ishlab chiqarish jarayoni orqali hayot uchun zaruriy ne'matlar ishlab chiqara boshlaydilar. Taklif ishlab chiqarilgan va muayyan vaqtda bozorga ma'lum bahoda sotish uchun xaridorlarga tavsiya etilayotgan tovarlar va xizmatlar miqdoridir.

Bozorda taklif qonuni amal qiladi. Taklif qonuniga muvofiq barcha omillar teng bo'lgan sharoitda taklif bahoning o'zgarishiga binoan o'zgaradi. Demak, tovar bahosining o'sishi taklifni ko'paytiradi va aksincha, tovar bahosining pasayishi taklif etilayotgan tovarlar miqdorini kamaytiradi. Taklif qonuniga muvofiq ma'lum tovarlar bahosining ortishi bilan ishlab chiqaruvchilar foyda olish uchun mazkur tovarlar yoki xizmatlarni ko'plab yaratadilar. Natijada taklif ortadi. Tovarlar va xizmatlar miqdorining o'sishi taklifning ortishiga hamda talabning pasayishi bilan bahoning ham pasayishiga olib keladi.

Taklif talabga qarab o'zgarib turadi. Uning o'zgarishini taklif qonuni izohlaydi.

Taklif qonuni taklifning miqdori narxga nisbatan to'g'ri mutanosiblikda o'zgarishini ifodalaydi.

Agar narx talabga teskari ta'sir etsa, taklifga rag'batlantiruvchi ta'sir ko'rsatadi. Taklif qonuni quyidagi formula orqali ifodalanadi:

$$Tf = Q \cdot V$$

Tf-taklif, **Q**-tovarlar miqdori, **V** -tovarlar narxi.

Taklif qonuniga binoan narx qanchalik yuqori bo'lsa, taklif shunchalik ko'payadi va aksincha. Taklif g'onuni faqat narxning taklifga ta'sirini izohlaydi, unga boshqa omillar ta'sirini nazarda tutmaydi.

Taklif qonuni narx bilan tovar taklifi o'rtasidagi aloqadorlikni ko'rsatadi, bu bog'lanish taklifning elastikligi (o'zgaruvchanligi)da ifodalanadi:

Narx o'zgarishiga nisbatan taklifning o'zgarish darajasi taklif elastikligi deyiladi.

Taklifning o'zgarishi ko'pgina omillarga bog'liq. Taklif elastikligi koeffitsientini hisoblash uchun taklif va narx o'zgarishlari taqqoslanadi:

T_f (foiz hisobida taklifning o'zgarishi)

E_k q -----

V (foiz hisobida narxning o'zgarishi)

Agar taklifning o'zgarishi $T_f > V$ narxning o'zgarishi darajasidan (katta) bo'lsa, taklif elastik bo'ladi va elastiklik koeffitsienti birdan yuqoridir, ya'ni $E_k > 1$.

Masalan, tovar narxi 10% oshgani holda taklif 15% oshsa, elastik taklif paydo bo'ladi.

Bunda: $E_k q T_f : V q 15 : 10 q 1,5$ yoki $E_k > 1$

Taklifning elastikligi hamma tovarlarga xos emas, albatta. Shunday noyob, qaytadan yaratib bo'lmaydigan tovarlar borki, ularning narxi qanchalik oshmasin, baribir taklifi ko'paymaydi. Bular, yer osori antiqa buyumlari va san'at asarlarining narxi doimo oshib boradi, lekin ularning taklifi ko'paymaydi, chunki ular betakrordir.

Taklifning elastik bo'lishiga ishlab chiqarishning mavsumiy bo'lishi, tabiiy resurslarning mavjudligi ham ta'sir etadi. Paxta, g'alla yoki meva-sabzavot narxi oshganda, ularning taklifi ortishi uchun pishiqchilik mavsumi kelishi shart. Taklifning elastik bo'lishi uchun narx ortishiga javoban tovarni hozir ko'proq ishlab chiqarish imkoniyatlari bo'lishi zarur, ya'ni buning uchun korxonalarda qo'shimcha yoki to'la ishlatilmagan mashina-uskunalar, ishchilarni qo'shimcha ishga jalb etish, qo'shimcha xom-ashyo, yoqilg'i va energiya topish talab qilinadi.

Muayyan tovar bahosi sharoitida taklifga quyidagi omillar ta'sir etadi:

1) **Resurslar bahosi.** Tovar ishlab chiqarishda moddiy va mehnat resurslari iste'mol qilinadi. Taklifga ta'sir etuvchi bosh omil aynan ana shu ishlab chiqarish natijalaridir. Tovar ishlab chiqarish uchun moddiy va mehnat resurslari qanchalik kam xarajat qilinib, kam pul sarflansa, demak, tadbirkorlar belgilangan baholardan shuncha ko'p foyda oladilar. Demak, bunday sharoitda bozorda taklif ko'payadi. Resurslardan unumli foydalanishda ilmiy-texnika taraqqiyotining o'rni muhimdir.

Shu boisdan eng arzon va mehnat unumdorligi yuqori bo'lishini ta'minlaydigan resurslarning yaratilishi taklifning ortishiga olib keladi. Shunday qilib ilmiy-texnika taraqqiyotining o'sishi taklif ko'payishining muhim asosidir.

2) ***O'rnini bosuvchi va o'zaro to'ldiruvchi tovarlar bahosi darajasi.*** Iste'molchilar xarid qilayotgan tovarlar va xizmatlarning o'rnini to'ldiruvchi tovarlar va xizmatlar past baholarda taklif etilsa, avvalgi taklif etilayotgan tovarlar va xizmatlar kamayadi. Chunki muomaladagi tovarlar va xizmatlar o'rnini to'ldiruvchi arzonroq tovarlar va xizmatlar paydo bo'lishi taklifni o'zgartiradi.

3) ***Ma'lum bozorning monopoliya darajasi.*** Raqobatda tovar ishlab chiqaruvchilar soni bozorda qanchalik ko'p bo'lsa, tovarlarning monopol bahosi o'rniga talab va taklif qonuni asosida baho shakllanadi. Agar tovar va xizmatlar ko'rsatuvchi ishlab chiqaruvchilar muayyan bozorda monopol mavqeiga ega bo'lsalar, baholarni o'z xohish-istaklari bo'yicha ko'tarishga hamda yangi tovar ishlab chiqaruvchilarni bozorga kiritmaslikka harakat qiladilar. Bozorda, monopoliya darajasi qanchalik katta va uzoq davom etsa, baholarni o'z maqsadi yo'lida belgilaydi, talab ustidan "hukmronlik" qilishga harakat qiladi.

4) ***Resurslar egasining mehnat hajmi va sarf etilayotgan kapital hajmi.*** Tayyorlangan tovarlar va xizmatlarda resurslar egasining mehnat hajmi hamda sarflanayotgan kapital hajmlari qanchalik yuqori bo'lsa, ma'lum miqdorda monopol hukmronlik yuzaga keladi. Resurslar narxining oshishi tovar ishlab chiqarish hajmini kamaytiradi, taklif qisqaradi. Demak, resurslar egasi sarf qilayotgan kapital hajmi bilan mehnat hajmi qanchalik yuqori bo'lsa, taklif tabiiy resurslarga bo'lgan talabga ma'lum ma'noda tazyiq o'tkazishi mumkin.

5) ***Davlatning iqtisodiy siyosati.*** (Soliqlar va ularning turlari hamda miqdorlari; yordamlar va imtiyozlar darajasi; davlatning baholarni boshqarish darajasi; mehnat qonunchiligi; tabiatni muhofaza qilish tadbirlari darajasi va boshqalar);

6) ***Soliqlarning ortishi*** tovarlar va xizmatlar xarajatlarni ko'paytiradi. Bu o'z navbatida, taklifning qisqarishiga olib keladi. Soliqlar imkoni boricha muhim bo'lib, tadbirkorlikni rivojlantirishga yo'naltirilsa, albatta, taklif ko'payadi;

7) ***YOrdamlar va imtiyozlar tizimining amal qilishi*** tadbirkorlikning rivojlanishiga, tayyorlanayotgan tovarlar va xizmatlarni arzon yaratishga va demak, taklifning o'sishiga sabab bo'ladi;

8) ***Davlatning baholarni boshqarish tizimi va siyosati mavjudligi.*** O'zbekistonda isloxotlarni amalgi oshirishda davlat bosh islohotchi sifatida, albatta, bozor baholarini erkinlashtirishda katta rol o'ynamoqda. Avvalo, baholar bosqichma-bosqich erkinlashtirilmoqda. Davlat o'z tasarrufidagi ishlab chiqarish asosida eng zarur iste'mol tovarlarini yaratib, ayrim xususiy korxonalarining monopol mavqeiga ega bo'lishiga yo'l qo'ymaydi;

9) ***Mehnat qonunchiligi.*** O'zbekistondagi mehnat qonunchiligida, yollanma mehnatdan foydalanuvchi tadbirkorlar korxonalarida yollangan mehnatga to'lanadigan eng kam ish haqi va mehnat sharoiti davlat korxonasidan kam bo'lmasligi belgilangan.

10) ***Eksport va import.*** Mamlakatdagi eksport va import talab va taklifga katta ta'sir etadi. Eksport qanchalik ko'paysa, mamlakat ichki bozorida taklif qisqaradi. Import ko'paysa, mahalliy bozorda taklifning o'sishiga sabab bo'ladi.

11) ***Ishlab chiqarish texnologiyasi.*** Mukammal va yangi texnologiya resurslar qimmatlashgan sharoitda ham resurslarni tejashni ta'minlab, xarajatlarni kamaytiradi. Masalan, metall narxi 10% oshdi, ammo yangi texnologiya metall sarfini 12% qisqartirdi, demak, metall sarfi amalda 2% qisqaradi, bu xarajatni pasaytirib, foydani ko'paytirgani uchun taklif ortadi.

12) ***Tovar ishlab chiqaruvchilar soni.*** Ishlab chiqaruvchilar qanchalik ko'p bo'lsalar, ular shunchalik ko'p tovarlarni taklif etadilar, chunki ular ishlab chiqarishni kengaytirib, ko'proq daromad olishga intiladilar.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, talab va taklif qonunlarining namoyon bo'lishi bilan bozor yuzaga keladi va uning asosiy amal qilish mexanizmiga aylanadi.

Taklif narxlarning turli darajasida qancha miqdordagi mahsulotning sotishga chiqarilishini ko'rsatadi.

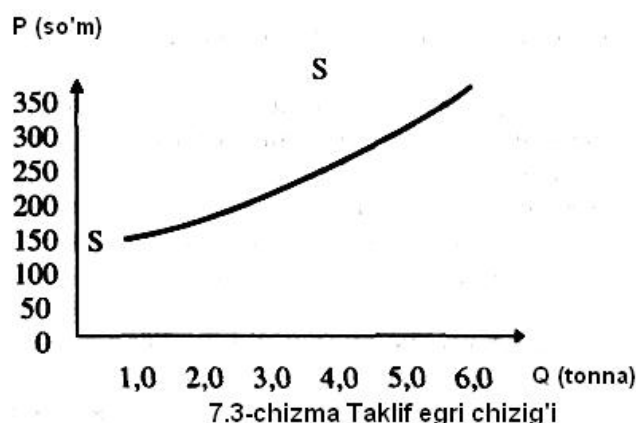
Narxning oshishi bilan shunga mos ravishda sotishga chiqariladigan tovarlar taklifi miqdori ham ortadi, narxning tushishi bilan taklif hajmi qisqaradi. **Narxning o'zgarishi bilan taklif etilayotgan tovar miqdorining to'g'ri bog'liqlikdagi o'zgarishi taklif qonuni deyiladi.**

7.2-jadval. Narx va taklif miqdori o'rtasidagi bog'liqlik.

1 kg un narxi (so'm)	1 oy davomida unning yakka taklifi miqdori	1 oy davomida unning bozor taklifi miqdori (tn)
350	60	6.0
300	50	5.0
250	30	3.0
200	20	2.0
150	10	1.0

Iste'molchi uchun narxning oshishi to'siq rolini o'ynasa, ishlab chiqaruvchi uchun rag'batlantirish vazifasini bajaradi.

Narx darajasi va taklif miqdori o'rtasidagi to'g'ridan-to'g'ri bog'liqlikni ko'rsatuvchi ma'lumotlarni grafikda ifodalab, **taklif egri chizig'ini** tasvirlash mumkin (7.3-chizma).



Bozorda taklif qilinadigan tovar hajmiga narxdan tashqari bir qator omillar ham ta'sir qiladi. Bu omillarning asosiylari quyidagilar:

- 1) resurslarning narxi;
- 2) ishlab chiqarish texnologiyasi;

- 3) soliq va subsidiyalar;
- 4) boshqa tovarlarning narxi;
- 5) narx o'zgarishining kutilishi;
- 6) bozordagi sotuvchilar soni.

Mazkur omillardan bir yoki bir nechtasining o'zgarishi taklif hajmining o'zgarishini taqozo qiladi.

3. Talab va taklifning muvofiq kelishi. Bozor muvozanati. Xususiy va umumiy muvozanat O'zbekistonda shuni ta'minlash. Bozor iqtisodiyotida talab va taklif baho orqali bir-biri bilan bog'lanadi. Ular juda o'zgaruvchan bo'lib, bunga ta'sir etuvchi omillar juda ko'p. Bozor iqtisodiyoti talab va taklifning mos kelishini taqozo etadi. Bunday moslik bozor iqtisodiyoti taraqqiyotining talabidan kelib chiqadi. Chunki, busiz iqtisodiy o'sish amalga oshmaydi⁶.

Bozordagi haqiqiy baho talab bilan taklifning o'zaro harakati tufayli yuzaga keladi. ***Talab va taklif muvofiq bo'lgandagi baho muvozanat baho deyiladi.***

Talab va taklifning bir-biriga monand bo'lishi bozor iqtisodiyotining eng muhim talabidir. Faqat talab va taklif bir-biriga mos kelgan sharoitdagina oldi-sotdi barqaror amalga oshadi. Talab va taklif miqdori, ularning tarkibi jihatidan bir-biriga muvofiq kelgan mana shu holat bozor muvozanatidir. Shu asosida iqtisodiy o'sish yuz beradi, ishlab chiqarish rivojlanadi, iqtisodiyot borgan sari o'sadi.

Talab va taklif muvozanatda bo'lishi uchun bo'lgan sotuvchi va xaridorlar harakati to'rt xil o'zgarishni o'z ichiga oladi:

a) muvozanatlashgan tovar miqdori va bahosining o'sishi talabning o'sishini bildiradi;

b) muvozanatlashgan tovar miqdori va bahosining pasayishi talabning pasayishini ko'rsatadi;

v) muvozanatlashgan tovar miqdorining ko'payishi va bahosining pasayishi taklifning ko'payishini bildiradi;

g) muvozanatlashgan tovar miqdorining kamayishi va bahoning ko'tarilishi taklifning qisqarishini bildiradi.

Muvofiqlik muvozanat baho orqali yuzaga keladi. Bozor qatnashchilari harakatining umumiy lashuvi, bir-birlariga tushunarli ravishda bo'lishi, bir-biri bilan kelisha oladigan darajaga yetkazish talab va taklif muvozanatining yuzaga

⁶ Sh.Shodmonov, R.Alimov, T.Jo'raev «Iqtisodiyot nazariyasi» T.:2002.

kelishi tufayli amalga oshadi⁷. Bunda xabarchi, ko'rsatqich rolini ***muvozanat baho*** bajaradi.

Talab va taklif turlicha bo'lishi bilan birga baho, sotib olish qobiliyati kabilarning o'zgarishi, raqobat yo'li bilan to'xtovsiz o'zgarib borishi, tabiiy hodisadir. Lekin *bozordagi to'qnashuv, munosabat tufayli talab va taklifning miqdoriy jihatdan baho bo'yicha bir-biriga tengligi, moslashuvi yuz berib, bozor muvozanatini ta'minlaydi. Muvozanatsiz bozor me'yorsiz holatda bo'ladi.*

Demak, bozor muvozanati talab va taklifini miqdor va tarkib jihatida bo'yicha moslashuvidan iborat bo'lib, muvozanat uchun bo'lgan harakat doimiylikka egadir. Agar bu muvozanat uzoq vaqt buzilib tursa, bozor o'z xususiyatini yo'qotib boradi, zaiflashadi, shu bilan umumiy iqtisodiy holatni yomonlashtiradi.

Talab va taklif tajribada ko'p hollarda, bir-birlariga mos kelmaydi. Bu vaziyatlarda bozor kuchlariga ta'sir kuchayadi, natijada ular taklif etilayotgan tovarlar va xizmatlar bahosini o'zgartiradilar. Bu o'z navbatida, talab va taklif xajmining o'zgarishiga sabab bo'ladi.

Agarda talab hajmi taklif hajmidan yuqori bo'lsa, sotuvchilar vaziyatdan foydalanib, tovar bahosini ko'tarishga harakat qiladilar. Natijada talab asta-sekin pasaya boradi.

Shunday qilib, bozor bahosi-muvozanatli bahoga teng bo'lmasa, sotuvchilar va xaridorlar muayyan sharoitdagi bahoni muvozanat bahosi tomon yo'naltiradilar. Xaridor o'z talablariga muvofiq tovar yoki xizmatlar hajmini bozor bahosi muvozanat bahosiga muvofiq bo'lgan sharoitda sotib oladi. Sotuvchilar esa o'zlari belgilagan tovarni yoki xizmatni aynan shu vaziyatda pullaydilar.

Talab va taklif qonunlarining muvofiqligi muammolari. Erkin raqobat sharoitida qiymat qonuni asosida talab va taklif muvofiqligi vujudga kelib, bozor bahosi (muvozanat bahosi) amalga oshadi. Bozor monopoliyalarining shakllanishi va davlatning iqtisodiyotga aralashuvi natijasida bozor monopoliyalari yoki davlat tomonidan baholarning belgilanishi sodir bo'ladi. Belgilangan baho muvozanat bahosi miqdoridan past yoki baland bo'lishi mumkin.

⁷ Sh.Shodmonov va U.G'ofurov "Iqtisodiyot nazariyasi" Toshkent 2006 yil.

Talab va taklif qonunining o'zaro harakati va muvozanat bahosining vujudga kelishi bir qator hulosalarni ilgari suradi.

1. *Bozor iqtisodiyotida sotuvchilar va xaridorlar manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi mexanizm mavjud bo'lib, bu bozor bahosida namoyon bo'ladi. Bunga asosan ishlab chiqaruvchilar o'zlarining ishlab chiqarish faoliyatlarida erkin hamda talabga muvofiq tovar ishlab chiqarish hajmini ko'paytirishlari yoki qisqartirishlari mumkin.*

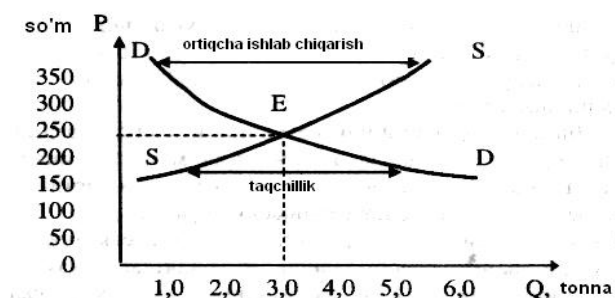
2. *Baho talab va taklif qonuni asosida o'zgaradi.*

3. *Raqobat mavjud bo'lib, uningsiz bozordagi talab va taklif mexanizmi amal qilmaydi.*

4. *Agar talab va taklif muvofiqligi amalga oshmasa, ishlab chiqaruvchi va xaridorlar yangi sharoitga moslashish uchun xarakat qiladilar. Natijada yangi muvozanat bahosi va bozor muvozanati shakllanib, muayyan sharoitga muvofiq yangi ishlab chiqarish xajmi yuzaga keladi.*

Talab va taklif tushunchalari tahlili, bizga sotuvchi va haridorlar manfaatlari mos kelishini qarab chiqishga o'tish imkonini beradi. Mos kelishlik o'z ifodasini muvozanatli narxda topadi. Oldingi bandlarda ko'rib chiqilgan talab va taklif egri chiziqlarini bitta grafikka joylashtirib bozor muvozanatli nuqtasini hosil qilamiz (7.4-chizma):

$T_b = T_f = N_m = M_m$, bu yerda: T_b - talab, T_f - taklif, N_m - muvozanatli narx, M_m - tovarning muvozanatli miqdori.



7.4-chizma. Muvozanatli narx

Grafikda E nuqtaga muvozanatli narx (N_m) va mahsulotning muvozanatli miqdori (M_m) mos keladi. ya'ni, narx 250 so'm bo'lganda, haridorlar mazkur tovar (un) dan 3 tonna sotib olishga, sotuvchilar esa 3 tonna unni bozorga chiqarishiga

tayyor bo'ladi. 200 so'mlik narxda sotuvchilar va xaridorlar ahvoli butunlay o'zgaradi: sotuvchilar faqat 2 tonna unni sotishga, xaridorlar esa 5 tonna sotib olishga tayyor bo'ladi va hokazo.

Grafikda narxning 350 so'm darajasidagi bozor holati tovarlar ortiqcha ishlab chiqarilishini ko'rsatadi va to'yingan bozorni ifodalaydi. Aksincha, 150 so'm darajasidagi bozor holatida tovar taqchilligi (defitsit) vujudga keladi va taqchil tovar bozorini tavsiflaydi.

Muvozanatli narxni tushunib olish uchun vaqt omili katta ahamiyatga ega bo'ladi. Shu sababli bozordagi bir zumlik, qisqa davrli va uzoq davrli muvozanatlik holatni farqlash zarur.

Bir zumlik muvozanat uchun taqdim qilinadigan tovarlarning o'zgarmas yoki doimiy miqdori xos. Bu ishlab chiqarishning bozor vaziyatiga tez, birdaniga moslasha olmasligi bilan bog'liq.

Qisqa davrli muvozanatlikni, ishlab chiqarish va taklifni vaqtinchalik amal qiluvchi omillardan foydalanish asosida ko'paytirish imkoniyatini taqozo qiladi.

Bunday vaqtinchalik omillarga ish vaqtidan tashqari, dam olish va bayram kunlari ishlash, ish smenasini ko'paytirishlar kiradi.

Uzoq davrli muvozanatlik o'zgarishi uzoq muddatli davrdagi omillardan foydalanishni taqozo qiladi. Bunda ishlab chiqarishni qayta qurollantirish, yangilash va qo'shimcha quvvatlarni vujudga keltirish bilan bog'liq investitsiyalar haqida gap boradi. Bu davrda yangi korxonalarni qurish hamda mazkur bozorda yangi korxonalarning paydo bo'lishi ham mumkin bo'ladi.

Iste'molchining tovar narxlarining o'zgarishiga sezgirlik darajasini aniqlashda narxli egiluvchanlik tushunchasidan foydalaniladi. Ayrim mahsulotlar narxidagi uncha sezilarli bo'lmagan o'zgarishlar sotib olinadigan mahsulot miqdorida katta o'zgarishlar bo'lishiga olib kelishi mumkin. Bunday mahsulotlarga talab nisbatan egiluvchan deyiladi. Boshqa xil mahsulotlar narxidagi sezilarli o'zgarish xarid miqdorida faqat katta bo'lmagan o'zgarishlarga olib kelishi mumkin.

Talab hajmiga ta'sir qiluvchi boshqa omillar o'zgarmay qolgan sharoitda narxning 1% ga o'zgarishi talabning necha foizga o'zgarishini ifodalovchi ko'rsatkich talabning narx bo'yicha egiluvchanligi ko'rsatkichi deyiladi. Bu ko'rsatkich ko'pincha oddiy qilib **talabning egiluvchanligi** deb ataladi.

XULOSA.

Bozor tizimi barcha mamlakatlar iqtisodiyotiga xos bo'lib, u o'z doirasini to'xtovsiz kengaytirib bormoqda. Iqtisodiy munosabatlarni samarali tashkil etish va resurslarni oqilona joylashtirish avvaldan insoniyat diqqatini, ayniqsa iqtisod ahlini jalb etib kelgan.

Ma'lumki jamiyat ixtiyoridagi ishlab chiqarish imkoniyatlari, mehnat resurslari, tabiiy boyliklar, yer, ya'ni bu resurslar chegaralangan bo'lib ulardan foydalanish, joylashtirish oqilona yondashuvni talab etadi. Hozirgi vaqtda bozor iqtisodiyoti hukmronligi resurslarni samarali taqsimlab joylashtirish va iqtisodiy o'sishni tezlashtirish, mahsulot sifatini yaxshilash va yuqori turmush darajasini taminlash imkonini tug'diradi. Bunday tizim mehnatni rag'batlantirishning ma'qul usullaridan keng foydalanish va shaxsiy boylikni, milliy boylikning ortib borishini tezlashtiradi.

Bozorni asosan talab va taklif, raqobat, baho kabilar shakllantiradi, tartibga solib turadi. Talab va taklif qonuning harakati va bozor iqtisodiyoti taraqqiyoti insoniyat jamiyati uchun juda ahamiyatli bo'lgan barcha boyliklardan foydalanish samarasini ko'tarish va inson manfaatiga qaratishda katta imkoniyatlar yaratishini qayd qilish mumkin. Bunda resurslardan to'la foydalanish, tabiiy boyliklar samarasini ko'tarish, yangi-yangi texnologiyalar tufayli yangi xom-ashyo, materiallarni yaratish juda ahamiyatlidir.

Hozirgi texnologiya asosan kam xarajat, ayniqsa kam moddiy sarfli ishlab chiqarishni yuqori darajaga ko'targan bo'lib, bularning hammasi bozor talabi natijasidir.

Ishlab chiqarishning talab asosida har tomonlama va keng miqyosda taraqqiy eta olishi inson turmush tarzining yuqori darajasini taminlab boradi.

Talab va taklif qonuni ta'sirida rivojlanayotgan iqtisodiyot mavjud imkoniyatlardan inson manfaati uchun eng samarali foydalanish imkonini tug'diradi.

Bozor iqtisodiyotining ustunligi ham avvalo shu bilan belgilansa kerak.

ADABIYOTLAR

1. I.A.Karimov Milliy istiqlol mafkurası – xalq e’tiqodi va buyuk kejakka ishonchdir. Toshkent 2000 yil “Fidokor”.
2. I.A.Karimov “O’zbekiston – bozor munosobatlariga o’tishning o’ziga xos yo’li” Toshkent 1992 yil “O’zbekiston”.
3. I.A.Karimovning 2011 yil 21 yanvarda O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2010 yilda Respublikani ijtimoiy – iqtisodiy rivojlantirish yakunlari va 2011 yil iqtisodiy dasturining eng muhim ustuvor vazifalariga bag’ishlangan majlisidagi ma’ruzasi “Xalq so’zi” gazetasi 2011 yil 22 yanvar soni.
4. I.A.Karimov “Jahon moliyaviy – iqtisodiy inqirozi , O’zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo’llari va choralari” Toshkent -2008 yil “O’zbekiston”
5. A.O’lmasov. Iqtisodiyot asoslari. Toshkent “Mehnat” 1997 y.
6. A.O’lmasov, M.Sharifxo’jayev. Iqtisodiyot nazariyasi Toshkent, 1995 y.
7. A.Qodirov. Iqtisodiyot nazariyasi. Nukus:1995 y.
8. Makkonell K ., Bryu S.. Ekonomiks. M.,Respublika 1992 y.
9. M.Rasulov. Bozor iqtisodiyoti asoslari. Toshkent “O’zbekiston”1999 y.
- 10.Chibrikov G.G.. Osnovo’ ekonomicheskoy teorii., "Ekonomika", 1995 g.
- 11.K.Yo’ldoshev, K.Muftaydinov. Iqtisod ilmi asoslari. T.: 1995.
- 12.K.Yo’ldoshev, K.Muftaydinov. Iqtisodiy bilim asoslari. T.: 1997.
- 13.K.Yo’ldoshev, K.Muftaydinov. Iqtisodiy ta’limotlar tarixidan. T.: 2000.
- 14.Sh.Shodmonov, R.Alimov, T.Jo’raev «Iqtisodiyot nazariyasi» T.:2002.
- 15.A.Qodirov «Iqtisodiyot nazariyasi» T.:2002 y.
- 16.D.Tojiboyeva “Iqtisodiyot nazariyasi” T:2003y. “O’zbekiston”.
- 17.Bazeler U., Savob Z., Xaynrrix Y.Kox V «Osnovi ekonomicheskoy teorii: printsipli, problemi, politika» uchebник. Sankt – Peterburg «Piter» 2004 yil.
- 18.B.Xojiyev «Kichik va o’rta tadbirkorlikning ahamiyati» S.Ubaydullaeva «O’zbekiston Respublikasining xorijiy investitsiyalarni jalb etish siyosati». M.Ismoilov, N.SHaydullaev «Ekologik muammo» Jamiyat va boshkaruv (ilmiy–siyosati, ijtimoiy–iqtisodiy, ma’naviy–tarixiy jurnal) 2004 y. №4.
- 19.Sh.Shodmonov va U.G’ofurov “Iqtisodiyot nazariyasi” Toshkent 2006 yil.
20. w.w.w.Ziyonet.uz.