BOZOR IQTISODIYOTINING MOHIYATI VA UNING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI

Iskandarov Bekzod Abdijalilovich
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
Iqtisodiyot nazariyasi kafedrasi
katta o'qituvchisi
bekzodiskandarov1988@gmail.com
Javlon Rayimberdiyev
Samarqand iqtisodiyot va
servis instituti talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.23597928

Annotatsiya

Ushbu ilmiy maqolada bozor iqtisodiyotining mohiyati, asosiy tamoyillari va rivojlanish xususiyatlari nazariy jihatdan tahlil qilinadi. Talab va taklif, narx, raqobat, xususiy mulkchilik hamda tadbirkorlikning bozor mexanizmidagi o'rni yoritiladi. Shuningdek, marketing faoliyatining iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va korxonalar raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyati ko'rib chiqiladi. O'zbekistonda bozor munosabatlarining rivojlanishi va iqtisodiy o'sish ko'rsatkichlari tavsifiy tahlil qilinadi. Yakunda bozor iqtisodiyotini takomillashtirishga qaratilgan xulosalar va amaliy takliflar bayon etiladi.

Kalit so'zlar: bozor iqtisodiyoti, talab, taklif, narx, raqobat, xususiy mulk, tadbirkorlik, marketing, iqtisodiy o'sish, iqtisodiy islohotlar.

1. Kirish

Bozor iqtisodiyoti zamonaviy iqtisodiy tizimlarning muhim shakllaridan biri bo'lib, ishlab chiqarish, taqsimlash, ayirboshlash va iste'mol jarayonlarining o'zaro bog'liqligiga asoslanadi. Ushbu tizimda iqtisodiy resurslardan foydalanish, mahsulot ishlab chiqarish hajmi va tovarlar narxining shakllanishida talab hamda taklif muhim ahamiyat kasb etadi.

Hozirgi globallashuv sharoitida bozor iqtisodiyotining samarali faoliyat yuritishi mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi, aholi bandligining ta'minlanishi va turmush darajasining yaxshilanishi bilan chambarchas bog'liq. Erkin raqobat, xususiy mulkchilik va tadbirkorlik tashabbuslari iqtisodiy faollikni oshirishga xizmat qiladi.

O'zbekistonda bozor munosabatlarini rivojlantirish, xususiy sektorning iqtisodiyotdagi rolini kuchaytirish va tadbirkorlik uchun qulay sharoitlar yaratish iqtisodiy islohotlarning muhim yo'nalishlaridan hisoblanadi. Bunday sharoitda bozor mexanizmlarining ishlashini, iqtisodiy subyektlar o'rtasidagi munosabatlarni va raqobat muhitining ahamiyatini o'rganish dolzarb masaladir.

Maqolaning maqsadi bozor iqtisodiyotining mohiyatini o'rganish, uning asosiy tamoyillarini tahlil qilish va mamlakat iqtisodiy taraqqiyotidagi ahamiyatini ochib berishdan iborat.

Maqolaning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- bozor iqtisodiyotining mohiyati va asosiy tamoyillarini yoritish;

- talab, taklif va narx mexanizmining o‘zaro bog‘liqligini tushuntirish;
- raqobat va tadbirkorlikning iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rnini aniqlash;
- marketing faoliyatining bozor munosabatlaridagi ahamiyatini ko‘rsatish;
- O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotini rivojlantirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqish.

2. Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Bozor iqtisodiyoti masalalari ko‘plab iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlarida o‘rganilgan. Adam Smit iqtisodiy erkinlik, mehnat taqsimoti va shaxsiy manfaatlarning iqtisodiy faoliyatga ta’sirini tahlil qilgan. Uning qarashlari bozor mexanizmlarini tushunishda muhim nazariy asos hisoblanadi [1].

N. Gregori Mankiw iqtisodiyotning asosiy tamoyillari, talab va taklif qonunlari, narxlarning shakllanishi hamda davlatning iqtisodiyotdagi vazifalarini yoritgan [2]. Pol Samuelson va Uilyam Nordhaus iqtisodiy o‘sish, resurslardan samarali foydalanish va makroiqtisodiy jarayonlarni tahlil qilishga alohida e’tibor qaratgan [3].

Hal Varian iste’molchilar tanlovi, ishlab chiqaruvchilar qarorlari va bozor muvozanatining mikroiqtisodiy asoslarini o‘rgangan [4]. Filipp Kotler va Kevin Keller esa marketingning bozorni o‘rganish, iste’molchilar ehtiyojlarini aniqlash va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyatini yoritgan [5].

Mazkur ilmiy qarashlar bozor iqtisodiyotini bir necha jihatdan o‘rganish imkonini beradi. Jumladan, talab va taklif iqtisodiy muvozanatni tushuntirsa, raqobat resurslardan foydalanish samaradorligini oshirishga undaydi. Marketing esa korxonalar faoliyatini iste’molchilar ehtiyojlariga moslashtirishga yordam beradi.

Ushbu maqolada mazkur nazariy yondashuvlar umumlashtirilib, O‘zbekistondagi iqtisodiy rivojlanish ko‘rsatkichlari bilan bog‘liq holda tahlil qilinadi.

3. Tadqiqot metodologiyasi

Maqolani tayyorlashda nazariy tahlil, taqqoslash, umumlashtirish va tavsifiy statistik tahlil usullaridan foydalanildi.

Nazariy tahlil orqali bozor iqtisodiyotining asosiy tushunchalari va tamoyillari o‘rganildi. Taqqoslash usuli talab va taklif, raqobat va tadbirkorlikning iqtisodiy jarayonlarga ta’sirini tushuntirishda qo‘llanildi. Umumlashtirish orqali nazariy qarashlar asosida xulosalar shakllantirildi.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yil yakunlari bo‘yicha e’lon qilingan dastlabki ma’lumotlaridan foydalanildi [6; 7; 8]. Ushbu ko‘rsatkichlar iqtisodiy faoliyatning ayrim yo‘nalishlaridagi o‘zgarishlarni tavsiflash uchun xizmat qiladi.

Tadqiqot nazariy va tavsifiy xususiyatga ega. Unda alohida so‘rovnoma yoki tajriba o‘tkazilmagan. Shu sababli keltirilgan statistik ma’lumotlar sabab-oqibat munosabatlarini to‘liq isbotlash uchun emas, balki iqtisodiy jarayonlarning umumiy holatini tavsiflash uchun qo‘llanilgan.

4. Tahlil va natijalar

4.1. Bozor iqtisodiyotining mohiyati va asosiy tamoyillari

Bozor iqtisodiyoti — iqtisodiy faoliyat ishtirokchilari o‘rtasidagi munosabatlar talab, taklif, narx va raqobat mexanizmlari orqali muvofiqlashtiriladigan iqtisodiy tizimdir. Ushbu

tizimda ishlab chiqaruvchilar mahsulot va xizmatlarni iste'molchilar ehtiyojlarini hisobga olgan holda taklif etadilar.

Bozor iqtisodiyotining asosiy tamoyillariga xususiy mulkchilik, iqtisodiy erkinlik, raqobat, tadbirkorlik tashabbusi va shartnomaviy munosabatlar kiradi.

Xususiy mulkchilik fuqarolar va korxonalarga qonun doirasida mol-mulkka egalik qilish, undan foydalanish va iqtisodiy faoliyatni tashkil etish imkonini beradi. Iqtisodiy erkinlik esa tadbirkorlarning faoliyat yo'nalishini tanlashi, ishlab chiqarish hajmini belgilashi va yangi mahsulotlarni bozorga olib chiqishida namoyon bo'ladi.

Raqobat ishlab chiqaruvchilarni mahsulot sifatini oshirishga, xarajatlarni kamaytirishga va iste'molchilar ehtiyojlarini yaxshiroq qondirishga undaydi. Biroq raqobat samarali ishlashi uchun bozorda teng imkoniyatlar yaratilishi va monopolistik cheklovlarning oldi olinishi lozim.

Bozor iqtisodiyoti barcha muammolarni o'z-o'zidan hal qilmaydi. Axborot yetishmovchiligi, tashqi iqtisodiy ta'sirlar, monopoliyalar va ijtimoiy tengsizlik kabi muammolar yuzaga kelishi mumkin. Shu sababli davlatning vazifasi qonun ustuvorligini ta'minlash, raqobatni himoya qilish va bozor faoliyatidagi kamchiliklarni kamaytirishdan iborat.

4.2. Talab, taklif va narx mexanizmi

Talab va taklif bozor iqtisodiyotining asosiy mexanizmlari hisoblanadi. Ular mahsulot narxlarining shakllanishi, ishlab chiqarish hajmi va bozordagi muvozanatga ta'sir ko'rsatadi.

Talab — iste'molchilarning muayyan vaqt davomida turli narxlarda sotib olishga tayyor va qodir bo'lgan tovar hamda xizmatlari miqdoridir. Boshqa shartlar o'zgarmagan holatda, mahsulot narxi pasaysa, talab miqdori ortishi mumkin. Narx oshganda esa talab miqdori kamayishi ehtimoli mavjud.

Taklif ishlab chiqaruvchilarning muayyan vaqt davomida turli narxlarda sotishga tayyor bo'lgan tovar va xizmatlari miqdorini anglatadi. Boshqa shartlar o'zgarmagan holatda, narxning oshishi ishlab chiqaruvchilarni ko'proq mahsulot taklif qilishga rag'batlantirishi mumkin.

Bozor muvozanati talab miqdori va taklif miqdori tenglashadigan holatda yuzaga keladi. Muvozanat narxi xaridorlar sotib olishga tayyor bo'lgan mahsulot miqdorini sotuvchilar taklif qiladigan miqdor bilan muvofiqlashtiradi.

Masalan, muayyan mahsulotga talab ortib, uning taklifi qisqa muddatda o'zgarmasa, narx ko'tarilishi mumkin. Narxning oshishi ishlab chiqaruvchilarni ishlab chiqarish hajmini ko'paytirishga undashi ehtimoli bor. Natijada bozor yangi muvozanatga intiladi.

Talab va taklifga faqat narx emas, balki aholi daromadlari, iste'molchilarning didi, ishlab chiqarish xarajatlari, texnologiyalar va bozordagi kutilmalar ham ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli korxonalar bozor holatini muntazam o'rganishi zarur.

4.3. Raqobat va tadbirkorlikning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyati

Raqobat bozor iqtisodiyotining samarali ishlashini ta'minlovchi asosiy omillardan biridir. U ishlab chiqaruvchilar o'rtasida iste'molchilarni jalb qilish, mahsulot sifatini oshirish va xarajatlarni kamaytirish bo'yicha iqtisodiy kurashni ifodalaydi.

Raqobat sharoitida korxonalar xaridorlarning talab va ehtiyojlarini chuqurroq o‘rganishga harakat qiladi. Natijada yangi mahsulotlar yaratilishi, xizmat ko‘rsatish sifati yaxshilanishi va yangi texnologiyalarning joriy etilishi uchun imkoniyat paydo bo‘ladi.

Tadbirkorlik iqtisodiy o‘sishning muhim omili bo‘lib, yangi ish o‘rinlarini yaratish, aholi daromadlarini oshirish va bozorni tovar hamda xizmatlar bilan ta’minlashga xizmat qiladi. Ayniqsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mahalliy bozorlarda iqtisodiy faollikni kuchaytirishda muhim ahamiyatga ega.

Shu bilan birga, tadbirkorlik faoliyati turli xavf-xatarlar bilan bog‘liq. Talabning o‘zgarishi, moliyaviy resurslarning yetishmasligi, ishlab chiqarish xarajatlarining oshishi va kuchli raqobat korxona faoliyatiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Bunday sharoitda puxta rejalashtirish, bozorni tahlil qilish va resurslardan oqilona foydalanish zarur.

Demak, sog‘lom raqobat va tadbirkorlikni rivojlantirish iqtisodiy samaradorlikni oshirish, iste’molchilar manfaatlarini himoya qilish va mamlakatning raqobatbardoshligini mustahkamlashga yordam beradi.

4.4. Marketingning bozor iqtisodiyotidagi o‘rni

Marketing bozor iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib, iste’molchilar ehtiyojlarini o‘rganish, ularga mos mahsulot va xizmatlarni taklif qilish hamda korxona bilan xaridor o‘rtasidagi munosabatlarni rivojlantirishga qaratilgan faoliyatdir.

Marketingning asosiy vazifalariga bozorni o‘rganish, iste’molchilar talabini aniqlash, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish, narx siyosatini shakllantirish va mahsulotni targ‘ib qilish kiradi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonaning muvaffaqiyati nafaqat mahsulot ishlab chiqarishga, balki uni iste’molchiga to‘g‘ri taklif qilishga ham bog‘liq. Shu sababli marketing strategiyasi korxonaning umumiy iqtisodiy faoliyati bilan uzviy bog‘liqdir.

Masalan, korxona yangi mahsulot ishlab chiqarishdan oldin bozor talabini o‘rgansa, iste’molchilarning ehtiyojlariga mos mahsulot yaratish imkoniyati oshadi. Bu sotilmay qoladigan mahsulotlar xavfini kamaytirishi va resurslardan samaraliroq foydalanishga yordam berishi mumkin.

Hozirgi sharoitda raqamli marketing, elektron savdo va ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilish ham muhim ahamiyat kasb etmoqda. Ushbu vositalar korxonalarga kengroq auditoriyaga chiqish, xaridorlar bilan muloqot qilish va bozor o‘zgarishlariga tezroq javob berish imkonini yaratadi.

Shunday qilib, marketing talabni o‘rganish, iste’molchilar ehtiyojlarini qondirish va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

4.5. O‘zbekistonda bozor iqtisodiyotining rivojlanish ko‘rsatkichlari

O‘zbekistonda bozor munosabatlarini rivojlantirish iqtisodiy islohotlarning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Bu jarayon xususiy sektor faoliyatini kengaytirish, tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, investitsiyalarni jalb qilish va iqtisodiyot tarmoqlarining samaradorligini oshirish bilan bog‘liq.

Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yil yakunlari bo‘yicha e’lon qilgan dastlabki ma’lumotlariga ko‘ra, mamlakatning asosiy iqtisodiy ko‘rsatkichlarida o‘sish kuzatilgan [6; 7; 8].

1-jadval. O‘zbekistonda 2025-yil yakunlari bo‘yicha ayrim iqtisodiy ko‘rsatkichlarning o‘sishi

Ko‘rsatkich	O‘sish sur’ati
Yalpi ichki mahsulot	7,7 foiz
Sanoat ishlab chiqarishi	6,8 foiz
Chakana savdo aylanmasi	11,2 foiz
Bozor xizmatlari	14,7 foiz
Aholining real jami daromadlari	9,2 foiz

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining 2025-yil yakunlari bo‘yicha dastlabki ma’lumotlari [6; 7; 8].

Jadvaldagi ma’lumotlar mamlakat iqtisodiyotining bir nechta yo‘nalishlarida o‘sish kuzatilganini ko‘rsatadi. Yalpi ichki mahsulotning 7,7 foizga o‘sishi iqtisodiyotda yaratilgan mahsulot va xizmatlarning umumiy hajmi ortganini anglatadi.

Sanoat ishlab chiqarishining 6,8 foizga o‘sishi ishlab chiqarish faoliyatining kengayganini ko‘rsatadi. Chakana savdo aylanmasining 11,2 foizga oshishi esa savdo sohasidagi iqtisodiy faollikning o‘sganidan dalolat beradi.

Bozor xizmatlarining 14,7 foizga o‘sishi xizmatlar sohasi iqtisodiyotda muhim o‘rin egallayotganini ko‘rsatadi. Aholining real jami daromadlari 9,2 foizga oshgani esa narxlar o‘zgarishi hisobga olingan holda aholining daromadlari ko‘payganini anglatadi.

Biroq ushbu ko‘rsatkichlarning o‘zi iqtisodiy samaradorlik, raqobat darajasi yoki daromadlarning aholi guruhlari o‘rtasida taqsimlanishini to‘liq baholash uchun yetarli emas. Buning uchun mehnat unumdorligi, bandlik, narxlar, investitsiyalar, daromadlar tengsizligi va korxonalar faoliyatiga oid boshqa ko‘rsatkichlarni ham o‘rganish zarur.

Shunday qilib, 2025-yil yakunlari bo‘yicha iqtisodiy ko‘rsatkichlar O‘zbekistonda iqtisodiy faollik o‘sganini tavsiflaydi. Kelgusida ushbu o‘sishning barqarorligini ta’minlash uchun sog‘lom raqobat, samarali tadbirkorlik, innovatsiyalar va inson kapitalini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega.

5. Muhokama

Tahlil natijalari bozor iqtisodiyotining samarali ishlashi bir nechta omillarning o‘zaro ta’siriga bog‘liqligini ko‘rsatadi. Talab va taklif narxlarning shakllanishiga ta’sir etsa, raqobat ishlab chiqaruvchilarni samaradorlikni oshirishga undaydi. Tadbirkorlik yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yaratadi, marketing esa korxonalar faoliyatini iste’molchilar ehtiyojlariga moslashtirishga yordam beradi.

O‘zbekistonning 2025-yil yakunlari bo‘yicha iqtisodiy ko‘rsatkichlarida kuzatilgan o‘sish ijobiy holat sifatida baholanishi mumkin. Shu bilan birga, iqtisodiy o‘sishning o‘zi aholi farovonligi va iqtisodiy samaradorlikning barcha jihatlarini ifodalamaydi.

Masalan, ishlab chiqarish hajmining oshishi bilan birga mehnat unumdorligi, mahsulot sifati va ishlab chiqarish xarajatlarining o‘zgarishini ham tahlil qilish lozim. Chakana savdo aylanmasining ko‘payishi esa talab, narxlar va savdo hajmidagi o‘zgarishlar bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin.

Bozor iqtisodiyotini rivojlantirishda davlatning vazifasi ham muhimdir. Davlat mulk huquqlarini himoya qilishi, shartnomalarning bajarilishini ta’minlashi, raqobatga to‘sqinlik

qiluvchi holatlarning oldini olishi va iqtisodiy faoliyat uchun barqaror huquqiy sharoit yaratishi kerak.

Tadqiqotning ayrim cheklovlari ham mavjud. Maqola nazariy tahlil va rasmiy statistik ma'lumotlarning tavsifiga asoslangan. Unda korxonalar yoki iste'molchilar o'rtasida alohida so'rovlar o'tkazilmagan. Shu sababli keltirilgan xulosalar umumiy nazariy qarashlar va iqtisodiy ko'rsatkichlar tahliliga asoslanadi.

Kelgusidagi tadqiqotlarda turli tarmoqlar bo'yicha raqobat darajasi, kichik biznes samaradorligi, iste'molchilar xulq-atvori va marketing faoliyatining korxona natijalariga ta'sirini batafsil o'rganish maqsadga muvofiq.

6. Xulosa va takliflar

Xulosa qilib aytganda, bozor iqtisodiyoti ishlab chiqarish va iste'mol jarayonlarini talab, taklif, narx hamda raqobat mexanizmlari orqali muvofiqlashtiruvchi iqtisodiy tizimdir. Uning asosiy tamoyillari bo'lgan xususiy mulkchilik, iqtisodiy erkinlik va raqobat resurslardan samarali foydalanish hamda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun imkoniyat yaratadi.

Maqolada ko'rib chiqilgan nazariy qarashlar talab va taklifning narxlar shakllanishidagi, raqobatning esa ishlab chiqarish samaradorligi va mahsulot sifatini oshirishdagi muhim rolini ko'rsatadi. Shu bilan birga, bozor mexanizmlarining samarali ishlashi uchun monopolistik cheklovlarni bartaraf etish, mulk huquqlarini himoya qilish va iqtisodiy faoliyatda teng sharoitlarni ta'minlash zarur.

Marketingning bozor iqtisodiyotidagi ahamiyati ham katta. Bozorni o'rganish, iste'molchilar talabini aniqlash va mahsulotlarni samarali targ'ib qilish korxonalarga raqobat sharoitida o'z faoliyatini to'g'ri tashkil etishga yordam beradi.

O'zbekistonda bozor iqtisodiyotini rivojlantirish uchun quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. **Sog'lom raqobatni rivojlantirish.** Monopolistik to'siqlarni kamaytirish, raqobat qoidalariga rioya etilishini ta'minlash va tadbirkorlar uchun teng imkoniyatlar yaratish.
2. **Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash.** Moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, tadbirkorlik ko'nikmalarini rivojlantirish va yangi biznes tashabbuslarini rag'batlantirish.
3. **Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish.** Elektron savdo, raqamli to'lovlar va zamonaviy texnologiyalarni ishlab chiqarish hamda xizmat ko'rsatish sohalariga keng joriy etish.
4. **Marketing tadqiqotlarini takomillashtirish.** Korxonalarda iste'molchilar talabini muntazam o'rganish, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish va bozor ma'lumotlaridan samarali foydalanish.
5. **Inson kapitaliga sarmoya kiritish.** Ta'lim sifatini oshirish, kasbiy malakani rivojlantirish va mehnat unumdorligini yuksaltirish.
6. **Iqtisodiy shaffoflikni ta'minlash.** Ishonchli statistik ma'lumotlardan foydalanish, iqtisodiy qarorlarning asoslanganligini oshirish va tadbirkorlik subyektlarining huquqiy himoyasini mustahkamlash.
7. **Iqtisodiy o'sishni keng qamrovli baholash.** Yalpi ichki mahsulot bilan bir qatorda bandlik, mehnat unumdorligi, aholi daromadlari va farovonlik ko'rsatkichlarini ham hisobga olish.

Umuman olganda, bozor iqtisodiyotining izchil rivojlanishi mamlakat iqtisodiy salohiyatini oshirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, tadbirkorlikni rivojlantirish va aholi

farovonligini yaxshilash uchun muhim omillardan biridir. Ushbu maqsadlarga erishishda bozor mexanizmlarini takomillashtirish, sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish va iqtisodiy qarorlarni ishonchli ma’lumotlar asosida qabul qilish muhim ahamiyat kasb etadi.

7. Foydalanilgan adabiyotlar

1. Smit, A. **Xalqlar boyligining tabiati va sabablari to‘g‘risida tadqiqot.** Asarning asl nomi: An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. London: V. Strahan va T. Kadell, 1776.
2. Mankiw, N. G. **Iqtisodiyot tamoyillari.** Asarning asl nomi: Principles of Economics. 9-nashr. Cengage Learning, 2021.
3. Samuelson, P. A., Nordhaus, W. D. **Iqtisodiyot.** Asarning asl nomi: Economics. 19-nashr. McGraw-Hill, 2010.
4. Varian, H. R. **Oraliq mikroiqtisodiyot: zamonaviy yondashuv.** Asarning asl nomi: Intermediate Microeconomics: A Modern Approach. 9-nashr. W. W. Norton & Company, 2014.
5. Kotler, P., Keller, K. L. **Marketingni boshqarish.** Asarning asl nomi: Marketing Management. 15-nashr. Pearson, 2016.
6. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. **O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati raqamlarda.** 2026-yil 21-yanvar. https://stat.uz/
7. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. **2025-yilda O‘zbekiston yalpi ichki mahsuloti hajmi 7,7 foizga o‘sdi.** 2026-yil 27-yanvar. https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66554-2025-jilda-zbekiston-yalpi-ichki-ma-suloti-azhmi-7-7-foizga-sdi-2
8. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. **O‘zbekistonda 2025-yilda xizmatlar bozori 14,7 foizga o‘sdi.** 2026-yil 21-yanvar. https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66391-zbekistonda-2025-jilda-khizmatlar-bozori-14-7-foizga-sdi-2
9. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. **Pul-kredit siyosati sharhi: 2025-yil to‘rtinchi chorak.** 2026-yil 16-mart. https://cbu.uz/uz/press_center/releases/3807269/
10. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki. **Pul-kredit siyosatining maqsadi va tamoyillari.** https://cbu.uz/uz/monetary-policy/concept/
11. O‘zbekiston Respublikasi. **Raqobat to‘g‘risida**gi Qonun. O‘RQ-850-son, 2023-yil 3-iyul. O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi: https://lex.uz/
12. Porter, M. E. **Raqobat strategiyasi: tarmoqlar va raqobatchilarni tahlil qilish usullari.** Asarning asl nomi: Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Nyu-York: Free Press, 1980.