



PRICE AND ITS ROLE IN ENSURING THE STABILITY OF PRODUCTS AND RAW MATERIALS IN SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN

Saitov Sirojiddin¹

Pardaboyev Shahzod Tolibjon ugli²

Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan

KEYWORDS

Market price, current price, comparative price, wholesale price, contract price, retail price, subsidized price, dumping price, authoritative price, regional price, price range, world market price, national market price, price variation by mass demand

ABSTRACT

This article talks about the concept of price and the study of market price, price types and their content, its functions in price policy and the features of its implementation in Uzbekistan.

2181-2675/© 2022 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: 10.5281/zenodo.7468262

This is an open access article under the Attribution 4.0 International(CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Assistant, Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan, UZB

² Student, Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan, UZB

O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKDA MAHSULOT VA XOMASHYO BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA NARX VA UNING VAZIFASI

KALIT SO'ZLAR:

Bozor narxi, joriy narx, qiyosiy narx, ulgurji narx, shartnoma narx, chakana narx, dotatsiyalangan narx, demping narx, nufuzli narx, hududiy narx, narx diapazoni, jahon bozor narxi, milliy bozor narxi, ommaviy talab boyicha narxning o'zgarishi

ANNOTATSIYA

Narx tushunchasi va bozor narxini o'rganish, narx turlari va ularning mazmuni, uning vazifalari narx siyosati va O'zbekistonda amalga oshirilish xususiyatlari haqida ushbu maqolada so'z yuritilgan.

Tovarlar qiymati va ularning nafliligi o'zlarining namoyon bo'lishini narxda topadi. Amaliy hayotda qiymat tovar ishlab chiqaruvchilarni, naflilik esa iste'molchilarni rag'batlantiruvchi, ularni harakatga keltiruvchi kuch sifatida amal qiladi.

Narxlar mazmunini aniqlashda tovardagi mana shu ikki xil xususiyatning, ya'ni ijtimoiy qiymat va ijtimoiy naflilik birligini, bunda iste'mol qiymat (naflilik) qiymatni o'zida olib yuruvchi moddiy asos ekanligini to'g'ri hisobga olmaslik natijasida narx mazmuni turli olimlar va oqimlar tomonidan turlicha aniqlanmoqda va unga turlicha ta'rif berilmoqda. Buning ustiga narxning darajasiga (yuqori yoki past bo'lishiga), uning o'zgarishiga turli xil omillar ta'sir qiladiki, bu ham masalani to'g'ri tushunishni bir oz chigallashtiradi.

Alohida tovarlarga qilingan mehnat sarflari turlicha bo'lib, ulardan ayrimlari ijtimoiy mehida to'liq tan olinsa, boshqasi qisman tan olinadi, uchinchisi esa umuman tan olinmasligi mumkin. Bundan ko'rinib turibdiki, bozordagi mavjud narxlarga mehnat sarflari yoki qiymatning aynan o'zi deb qarash noto'g'ridir. Chunki unga mehnat sarfidan boshqa omillar ham ta'sir qilib, natijada narx qiymatdan past yoki yuqori bo'lishi mumkin. Tovarining xarid qilinishi uning alohida olingan bir kishi uchun emas, balki jamiyat uchun nafliligini va shu bilan birga ijtimoiy qiymatini ham tan olishni bildiradi. Shu sababli, «ijtimoiy naflilik» tushunchasining o'zi biror tovar (xizmat) ning jamiyat uchun nafliligi, qadr-qimmatga egaligini ko'rsatadi. Shu mulohazalardan kelib chiqib aytish mumkinki, narx o'zida faqatgina qiymat yoki naflilikning birini emas, balki har ikkalasining bir vaqtda mavjudligini va ularning ma'lum miqdorini pul ko'rinishida ifoda etadi.

Tovardagi ikki xususiyat birdaniga tan olinmasa, u pulda ifodalanmasa oldi-sotdi sodir bo'lmaydi. Chunki tovarning qiymati tomonida sotuvchining manfaati, nafliligi (iste'mol qiymati) tomonida esa xaridorning manfaati yotadi. Tovar egasi tovar ishlab chiqarish sarflarini qoplab, ma'lum darajada, iloji boricha ko'proq foyda olishni ta'minlashi mumkin bo'lgan qiymatni pul shaklida o'zlashtirishga intilsa, xaridor iloji boricha

sarflayotgan pulining har bir birligiga ko'proq nafillik (iste'mol qiymati) olishga harakat qiladi. Ularning manfaatlari to'g'ri kelgan nuqtada, darajada narx o'rnatilib, tovar-pul almashuvi, oldi-sotdi sodir bo'ladi.

Narx – real bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar va xizmatlarning ijtimoiy qiymati va ijtimoiy nafilligining puldagi ifodasidir.

Narx - bozor mexanizmining muhim tarkibiy elementlaridan biri. U o'zining vazifalari orqali barqaror iqtisodiyotning shakllanishi hamda samarali amal qilishiga, bozor muvozanatining ta'minlanishiga, milliy daromad iqtisodiyotning turli tarmoq va sohalari, xo'jalik yurituvchi sub'ektlari bo'yicha taqsimlanishiga, aholining ijtimoiy jihatdan himoya qilinishiga sharoit yaratadi. Shuningdek, u ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirib, sog'lom raqobat muhitining yaratilishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Ushbu mavzuda biz narxning iqtisodiy mazmuni va vazifalari, shakllanish tamoyillari va uning darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar. Iqtisodiyotning turli sohalari va tarmoqlaridagi ishlab chiqarish va sotish sharoitlarining xilma-xilligi hamda bozor munosabatlarining rivojlanishi darajasidagi farqlar narx turlarini farqlash zaruratini tug'diradi. Iqtisodiyotda amal qilib turgan barcha narx turlari narx tizimini tashkil qiladi. Ulgurji narx – ishlab chiqaruvchilar tomonidan katta miqdordagi tovarlar bir yo'la ko'tarasiga sotilganda qo'llaniladigan narx. Ulgurji narx ishlab chiqaruvchilar va ta'minlash-sotish tashkilotlari xarajatlarini qoplashi hamda ularning ma'lum miqdorda foyda ko'rishini ta'minlashi zarur. Ulgurji narx tovar birjalari va savdo uylarida ham qo'llaniladi. ularning ayrim turlarining iqtisodiy mazmunini qisqacha qarab chiqamiz. Shartnoma narx – sotuvchi va xaridorning roziligi bilan belgilanadigan, ular tomonidan tuzilgan shartnomada qayd qilingan narx. Shartnoma narx odatda shartnoma bitimi amal qilib turgan davrda o'zgar olmaydi. Mazkur narx ham milliy, ham xalqaro bozorlarda qo'llaniladi. U xalqaro bozorda qo'llanilganda tovar (xizmat)larning jahon narxlariga yaqin turadi.

Chakana narx – tovarlar bevosita iste'molchilarga sotiladigan narx. Chakana narxga tovarning ulgurji narxi, chakana savdo tashkilotlarining xarajatlari va ularning oladigan foydasi kiradi. Chakana narx tovarlarga bo'lgan talab va taklifni bog'lovchi rolini o'ynaydi hamda ularning nisbatiga qarab yuqori yoki past bo'lishi mumkin.

Davlatning narxlarni tartibga solish faoliyati chegaralangan (limitlangan) va dotatsiyalangan narxlarni vujudga keltiradi. Chegaralangan narx – davlat tomonidan yuqori va quyi chegaralari belgilanib, shu doirada o'zgarishi mumkin bo'lgan narx. Bunday narx yordamida davlat inflyatsiyani jilovlaydi, narx darajasini nazorat qiladi. Dotatsiyalangan narx – davlat budjeti hisobidan maxsus arzonlashtirilgan narx. Bunday narxdan kam daromadli oilalar, beva-bechoralar, ishsiz va nogironlarni hayotiy zarur ne'matlar bilan eng kam darajada ta'minlab turishda foydalaniladi.

Demping narx – bozorda o'z mavqeini mustahkamlash va raqiblarini bozordan siqib chiqarish uchun firmalar tomonidan foydalaniladigan maxsus narx. U «bozorga kirib olish narxi» deb ham ataladi. Demping narxda rasmiy narxning bir qismidan kechib yuboriladi.

Nufuzli narx – sotish hajmini o'zgartirmasdan, yuqori foyda olishga erishish uchun firmalar tomonidan foydalaniladigan narx. Bu narxni qo'llash uchun bozorda raqobat cheklangan bo'lib, monopoli vaziyat mavjud bo'lishi zarur. Mazkur vaziyatda talab narxga bog'liq bo'lmaydi, shu sababli narxning ko'tarilishi tovar sotilishini keskin kamaytirmaydi. Bundan tashqari aholining yuqori daromad oluvchi qatlami xarid qiladigan nufuzli tovarlar ham mavjudki, ular nufuzli narxlarda sotiladi.

Rivojlangan mamlakatlarda yuqori daromad oluvchi aholi qatlami uchun dala hovliga ega bo'lish, mashhur kurortlarda dam olish, so'nggi nusxadagi kiyimlar kiyish, yangi modeldagi avtomashinada yurish – martabali yoki obro'talab iste'mol hisoblanadi. Martabali iste'mol nufuzli narxlarni yuzaga keltiradi. Ular odatdagi narxlardan ancha yuqori bo'ladi. Nufuzli narxlarni qo'llashda tovarlarni ishlab chiqarish xarajatlari va rentabellik darajasi, bozordagi talab, uning o'zgarishi va bozordagi raqobatlashuv sharoiti hisobga olinadi. Shunga qarab, ma'lum davrgacha o'zgarmaydigan qat'iy (standart) narx va o'zgaruvchan narx qo'llaniladi. Shunday tovarlar borki, iste'molchilar ularning narxi o'zgarishini afzal ko'radi. Masalan, kommunal xizmat, transport xizmati tariflari shunday narxlar jumlasiga kiradi.

Erkin bozor narxi – bu talab va taklif asosida vujudga keladigan bozor narxidir. Madaniylashgan bozor sharoitlarini vujudga keltirishda erkin narx jamiyat va bozor munosabatlari barcha sub'ektlari manfaatlarini eng maqbul tarzda uyg'unlashtirishga imkon beradi.

Narx diapazoni narxlar oralig'ining puldagi ifodasidir. Narx diapazoni quyi, o'rta va yuqori narxlarni o'z ichiga oladi. Narx diapazoni qanchalik keng bo'lsa, tovar muomalasi shunchalik tez yuz beradi, chunki talab bilan narx o'zaro bog'lanadi.

Bozor ko'lami hisobga olinganda hududiy (mintaqaviy), milliy va xalqaro narxlar mavjud bo'ladi. Hududiy narx faqat ma'lum hududiy bozorga xos bo'lib, u shu hudud doirasidagi omillar ta'sirida hosil bo'ladi. Milliy bozor narxi bir mamlakat doirasida amal qiluvchi va ularning xususiyatini aks ettiruvchi narxdir. Milliy narx mamlakat doirasidagi ijtimoiy sarf-xarajatlarni, milliy bozordagi talab va taklifni, tovar nafilligini, uning qanchalik qadrlanishini hisobga oladi. Jahon bozori narxi muayyan tovarni ishlab chiqarishga sarflangan baynalminal xarajatlarni, tovarning jahon standarti talabiga mos kelish darajasini va xalqaro bozordagi talab va taklif nisbatini hisobga oladi.

Narxning xilma-xil turlari mavjud bo'lsada, ular bir-biri bilan o'zaro bog'langan, chunki ularda jamiyatdagi iqtisodiy resurslarning ishlatilish samarasi o'z ifodasini topadi. Iqtisodiyot nazariyasida narx nisbati degan tushuncha bor, u narx pariteti deb ham yuritiladi. Iqtisodiyot va undagi jarayonlar bir-biriga bog'liq bo'lganidan narxlar bir-birini yuzaga chiqaradi. Masalan, ruda narxi metall narxiga, metall narxi mashina narxiga, mashina narxi kiyim narxi tarkibiga kiradi, chunki bu narxlarning har biri o'zidan keyingi mahsulot xarajatlarini shakllantiradi. Bozorga shunday o'ziga xos tovarlar chiqadiki, ular ko'pchilik sohalarda ishlatiladigan eng muhim iqtisodiy resurslar hisoblanadi. Bular metall, neft,

ko'mir, gaz, yog'och, bug'doy, paxta kabi tovarlar bo'lib, ular narxining o'zgarishi butun narxlar nisbatini o'zgartiradi.

3. Raqobatning turli ko'rinishlari sharoitida narxning shakllanish xususiyatlari.

Narxning shakllanishiga bozorning holati bevosita ta'sir ko'rsatadi, chunki narxning shakllanishida bozordagi talab va taklif nisbati asosiy omillardan biri hisoblanadi. Shunga ko'ra, talab va taklif miqdoriga ta'sir ko'rsata olish imkoniyatiga ko'ra bozordagi raqobatning turli ko'rinishlari farqlanadi. Mukammal raqobat sharoitida ishlab chiqaruvchi (yoki sotuvchi) hamda iste'molchi (yoki xaridor)larning soni juda ko'p bo'lib, ularning ishlab chiqarish hajmini o'zgartirish orqali narx shakllanishiga ta'siri umuman sezilmaydi. Nomukammal raqobat sharoitida esa ishlab chiqaruvchilar (sotuvchilar) yoki iste'molchilar (xaridorlar)dan birining soni cheklangan bo'lishi ularning bozordagi ishlab chiqarish hajmiga va, pirovardida, bozordagi narxning shakllanishiga sun'iy ta'sir ko'rsatish imkonini beradi. Bunday raqobat turli darajalaridagi narxlarning shakllanish xususiyatlari bir-biridan farq qiladi.

Xulosa; Narx o'zida faqat nafililik yoki ijtimoiy mehnat sarflarining birini emas, balki har ikkalasining bir vaqtda puldagi ko'rinishini ifoda etadi. Demak, narx – real bozor iqtisodiyoti sharoitida tovar va xizmatlarning ijtimoiy qiymati va ijtimoiy nafililigining puldagi ifodasidir. Narxning darajasiga ta'sir etuvchi omillarni bilish muhim ahamiyatga egadir. Bulardan asosiylari bo'lib qiymat yoki ishlab chiqarish sarflari, tovarning nafililik darajasi, mazkur tovarga talab va taklif nisbati, raqobat holati, davlatning iqtisodiy siyosati, pulning qadr-qimmi va h.k. hisoblanadi. Bu omillar ichida tovar qiymati va nafililigi uning narxini belgilovchi asos bo'lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Akramovich N. A. THE PRIORITY OF USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE AGRICULTURAL EDUCATION SYSTEM //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 10. – C. 185-191.
2. G'Aybullayev Sarvar O. et al. O 'ZBEKISTONDA ISTE'MOL SAVATCHASI HOZIRGI HOLATINI VA UNI SHAKILLANTIRISH YO 'NALISHLARI //Talqin va tadqiqotlar ilmiy-uslubiy jurnali. – 2022. – T. 1. – №. 4. – C. 119-125.
3. Nizametdinov A., Ahmedova H. Elektron ta'lim metodologiyasi rivojlantirishning usullari //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollari. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C. 29-31.
4. Nizametdinov A. A. OLIY TA'LIM TIZIMINING AGRAR SOHASIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR QO'LLASH USTUVORLIGI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1 (6), 58-60. – 2022.
5. Nizametdinov A. A. OLIY TA'LIM TIZIMIDA AGRAR SOHANING USTUVORLIGI UNDA INNOVATSIYALARNING QULLANISHI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1 (6), 96-98. – 2022.
6. Мухтаров Б. А. Имитационная система прогнозирования факторов в легкой промышленности //Молодой ученый. – 2017. – №. 40. – С. 122-124.

7. Muxtarov B., Murotjonova M. O'zbekiston respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub 'ektlarining rivojlanishi //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C. 581-584.
8. Ogli R. A. R. THE DIFFERENCE BETWEEN THE CONCEPTS OF DATABASE AND DATABASE MANAGEMENT SYSTEM //Archive of Conferences. – 2022. – C. 33-34.
9. Nodira T., Maxfirat T. FORMATION AND DEVELOPMENT OF PRONUNCIATION IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN SCHOOL STUDENTS //INTERNATIONAL CONFERENCES ON LEARNING AND TEACHING. – 2022. – T. 1. – №. 1.
10. Nodira T., Maxfirat T. MODERN METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE PRONUNCIATION TO PRIMARY SCHOOL PUPILS IS BASED ON THE JAPANESE EXPERIENCE //TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2022. – C. 205-208.
11. To'ychiyeva N. Elektron Ta 'lim Tizimining Afzalliklari Va Kamchiliklari //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C. 40-41.
12. Норбеков Х., Туйчиева Н. Формирование конкурентных преимуществ компании //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C. 589-592.
13. Nodira T., Maxfirat T. FORMATION AND DEVELOPMENT OF PRONUNCIATION IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN SCHOOL STUDENTS //INTERNATIONAL CONFERENCES ON LEARNING AND TEACHING. – 2022. – T. 1. – №. 1.
14. Nodira T., Maxfirat T. MODERN METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE PRONUNCIATION TO PRIMARY SCHOOL PUPILS IS BASED ON THE JAPANESE EXPERIENCE //TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2022. – C. 205-208.
15. Nodira T., Rashid X. PROBLEMS OF INNOVATION MANAGEMENT IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – T. 3. – №. 11. – C. 155-164.
16. Nodira T. INNOVATIVE MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE HIGHER EDUCATION SYSTEM //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 10. – C. 346-351.
17. Nodira T. PRIORITIES FOR ORGANIZING ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN THE AGRICULTURAL SECTOR //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 10. – C. 192-199.
18. To'ychiyeva N. AGRAR TARMOQDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING TASHKILY-IQTISODIY ASOSLARI //INTERNATIONAL CONFERENCES. – 2022. – T. 1. – №. 4. – C. 3-6.
19. Nodira T., Maxfirat T. FOREIGN LANGUAGE PRONUNCIATION IN GRADES 1-4» //РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ. – C. 1133.

20. To'ychiyeva N. THE MAIN CHARACTERISTICS OF INNOVATION MANAGEMENT IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM //INTERNATIONAL CONFERENCES. – 2022. – Т. 1. – №. 6. – С. 103-105.
21. To'ychiyeva N. AGRAR SOHADA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR //INTERNATIONAL CONFERENCES. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 53-56.
22. Nodira T., Kudratbek N. DEVELOP ANTI-MONOPOLISM AND COMPETITION ESSENTIALLY, ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY'S ECONOMY //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1243-1258.
23. Nodira T., Jushkunbek X. THE ROLE AND PLACE OF INTERNATIONAL ECONOMIC ORGANIZATIONS IN SOLVING GLOBAL ISSUES //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1176-1190.
24. Nodira T., Bibixonim S. DIFFERENT FORMS OF PROPERTY //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1221-1235.
25. Nodira T., Nodir M. LABOR FORCE, ITS EMPLOYMENT AND UNEMPLOYMENT //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1191-1205.
26. Nodira T., Shukrullo A. TYPES OF MARKETING AND ITS CONTENT //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1206-1220.
27. Sirojiddin S., Azizbek A. TRANSITION TO THE MARKET ECONOMY AND ITS CHARACTERISTICS IN UZBEKISTAN //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 11. – С. 255-258.
28. Xolmuradovich X. B., Abduvalievich S. S. RAQAMLI IQTISODIYOTDA KICHIK BIZNESNING O 'RNI //International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2022. – С. 113-116.
29. Saitov S., Mahliyo R., Aziza M. DIGITAL PRINCIPLES OF IMPLEMENTATION OF ECONOMIC SYSTEMS IN OUR COUNTRY //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1442-1462.
30. Sirojiddin S., E'zoza D., Abror E. THEORIES OF PERFECT AND IMPERFECT COMPETITION //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1414-1434.
31. Sirojiddin S. POSSIBILITIES OF APPLYING WORLD EXPERIENCE OF ORGANIZING FREE ECONOMIC ZONES IN UZBEKISTAN //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – Т. 3. – №. 11. – С. 1388-1413.
32. Саитов С. А., Хайдаров Б. Х. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА «SWOT-АНАЛИЗ» В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ //International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2022. – С. 150-153.
33. Akramovich N. A. THE PRIORITY OF USING INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE AGRICULTURAL EDUCATION SYSTEM //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 10. – С. 185-191.

34. Nizametdinov A., Ahmedova H. Elektron ta'lim metodologiyasi rivojlantirishning usullari //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollari. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C. 29-31.
35. Nizametdinov, A. A. (2022). OLIY TA'LIM TIZIMIDA AGRAR SOHANING USTUVORLIGI UNDA INNOVATSIYALARNING QULLANISHI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1(6), 96–98. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/104>
36. Nizametdinov, A. A. (2022). OLIY TA'LIM TIZIMINING AGRAR SOHASIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR QO'LLASH USTUVORLIGI. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1(6), 58–60. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/96>
37. Nizametdinov A. et al. THE IMPORTANCE OF THE DIGITAL ECONOMY TODAY //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 11. – C. 251-254.
38. Akramovich N. A. et al. RAQAMLI IQTISODIYOTNI O'ZBEKISTONDAGI O'RNI //Conferencea. – 2022. – C. 67-69.
39. Nizametdinov Ali Akramovich. (2022). SUN'IY INTELEKTNI KADRLAR SIYOSATINI RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI. International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research, 1(2), 251–253. Retrieved from <http://journal.jbnuu.uz/index.php/ijcstr/article/view/171>
40. Bahodirovna D. L., Rakhimovna R. T., Vladimirovna S. L. SPECIAL MEANS OF IMPROVING PHYSICAL PREPAREDNESS FOR SHORT DISTANCE RUNNERS //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – T. 3. – №. 12. – C. 95-99.
41. Nizametdinov A. et al. THE NATURE, CAUSES AND CONSEQUENCES OF THE HIDDEN ECONOMY AND FACTORS AFFECTING IT //Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development. – 2022. – T. 10. – C. 22-39.
42. Nizametdinov A. et al. THE PLACE OF THE DIGITAL ECONOMY IN OUR DAILY LIFE //Web of Scientist: International Scientific Research Journal. – 2022. – T. 3. – №. 12. – C. 100-124.
43. Akramovich N. A. et al. PROBLEMS AND SOLUTIONS IN WORKING WITH THE POPULATION IN THE BANKING SYSTEM OF UZBEKISTAN //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 12. – C. 25-30.
44. Alijon N., Sherzod Y. FACTORS OF INSURANCE ACTIVITY IMPLEMENTATION //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – T. 1. – №. 12. – C. 20-24.
45. Nizametdinov Ali Akramovich. (2022). HISTORY, SUBJECT AND OBJECT OF FORMATION OF "MACROECONOMICS". Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 10(1), 209–210. Retrieved from <https://giirj.com/index.php/giirj/article/view/998>

46. Xaydarov, B., & Saitov, S. (2022). Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va afzalliklari. Zamonaviy Innovatsion Tadqiqotlarning Dolzarb Muammolari Va Rivojlanish Tendensiyalari: Yechimlar Va Istiqbollar, 1(1), 634–635. Retrieved from <https://inlibrary.uz/index.php/zitdmrt/article/view/5390>
47. Хайдаров, Б. (2021). СОКРАЩЕНИЕ БЕДНОСТИ В РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕФОРМ. Экономика и образование, (4), 288–292. извлечено от <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/174>
48. Xaydarov, B., & Saitov, S. (2022). Raqamli iqtisodiyot tushunchasi va afzalliklari. Zamonaviy Innovatsion Tadqiqotlarning Dolzarb Muammolari Va Rivojlanish Tendensiyalari: Yechimlar Va Istiqbollar, 1(1), 634–635. Retrieved from <https://inlibrary.uz/index.php/zitdmrt/article/view/5390>
49. Бахром Хайдаров Холмурадович. (2022). БИЗНЕСНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТАРТИБЛАРИ . PEDAGOGS Jurnal, 12(2), 139–142. Retrieved from <http://pedagoglar.uz/index.php/ped/article/view/1513>
50. Tuychieva N., Xaydarov B., Rashidova G. MONEY-CREDIT SYSTEM IN UZBEKISTAN //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 11. – С. 246-250.
51. Nodira T., Xaydarov B., Zafar Q. THE ROLE AND SIGNIFICANCE OF COMPETITION AND MONOPOLY IN THE ECONOMY //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 11. – С. 241-245.
52. Xaydarov B. IMPACT OF INTELLECTUAL PROPERTY PROTECTION ON THE DIGITAL ECONOMY //Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences. – 2022. – Т. 1. – №. 11. – С. 163-174.
53. Xolmuradovich X. B., Sherzod ogli A. Z., Rasulbek ogli K. J. BIZNES VA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING TURLARI VA SHAKLLARINING AHAMIYATI //MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH. – 2022. – Т. 2. – №. 18. – С. 140-145.
54. Xolmuradovich X. B. et al. 2022-2026-YILLARDA MO'ljALLANGAN YANGI O'ZBEKISTON TARAQQIYOT STRATEGIYASINING MILLIY IQTISODIYOTNI ISLOH QILISHIDAGI O'RNI //PEDAGOG. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 78-80.
55. Xolmuradovich X. B. et al. " YASHIL IQTISODIYOT" NI MODERNIZATSIYA QILISH VA ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING O 'ZARO MUTANOSIBLIGI MASALALARI //PEDAGOG. – 2022. – Т. 1. – №. 4. – С. 81-85.
56. Бахром Х. Х. БИЗНЕСНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ТАРТИБЛАРИ //PEDAGOGS jurnali. – 2022. – Т. 12. – №. 2. – С. 139-142.
57. Xolmuradovich X. B., Tuychiyevich X. R. RAQAMLI IQTISODIYOT BIZNESNI REJALASHTIRISH //International Journal of Contemporary Scientific and Technical Research. – 2022. – С. 110-113.