

Microeconomics

Lecture 9

Cost of Production

Lecturer: Sherzod Mustafakulov

**Bozor iqtisodiyoti sharoitida firmalarda
ishlab chiqarish xarajatlari.
6.1. Tadbirkorlik shakllari**

Bozor iqtisodiyotining asosiy sub'ektlaridan biri - bu firma hisoblanadi.

Firma deganda, mustaqil xo'jalik yuritadigan ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish faoliyati bilan shug'ullanuvchi iqtisodiy sub'ekt tushuniladi. Mustaqil xo'jalik faoliyati yuritadi deganda, qanday mahsulotlar ishlab chiqarish, qancha ishlab chiqarish, qaerda, kimga, qancha narxda sotish bo'yicha firmaning mustaqil qaror qabul qilishi tushuniladi.

Firma (korxonalar) - bu ishlab chiqarish resurslari egalarining qarorlarini va manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi institutsional tuzilma hisoblanadi.

Tadbirkorlik firmalarining asosiy tashkiliy shakllari: xususiy tadbirkorlik firmasi, mas'uliyati cheklangan va cheklanmagan jamiyatlar, korporatsiya (ochiq va yopiq turdagi aksionerlik jamiyatlari).

Xususiy tadbirkorlik firmasi - bu firmaning egasi ishni mustaqil, o'z manfaatidan kelib chiqib olib boradi, u tavakkalchilikni o'z zimmasiga oladi, firmaning barcha majburiyatlari bo'yicha to'liq javobgarlikni bo'yniga oladi (ya'ni, mas'uliyati cheklanmagan jamiyat hisoblanadi). Firmaning egasi yangi ishchilarni ishga yollash, ishchilarni ishdan bo'shatish xuquqiga ega, ya'ni firmadagi boshqa ishlovchilarning barcha xatti-xarakatlarini boshqaradi va nazorat qiladi. Shuning uchun ham u xarajatlarni daromaddan chiqarilib tashlangandan keyin qolgan barcha foydani o'zlashtiradi.

Xususiy firmaga egalik qiluvchi shaxs odatda eng muxim resursning egasi hisoblanadi. Shunday resurs sifatida kapital yoki insoniy resurs (qobiliyatli ishchi).

Xususiy tadbirkorlik firmasining asosiy yaxshi jixatlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

- tashkiliy tuzilmaning oddiyligi;
- firma egasining erkin xarakat qilishi (qaror qabul qilishda uni boshqalar bilan kelishishning shart emasligi);
- kuchli moddiy manfaatdorlik (barcha foydani xususiy firma egasi tomonidan olinishi).

Asosiy kamchiliklari:

- moddiy va material resurslarning cheklanganligi (firma egasi mablag'ining kamligi, kredit olishdagi qiyinchiliklarning mavjudligi);
- boshqarish va ishlab chiqarish vazifalari bo'yicha ichki ixtisoslashuv tizimining yo'qligi;
- cheklangan mas'uliyatning mavjudligi (firma bonkrotga uchraganda firma egasi uchun nafaqat barcha mavjud kapitalni yo'qotishi, balki barcha shaxsiy mulkidan ajralish xavfining mavjudligi).

Xususiy tadbirkorlik firmasi sifatida yakka tartibda faoliyat ko'rsatuvchi shaxslarni ham qarash mumkin.

Mas'uliyati cheklanmagan jamiyat - firmani birgalikda tashkil qilib, birgalikda egalik qiluvchi va boshqaruvchi shaxslar guruhi bo'lib, ular firmaning barcha majburiyatlari bo'yicha to'liq javobgarlikni cheklanmagan ravishda o'zlarining zimmalariga oladilar.

Mas'uliyati cheklangan jamiyatda firma egalari firmaning majburiyatlari bo'yicha javobgarlikni Nizom fondiga qo'shgan ulushi doirasida zimmasiga oladi, xolos.

Korporatsiya - paychilikka asoslangan jamiyat bo'lib, har bir mulk egasining mas'uliyati ushbu korxonaga qo'shgan hissasi bilan cheklangan. Korxonada aksiyalarini sotib olgan shaxslar korxonada mulki egalari aylanadilar. Korporatsiya faoliyatini aksionerlar majlisi nazorat qiladi. Aksiyadorlar o'z aksiyalariga daromad (dividend) oladilar. Korporatsiya kreditorlari o'z talablarini aksiyadorlarga emas, korporatsiyaga qo'yadilar.

Aksionerlik jamiyati ochiq turda bo'lsa, korxonada aksiyalari ochiq bozorda, ya'ni fond birjalarida erkin sotiladi. Aksiyadorlarga korporatsiya yoqmasa, ular o'z aksiyalarini ochiq bozorda sotib korxonada bilan aloqasini umuman uzishi mumkin.

Korporatsiya o'zining aksiyadorlariga bog'liq bo'lmagan holda faoliyat ko'rsatish mumkin. Agar biror aksiyadorga korporatsiyada o'tkaziladigan iqtisodiy siyosat yoqmasa u o'z aksiyalarini sotib korporatsiya bilan aloqasini uzishi mumkin, lekin korporatsiya bu bilan yopilmaydi. Shu sababli hozirgi zamonaviy korporatsiyalar barqaror faoliyat ko'rsatib kelish bilan ajralib turadilar.

Yuqorida keltirilgan ustunliklar bilan barcha korporatsiya ayrim salbiy xususiyatlarga ega:

Korporatsiyada mulk egasi (aksiyanerlar) vazifalari bilan boshqaruv vazifalari o'rtasida uzilish mavjud. Shu sababli korporatsiya mansabni suiste'mol qilish uchun kengroq yo'l ochilib beradi. Kichik va o'rta aksiyanerlar odatda korporatsiya faoliyatini nazorat qilish uchun etarli axborot ololmaydilar.

Korporatsiyaga mulkka egalik qilish xuquqi ma'lum darajada mavxum ko'rinishga ega. Nima uchun deganda korxonada faoliyatini nazorat qilish sustlashadi. Nazorat paketiga ega bo'lganlar asosan yuqori boshqaruv organini nazorat qiladilar. O'zining shaxsiy manfaatlarini ko'zlab tavakkalchilik yuqori bo'lgan operatsiyalarda qatnashadilar, ba'zi hollarda shaxsiy boylik olish uchun to'g'ridan to'g'ri berilgan mansabni suiste'mol qilishgacha boradilar (qimmatli qog'ozlar bo'yicha nayranglar). Lekin bunaqangi suiste'mollar ma'lum darajada cheklangan. Bunday hollarni ko'payishiga bozorni o'zi yo'l qo'ymaydi. Agar korporatsiya yaxshi faoliyat ko'rsatmasa, aksiyaga olinadigan dividendlar tushib ketsa kompaniyaning faoliyatiga aksiyadorlarning aralashuvi kuchayadi va bu boshqaruv tarkibini to'liq yoki qisman o'zgarishiga olib kelish mumkin. Bundan tashqari kompaniyadagi

menedjerlar mehnatining obroyi bilan birga ularning daromadlari ham tushib ketishi mumkin.

Zamonaviy korporasiyalarning yana bir salbiy tomoni bu ikki tomonlama soliqqa tortish. Gap shundaki, aksionerlarga dividend sifatida beriladigan daromad korporasiya foydasi kirgani uchun avvalambor u korporasiya foydasi sifatida soliqqa tortiladi. Keyin aksiodorlar yana soliqqa tortiladi. Natijada foydaning ancha qismi soliq orqali davlat budjetiga tushadi.

Foyda olmaydigan tashkilotlar. Bozor sharoitida bunday turdagi tashkilotlarga foyda olish maqsadida harakat qilmaydigan kasaba uyushmalari, klublar, maschitlar, kasalxona, kollejlari, xayriya jamiyatlari va boshqalar kiradi.

Kooperativlar. Kooperativlar o'z a'zolarining resurslarini foyda olish maqsadida birlashtirish asosida vujudga keladi.

Firmaning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati. Firmaning ishlab chiqarishi va xarajatlari to'g'risida gapirganda ularni ikki xil vaqt oralig'ida qarash lozim, qisqa muddatli va uzoq muddatli.

Qisqa muddatli oraliq - bu shunday vaqt oralig'iki, firma bu oraliqda faoliyat ko'rsatganda, u ishlab chiqarish omillaridan kamida bittasining hajmini o'zgartira olmaydi. Bunday omilga o'zgarmas ishlab chiqarish omili deyiladi.

O'zgarmas omil sifatida firma kapitali - ishlab chiqarish quvvati hisoblanadi. Masalan, firma kapitalidan foydalanish yo'nalishini o'zgartirish uchun odatda uzoq vaqt talab qilinadi. Yangi zavod qurish uchun, birinchi navbatda uning loyihasi ishlab chiqiladi, uskuna va texnologik liniyalar sotib olinadi va o'rnatiladi. Ushbu ishlarni amalga oshirish uchun ko'p vaqt talab qilinadi (kamida bir yil).

Uzoq muddatli oraliq - bu oraliqda firma ishlab chiqarishda foydalanayotgan barcha ishlab chiqarish omillari hajmini (ishlab chiqarish quvvatini ham) o'zgartiradi. Uzoq muddatli oraliqda barcha ishlab chiqarish resurslari o'zgaradi va bunday resurslarga o'zgaruvchan resurslar deyiladi.

qisqa muddatli oraliqda firma ishlab chiqarish quvvatini o'zgartira olmaydi, lekin undan foydalanishni intensivlashtirishi mumkin.

Uzoq muddatli oraliqda ishlab chiqarish quvvati ham o'zgaradi. Albatta uzoq va qisqa muddatli oraliqlar har-xil mahsulotlar uchun turlicha bo'lishi mumkin.

6.2. Firmalarda xarajatlar, ishlab chiqarish va foyda.

Har qanday firmaning asosiy maqsadi foydani maksimallashtirishdan iboratdir.

Umumiy holda foyda yalpi daromaddan umumiy xarajatlarni ayirish orqali topiladi.

$$\pi = TR - TC, \quad (1)$$

bu erda π - foyda; TR - umumiy daromad; TC - umumiy xarajat.

Xarajatlar firmaga nisbatan tashqi va ichki xarajatlarga bo'linadi. Tashqi xarajatlarga tashqi to'lovlar, ya'ni tashqi mol etkazib beruvchilarga (xom-ashyo, materiallar, elektroenergiya, gaz) to'lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi

xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi.

Ichki xarajatlar sifatida quyidagilar qaraladi: 1) tadbirkorning o'ziga tegishli resurslarga bo'lgan xarajati; 2) tadbirkorlik qobiliyatiga to'g'ri keladigan va tadbirkorga tegishli bo'lgan normal foyda. Buxgalteriya foydasidan ichki xarajatlarni ayirib tashlasak iqtisodiy foydani olamiz.

Tashqi va ichki xarajatlarning yig'indisi alternativ yoki iqtisodiy xarajatlarni tashkil qiladi. Alternativ xarajatlar, firmaning resurslaridan eng yaxshi variantda foydalanishi bilan bog'liq yo'qotilgan imkoniyatlardir.

Iqtisodiy xarajatlar firma faoliyatini buxgalter va iqtisodchi tomonidan baholanishni farq qilishga imkon beradi. Buxgalterni birinchi navbatda, firmaning ma'lum muddat davomidagi (hisobot davrida) faoliyati natijalari qiziqtiradi. Iqtisodchini esa firmaning kelajagi, uning kelajakdagi faoliyati qiziqtiradi. Shuning uchun ham firma ixtiyoridagi resurslardan eng yaxshi alternativ foydalanish variantlarini topishga e'tibor beradi.

Qaytarilmaydigan xarajatlar. qaytarilmaydigan xarajatlar oldin qilingan xarajatlar bo'lib, ularni qaytadan tiklash mumkin emas. Bu xarajatlar qaytarilmasligi uchun ham firmaning qaror qabul qilishiga ta'sir qilmaydi. Masalan, firma 100 ming so'mga maxsus uskuna sotib oldi, lekin firmaning qarori o'zgardi va bu uskuna umuman kerak bo'lmay qoldi, undan alternativ foydalanish varianti mavjud emas.

Firma ushbu uskunani 60 ming so'mga sotib, 40 ming so'm zarar ko'rdi. 40 ming so'm qaytarilmaydigan xarajat hisoblanadi va firmaning harakatiga ta'sir qilmaydi.

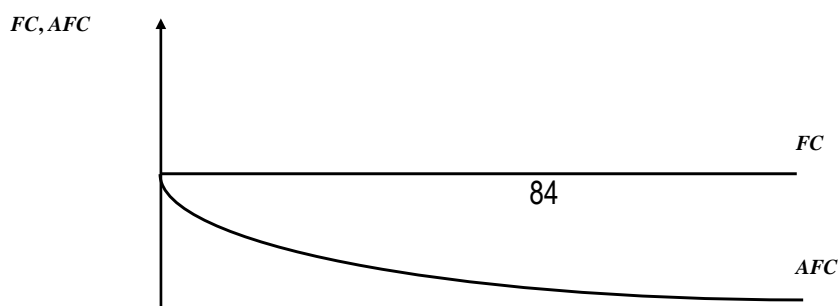
O'zgarmas xarajat (*FC - fixed cost*) - bu qisqa muddatli oraliqda mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lmagan xarajatdir (mahsulot ishlab chiqarish hajmi oshganda ham, kamayganda ham o'zgarmaydigan xarajat). O'zgarmas xarajatlarga binodan, texnikadan, inshootlardan, ishlab chiqarish uskunalaridan foydalanish bilan bog'liq xarajatlar, ijara haqi, kapital ta'mirlash, ma'muriy xarajatlar kiradi.

O'rtacha o'zgarmas xarajat (*AFC - Average Fixed Cost*) - bir birlik mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgarmas xarajat bo'lib, u quyidagicha aniqlanadi:

$$AFC(Q) = \frac{FC}{Q}. \quad (5)$$

O'rtacha o'zgarmas xarajat mahsulot hajmi oshishi bilan kamayib boradi.

O'zgarmas xarajat (*FC*) va o'rtacha o'zgarmas xarajatlar (*AFC*) chizig'i grafikda quyidagicha tasvirlanadi (6.1-rasm).



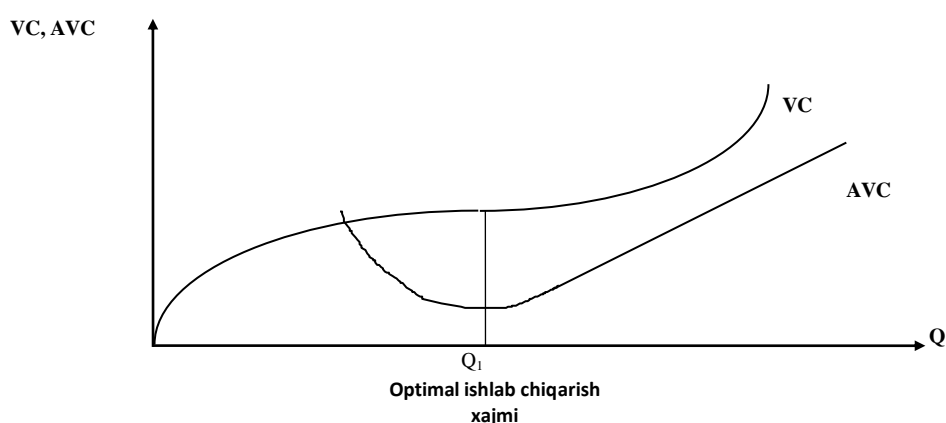
6.1-rasm. FC va AFC chiziqlari grafigi.

O'zgaruvchan xarajat (VC - *Variable Cost*) - mahsulot ishlab chiqarish hajmiga bog'liq bo'lgan xarajat, ya'ni mahsulot hajmi oshganda yoki kamayganda o'zgaradigan xarajat. O'zgaruvchan xarajat Q ga bog'liq funktsiya bo'lib, $VC(Q)$ ko'rinishida yozilishi mumkin.

O'zgaruvchan xarajatlarga xom ashyoga, elektroenergiyaga, gazga, yordamchi materiallarga bo'lgan xarajatlar hamda ish haqi kiradi.

O'rtacha o'zgaruvchan xarajatlar (AVC - *Average Variable Cost*) - bir birlik ishlab chiqarilgan mahsulotga to'g'ri keladigan o'zgaruvchan xarajat bo'lib, u o'zgaruvchan xarajat miqdorini ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga nisbati bilan aniqlanadi. O'rtacha xarajatlar firma optimal texnologik razmga (optimal ishlab chiqarish hajmiga) erishganda o'zining minimal qiymatiga erishadi (6.2-rasm), ishlab chiqarish hajmi yana oshsa, o'rtacha xarajat ham oshib boradi (bu erda boshqarishning murakkablashuvi, samarali bo'lmagan resurslardan foydalanish, o'zgaruvchan xarajatlarni oshishiga sabab bo'ladi).

O'rtacha o'zgaruvchan xarajat firma faoliyatini tahlil qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Uning yordamida firma faoliyatining samaradorligi, firmaning muvozanat holati va kelajakdagi istiqboli (ishlab chiqarishni kengaytirish, qisqartirish yoki tarmoqdan chiqish) belgilanadi.



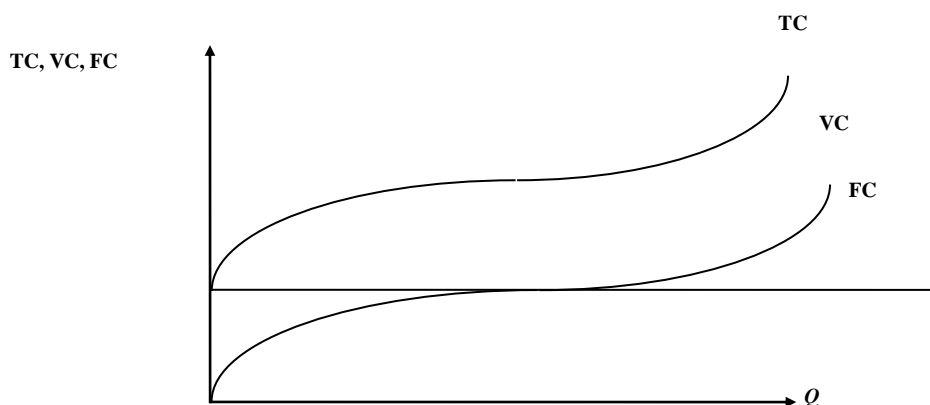
6.2-rasm. VC va AVC chiziqlari grafigi.

Umumiy xarajatlar (TC - *Total Cost*) - qisqa muddatli orliqda ma'lum miqdorda mahsulot ishlab chiqarish uchun sarflangan o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlarning yig'indisiga teng: $TC = FC + VC(Q)$. (6)

Bu erda FC - o'zgarmas xarajat, $VC(Q)$ - o'zgaruvchan xarajat.

O'rtacha xarajatni ba'zi hollarda TC o'rniga C bilan ham belgilaydi.

Grafik ko'rinishda umumiy xarajat chizig'i o'zgarmas va o'zgaruvchan xarajatlar chiziqlarini qo'shish bilan hosil qilinadi (6.3-rasm).

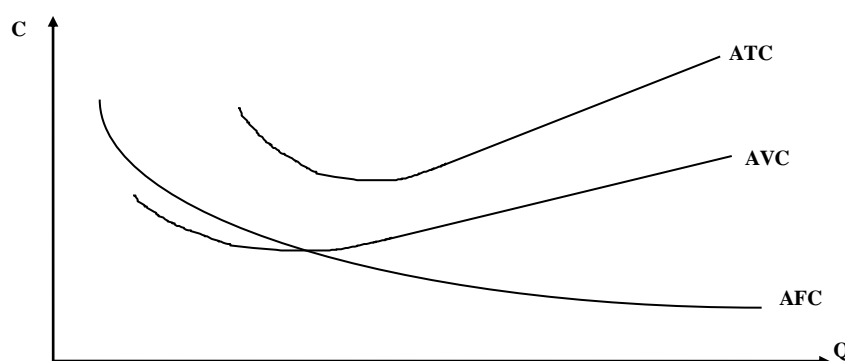


6.3-rasm. Umumiy xarajatlar.

O'rtacha umumiy xarajatlarni umumiy xarajatni ishlab chiqarilgan mahsulot miqdoriga bo'lish yo'li bilan aniqlash mumkin: $ATC = \frac{TC}{Q}$,

yoki o'rtacha o'zgarmas (AFC) va o'rtacha o'zgaruvchan (AVC) xarajatlarni qo'shish yo'li bilan aniqlanadi: $ATC = AFC + AVC = \frac{(FC + VC)}{Q}$. (7)

ATC , AFC va AVC chiziqlarining grafikdagi ko'rinishi quyidagi rasmda keltirilgan (6.4-rasm).



6.4-rasm. ATC , AFC va AVC chiziqlarining grafiklari.

O'rtacha umumiy xarajatlar firma faoliyatini tahlil qilishda asosiy ko'rsatkichlardan biri xisoblanadi. O'rtacha umumiy xarajat bilan narx o'rtasidagi farq orqali firmaning olayotgan foydasi yoki zarari aniqlanadi.

Chekli xarajat (MC - *Marginal Cost*) - ishlab chiqarish hajmini kichik miqdorga (odatda bir birlikka) oshirish bilan bog'liq bo'lgan qo'shimcha umumiy xarajatdir: $MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{\Delta(FC+VC)}{\Delta Q} = \frac{\Delta FC}{\Delta Q} + \frac{\Delta VC}{\Delta Q} = \frac{\Delta VC}{\Delta Q} = MVC$

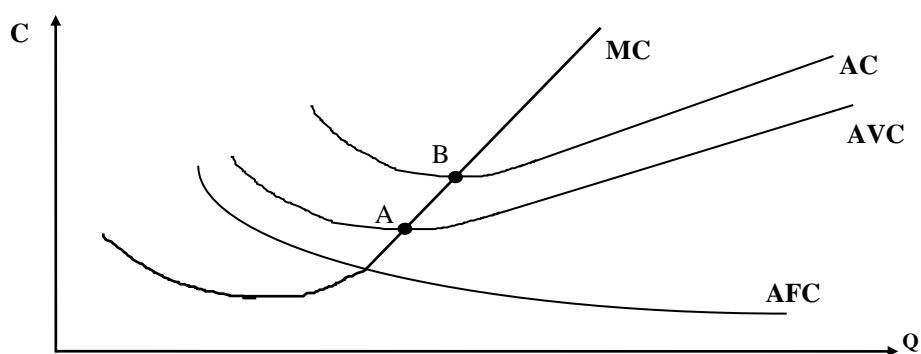
Bu erda chekli o'zgarmas xarajat $\frac{\Delta(FC)}{\Delta Q} = 0$ bo'lgani uchun, chekli xarajat chekli o'zgaruvchan xarajat MVC ga teng ($MC = MVC$).

MVC - chekli o'zgaruvchan xarajat bo'lib, mahsulotni qo'shimcha bir birlikka (ΔQ) oshirgandagi o'zgaruvchan xarajatning o'sgan qismi ΔVC ga teng.

Yuqoridagi formuladan ko'rinib turibdiki, o'zgarmas xarajat chekli xarajat miqdoriga ta'sir qilmaydi. Chekli xarajat o'zgaruvchan xarajat funksiyasidan olingan hosilaga teng: $MC = \frac{d(VC)}{dQ}$.

Xarajatlar funksiyasi grafiklari bir-biriga nisbatan shunday joylashganki, boshlanishda chekli xarajatlar kamayib boradi (bu erda asosiy sabab, ishlab chiqarish masshtabi kengayishining musbat samarasi va optimal texnologik ishlab chiqarish hajmiga chiqish hamda o'zgarmas xarajatlarning kamayishi). Optimal hajmdan keyingi ishlab chiqarish hajmining o'sishida kam samarali resurslarni ishlab chiqarishga jalb qilish, ishlab chiqarish masshtabini ortiqcha kengayishi natijasida boshqaruv samaradorligining kamayishi, xarajatlarning ortishi natijasida chekli xarajatlar o'sib boradi.

Umumiy, o'rtacha, o'zgaruvchan va chekli xarajatlar grafiklarining tipik joylashuvi quyidagi 6.5-rasmda keltirilgan:



6.5-rasm. AC, AVC, AFC va MC grafiklarining o'zaro joylashuvi.

Rasmdan ko'rinib turibdiki, agar $MC < AC$ bo'lganda AC chizig'i pastga qarab tushadi va $MC < AVC$ bo'lganda ham AVC chizig'i pastga qarab kamayib boradi. Buning sababi - har bir yangi qo'shimcha birlik mahsulotni ishlab chiqarish xarajati ishlab chiqilgan mahsulotning o'rtacha va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatidan kichik bo'lgani uchun, o'rtacha va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlarni kamaytiradi.

Agar $MC > AC$ va $MC > AVC$ bo'lganida AC va AVC chiziqlari yuqoriga qarab o'sib boradi. Bu erda qo'shimcha ishlab chiqarilgan birlik mahsuloti xarajati AC va AVC dan katta bo'lgani uchun, u ushbu o'rtacha va o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlarini oshiradi.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqadiki, o'rtacha xarajat (AC) va o'rtacha o'zgaruvchan xarajat (AVC)lar o'zlarining minimal qiymatlarida MC chizig'ini kesib o'tadilar (rasmda A va B nuqtalar), ya'ni $AC = \min AC(Q)$ bo'lganda $MC = AC$, va $AVC = \min AVC(Q)$ bo'lganda $AVC = MC$.

Misol. Yuqorida ko'rib o'tilgan apelysin sotuvchining xarajatlarini qaraymiz. 6.2-jadvalda sotuvchining xarajatlari tarkibi keltirilgan.

6.2-jadval.

Mahsulot miqdori, Q	O'zgarmas xarajat, FC	O'zgaruvchan xarajat, VC	Yalpi xarajat, TC	Chekli xarajat, MC	O'rtacha xarajatlar		
					O'zgarmas, AFC	O'zgaruvchan, AVC	Umumiy, ATC
0	50	0	50	-	-	-	-
1	50	50	100	50	50	50	100
2	50	90	140	40	25	45	70
3	50	120	170	30	17	40	57
4	50	160	210	40	13	40	53
5	50	210	260	50	10	42	52
6	50	270	320	60	8	45	53
7	50	340	390	70	7,1	49,6	55,8
8	50	420	470	80	6	53	59
9	50	510	560	90	5,5	56,5	62
10	50	610	660	100	5	61	66

Jadvalni qarasak, o'rtacha umumiy xarajatlar sotish hajmi 5 birlikka teng bo'lganda minimal 52 so'mga teng. Chekli xarajatlar sotish xajmi 2-dan 3-birlikka o'tganda minimal qiymat - 30 so'mga teng. O'rtacha o'zgarmas xarajatlar sotish hajmi oshishi bilan kamayib bormoqda.

Qisqa xulosalar

Har qanday firmaning asosiy maqsadi foydani maksimallashtirishdan iboratdir. Umumiy holda foyda yalpi daromaddan umumiy xarajatlarni ayirish orqali topiladi. Xarajatlar firmaga nisbatan tashqi va ichki xarajatlarga bo'linadi. Tashqi xarajatlarga tashqi to'lovlar, ya'ni tashqi mol etkazib beruvchilarga (xom-ashyo, materiallar, elektroenergiya, gaz) to'lovlar kiradi. Umumiy daromaddan tashqi xarajatlarni ayirib tashlasak, buxgalteriya foydasini olamiz. Buxgalteriya foydasi ichki (yashirin) xarajatlarni hisobga olmaydi. Tashqi va ichki xarajatlarning yig'indisi alternativ yoki iqtisodiy xarajatlarni tashkil qiladi. Alternativ xarajatlar, firmaning resurslaridan eng yaxshi variantda foydalanishi bilan bog'liq yo'qotilgan imkoniyatlardir. Qisqa muddatli oraliq - bu shunday vaqt oraliq, firma bu oraliqda faoliyat ko'rsatganda, u ishlab chiqarish omillaridan kamida bittasining

hajmini o'zgartira olmaydi. Uzoq muddatli oraliq - bu oraliqda firma ishlab chiqarishda foydalanayotgan barcha ishlab chiqarish omillari hajmini (ishlab chiqarish quvvatini ham) o'zgartiradi. Uzoq muddatli oraliqda barcha ishlab chiqarish resurslari o'zgaradi va bunday resurslarga o'zgaruvchan resurslar deyiladi

Nazorat va muhokama uchun savollar

1. Tadbirkorlik shakllarining xususiyatlarini aytib bering.
2. Firmalarning qisqa va uzoq muddatli oraliqdagi faoliyati nimalar bilan xarakterlanadi?
3. Firmaning ichki va tashqi xarajatlarini izohlab bering.
4. Ishlab chiqarish xarajatlari grafikda qanday tasvirlanadi?
5. O'rtacha va o'zgaruvchan xarajatlar.
6. Yalpi xarajat va o'rtacha xarajatlarning hisoblash usullari.
7. Qanday xarajatlarga o'zgarimas xarajatlar deb ataladi?
8. Ishlab chiqaruvchining muvozanatlik shartini grafik va matematik usulda aks ettiring.
9. Chekli xarajat nimani ifodalaydi?
10. Chekli o'zgaruvchan xarajatlar qanday aniqlanadi?

Asosiy adabiyotlar ro'yxati

1. Куликов А.М. Основы экономической теории: Учебное пособие / - М.: Финансы и статистика, 2003 – 400с.
2. Решоненко И.В. История экономических учений: конспект аспекты / - Снб. : изд-во Михайлова В.А., 2003. – 64.
3. Экономическая теория: Учебник / под ред. А.Т.Грязновой, Т.В.Чеченовой. М.: Экзамен, 2003. – 592 с.
4. Книмов С.М. Микроэкономика: Учебное пособие / С.М.Климов, А.П.Семиин, Т.А.Федорова. – Спб.:ИВЭСЭП, Знание, 2003. – 350с.
5. Электронная библиотека по финансам, управлению и маркетингу <http://www.humanities.edu.ru/db/sect/31/88>
6. Библиотека экономической и деловой литературы <http://www.aup.ru/library/>