

RAQOBATLASHGAN BOZORDA QISQA MUDDAT ORALIG'IDA FIRMA FOYDASINI MAKSIMALLASHTIRISH VA UNING TAKLIFI

Komilov Nosirbek

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

To'rtko'l fakulteti talabasi

Telefon raqam: +998952180632

E-mail: nosirbekkomilov126@gmail.com

*Assistent: **Raxmatullayev Umarbek***

Annotatsiya. Ushbu tezisdagi shakllanishning nazariy va amaliy asoslari bayon etiladi. Jumladan mazkur tezisdagi qisqa muddatdagi individual taklif egri chizig'ini xarajatlar egri chizig'ining o'rtacha o'zgaruvchan xarajatlardan yuqori qismi sifatida shakllanishi ilmiy asoslab beriladi. Raqobatlashgan bozorda qisqa muddat oralig'ida firma foydasini maksimallashtirish va uning taklifi salbiy va ijobiy natijalari tahlil qilinadi.

Kalit so'zlar. Mukammal raqobat, biznes yuritish, barqaror ish o'rinlari, raqobatlashgan bozor.

To'liq raqobat sharoitida biznes yuritishda foydani maksimallashtirish muhim rol o'ynaydi. Onlayn testlardan foydalangan holda amaliy mikroiktisodiyot/makroiqtisodiyot ta'rifi ko'ra, mukammal raqobat katta bozor hisoblanadi. U erda barcha firmalar (sotuvchilar) bir xil mahsulotlarni sotish orqali ko'proq xaridorlarni jalb qilish uchun bir-biri bilan raqobatlashadilar. Bundan tashqari, firmalarning bozorga kirishi yoki chiqishi uchun hech qanday to'siq bo'lmagani uchun raqobat kuchli. Shuning uchun ko'pgina kompaniyalar iqtisodiy samaradorlik va raqobatbardosh narxlarga erisha olmaganligi sababli muvaffaqiyatsizlikka uchraydi. Muvaffaqiyatli biznes barqaror ish o'rinlarini yaratadi, bu esa iqtisodiy o'sish va ijtimoiy farovonlikka olib keladi. Tadqiqotlar biznes hayotining davomiyligiga ta'sir qiluvchi omillarni o'rganib chiqdi, masalan, Brigham E.F. va Xyuston J.F. samarali moliyaviy boshqaruv, shu jumladan byudjetlashtirish strategiyalari va etarli moliyaviy resurslar uzoq muddatli barqarorlik uchun muhim ekanligini aniqladilar[1]. Bundan tashqari, uzoq muddatda omon qolish uchun kompaniyalar xarajatlarni minimallashtirish uchun maksimal samaradorlik bilan ishlashi kerak. Bu o'rtacha xarajatlarni kamaytirish va etarli daromadni ta'minlash uchun ishlab chiqarish samaradorligini optimallashtirish uchun tegishli strategiyani talab qiladi, hamda qabul qilingan tegishli strategiyani amalda qanchalik foyda berishini nazorat qiladi.

Mukammal raqobatbardosh firma bozor talabi va taklifi bilan belgilanadigan mahsulot narxini qabul qilishi kerakligi sababli u o'z narxini tanlay olmaydi. Buning o'rniga, mukammal raqobatbardosh firma o'z mahsulotining istalgan miqdorini qat'iy belgilangan narxda sotishi mumkin. Bu shuni anglatadiki, firma o'z mahsulotiga mutlaqo egiluvchan talab egri chizig'iga duch keladi: xaridorlar har qanday mahsulot miqdorini bozor narxida sotib olishga tayyor. Mukammal raqobatbardosh firma o'z ishlab chiqarish hajmini tanlaganda, bu hajm ishlab chiqarish va resurslar uchun amaldagi bozor narxlari bilan birga firmaning umumiy daromadini, umumiy

xarajatlarini va pirovardida foyda darajasini belgilaydi. Mukammal raqobatbardosh firma iqtisodiy foydani maksimal darajaga ko'taradigan mahsulot miqdorini - umumiy daromad va umumiy xarajatlar o'rtasidagi farqni ishlab chiqarishi taxmin qilinadi. Ushbu ishlab chiqarish qarorini uch xil, ammo o'zaro bog'liq nuqtai nazardan tahlil qilish mumkin.

1-jadval

Foyda	Iqtisodiy foydaning to'g'ridan-to'g'ri tahlili, xususan, turli ishlab chiqarish hajmlarida iqtisodiy foyda darajasini ko'rsatadigan foyda egri chizig'idan foydalanish.
Umumiy daromad va xarajat	Umumiy daromad va jami xarajatlarni taqqoslash bo'lib, u odatda umumiy daromad va umumiy xarajatlar egri chizig'idan foydalangan holda amalga oshiriladi.
Marjinal daromad va xarajat	Eng mashhur yondashuv marjinal daromad va marjinal xarajatlarni taqqoslash bo'lib, unga marjinal daromad va marjinal xarajatlar egri chiziqlari yordamida erishiladi.

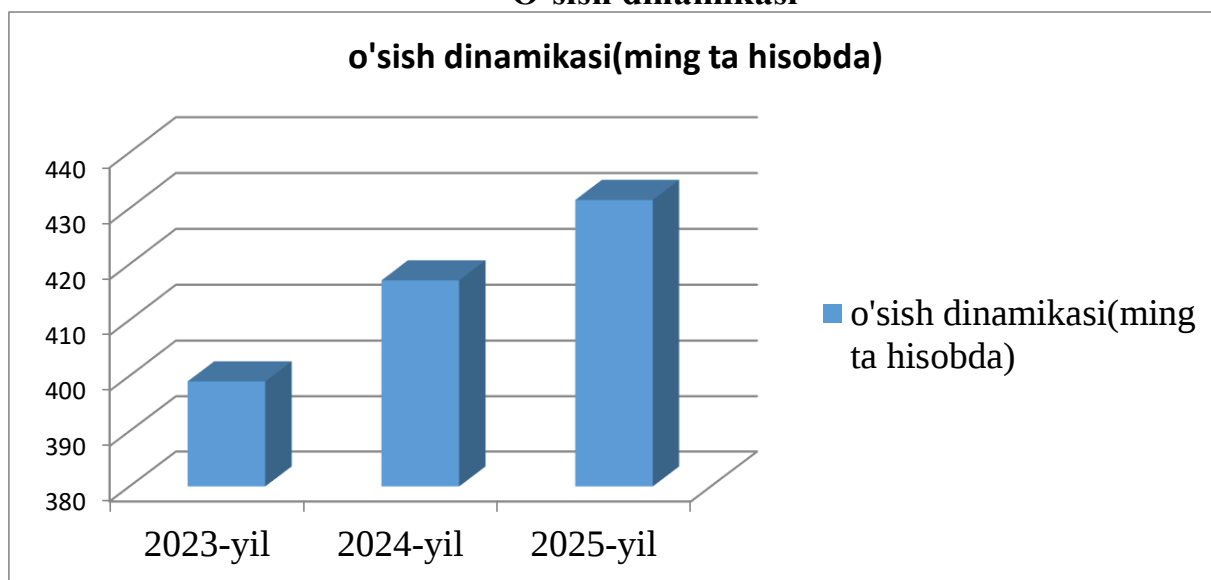
Pindik va Rubinfeld xarajatlarni aniqlash va tabiatiga alohida e'tibor berishadi. Ular daromadning kamayishi qonuniga tayanadi, ya'ni ma'lum bir bosqichdan keyin ishlab chiqarish yo'lga qo'yilsa, marjinal ishlab chiqarish xarajatlari sezilarli darajada oshadi.[4] Menejmentga kelsak, Brigham va Xyuston barqaror uzoq muddatli rentabellikka erishish uchun strategik moliyaviy menejment, oqilona byudjetlashtirish va xarajatlarni nazorat qilish samaradorligini ta'kidlaydilar [5]. Shunday ekan, yuqoridagi olimlarni fikridan kelib chiqqan holda, raqobatlashgan bozorda qisqa muddat oralig'ida firma foydasini maksimallashtirish va uning taklifiga olimlar aytgan iqtibosga to'g'ri keladi.

Mukammal raqobat bozorini tahlil qilishdan oldin bir nechta muhim taxminlarni amalga oshirish kerak. Birinchidan, barcha firmalar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar bir hil bo'lib, ularni bir-birini mukammal o'rnini bosuvchi qiladi. Bundan tashqari, bozor narxi talab va taklifning kesishishi bilan belgilanadi va har bir firma bu bozor narxini qabul qilishi kerak. Nihoyat, barcha firmalar va iste'molchilar o'zlarini oqilona tutadilar, mos ravishda foyda va foydalilikni maksimal darajada oshirishga intiladilar. Raqobatlashgan bozorda qisqa muddat oralig'ida firma foydasini maksimallashtirishni bir qator hisob-kitoblari bor, ularga quyidagilar kiradi: foydani hisoblash, foydani maksimallashtirish sharti, chegaraviy xarajatni hisoblash, o'rtacha xarajat hisoblari, qisqa muddatlarda ishlab chiqarishni to'xtatib turish yoki davom ettirish qarori, qisqa muddatdagi taklif ehri chizig'i. Yuqoridagi aytilgan hisob-kitoblarni ham o'ziga yarasha vazifasi mavjud. Masalan, foydani hisoblashni oladigan bo'lsak, bunda, foyda-firmaning daromadi va xarajatlari o'rtasidagi farqdan iborat bo'ladi. Misol uchun havo transportini oladigan bo'lsak, havo transporti bozori oligopoliya hisoblansa-da, chunki u kirish uchun to'siq bo'lsa-da, aviakompaniyalarning o'z strategiyalarini o'zgartirish uchun $MR=MC$ qoidasidan foydalanishiga oid ba'zi real misollar mavjud. 1960-yillarning boshida Continental

Airlines qo'shimcha daromad o'rtacha xarajatlardan past bo'lsa ham, lekin baribir marjinal xarajatlarni qoplagan bo'lsa ham, parvozlarni amalga oshirish strategiyasidan foydalangan. 1960-yillarning boshlarida Continental Airlines aviakompaniyasi o'rtacha xarajatlardan pastroq qo'shimcha daromad keltirmasa ham, marjinal xarajatlarni qoplagan taqdirda ham parvozlarni amalga oshirishning o'xshash strategiyasidan foydalangan. Bu katta daromad keltirdi va boshqa aviakompaniyalar tomonidan qabul qilingan strategiyalarga ta'sir ko'rsatdi.[6]

Raqobatlashgan bozorda qisqa muddat oralig'ida firma foydasini maksimallashtirish va uning taklifi borasida O'zbekistonda ham bir qator islohotlar amalga oshirildi. Bularga Raqobatni kuchaytirish agentliging qayta tashkil etilishi(2020), hukumatning biznes uchun milliy va jahon bozoriga kirish to'siqlarni kamaytirishi, valyutalar liberallasuvi kabi bir qator islohotlar amalga oshirildi. Bunday islohotlarning amalga oshirilishi natijasida qisqa muddatda ham, uzoq muddatda ham mukammal raqobatga yaqin bozor muhitini yaratmoqda. Milliy statiska ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda raqobatlashgan bozorda korxonalar soni ham yildan-yilga o'sishi kuzatilgan. Ma'lumotlarga ko'ra o'tgan yilning mos davriga nisbatan O'zbekistonda korxonalar soni 14,4 mingga oshgan.¹

O'sish dinamikasi



1-rasm

Demak bu statiskadan ko'rsak bo'ladiki, O'zbekistonda raqobatlashgan bozorda qisqa muddat oralig'ida firma foydasini maksimallashtirish va uning taklifi borasida ko'rsatkich sezilarli darajada oshgan.

Tadqiqotdan shunday xulosa kelishimiz mumkinki, O'zbekistonda raqobatlashgan bozor sohasida rivojlanish, maksimalni daromad olish, iste'molchilarga taklif miqdori, hamda mahsulot sifati va narxi borasida raqobat ancha barqaror. Bunday barqaror o'sish va rivojlanishni qo'llab-quvvatlash borasida O'zbekiston hukumati raqobatlashgan bozorda qisqa muddat oralig'ida firma foydasini maksimallashtirish va uning taklifi to'siq bo'luvchi muammolarni hal qilish kerak.

¹ Stat.uz

Foydanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Musgrave, Frank va boshqalar. Onlayn testlar bilan AP Mikroiqtisodiyot/Makroiqtisodiyot. Saymon va Shuster, 2020 yil
2. Dr. F. Kwame Agyire-Tettey Department of Economics, ECON 311 MICROECONOMICS THEORY
3. www.AmosWEB.com, AmosWEB MChJ, 2000–2025. [Kirishilgan: 2025-yil 15-noyabr]
4. Pindik, Robert S. va Rubinfeld, Daniel L. Mikroiqtisodiyot. 2018.
5. Brigham, Eugene F. va Joel F. Xyuston. Moliyaviy menejment asoslari, xulosa. Janubi-g'arbiy kollej, 2019 yil.
6. Meri Xoll, "Qanday qilib marjinal xarajat va daromad bilan foydani maksimal darajada oshirish mumkin", The Investing Encyclopedia, 2023. <https://www.investopedia.com/ask/answers/041315/how-marginal-revenue-related-marginal-cost-production.asp>
7. www.stat.uz