

**RAQOBAT MUHITI SHAROITIDA ISTE'MOLCHILARNING TANLOV
XATTI-HARAKATLARINI MIKROIQTISODIY TAHLIL QILISH**

*Toshkent davlat Iqtisodiyot
universiteti talabasi*

O'tkirov Azalshoh

Teli: +998939848007

Gmail: azalshohotkirov@gmail.com

*Ilmiy rahbar: **Umirov Abdusalom***

Annotatsiya

Mazkur tezisdagi bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchilarning tanlov xatti-harakatlarini mikroiqtisodiy tahlil qilish masalalari yoritilgan. Tadqiqotda iste'molchilar qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir etuvchi asosiy omillar – narx, daromad darajasi, muqobil tovarlar, shaxsiy afzalliklar va reklama ta'siri kabi ko'rsatkichlar ilmiy jihatdan tahlil qilinadi. Raqobat muhiti iste'molchilarning qarorlariga qanday iqtisodiy rag'batlar orqali ta'sir ko'rsatishi, ularning foyda maksimallashtirish modeli asosida tahlil qilinadi. Tadqiqotda mikroiqtisodiyot nazariyalaridan – iste'molchi muvozanati, foyda va chegaraviy foyda tushunchalari, narx elastikligi kabi modellardan foydalanilgan. Shuningdek, raqobatning turli shakllarida (erkin raqobat, monopoliya, oligopoliya) iste'molchi tanlovi qanday o'zgarishini amaliy misollar asosida o'rganish imkonini beradi. Ish natijalari milliy bozor sharoitida samarali marketing strategiyalarini shakllantirish, iste'molchilar ehtiyojini chuqur tahlil qilish va iqtisodiy siyosatni takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: Mikroiqtisodiyot, iste'molchi tanlovi, raqobat muhiti, foyda maksimallashtirish, narx elastikligi, iste'molchi xatti-harakati, bozor mexanizmi, iqtisodiy rag'bat, marketing strategiyasi, iqtisodiy tahlil.

Abstract

This thesis explores the microeconomic analysis of consumer choice behavior under competitive market conditions. The research examines the main factors influencing consumer decision-making, such as price, income level, substitute goods, personal preferences, and the impact of advertising. The study scientifically analyzes how competition affects consumer choices through economic incentives, based on the model of utility maximization.

The research employs key microeconomic theories, including consumer equilibrium, utility and marginal utility concepts, and price elasticity models. It also investigates how consumer choices vary under different forms of competition—perfect competition, monopoly, and oligopoly—through applied examples. The results of the

study provide valuable insights for developing effective marketing strategies, improving the understanding of consumer needs, and enhancing economic policy in national markets.

Keywords: Microeconomics, consumer choice, competitive environment, utility maximization, price elasticity, consumer behavior, market mechanism, economic incentives, marketing strategy, economic analysis.

Аннотация

В данной работе рассматривается микроэкономический анализ поведения потребителей в условиях рыночной конкуренции. В исследовании изучаются основные факторы, влияющие на процесс принятия решений потребителями — цена, уровень дохода, наличие товаров-заменителей, личные предпочтения и воздействие рекламы. Анализируется, каким образом конкурентная среда влияет на поведение потребителей через экономические стимулы, основываясь на модели максимизации полезности. В исследовании использованы основные микроэкономические теории, такие как равновесие потребителя, понятия полезности и предельной полезности, а также модели ценовой эластичности. Кроме того, рассматриваются изменения в поведении потребителей при различных формах конкуренции (совершенная конкуренция, монополия, олигополия) на основе практических примеров. Полученные результаты имеют важное значение для разработки эффективных маркетинговых стратегий, глубокого анализа потребительских потребностей и совершенствования экономической политики на национальном уровне.

Ключевые слова: Микроэкономика, выбор потребителя, конкурентная среда, максимизация полезности, ценовая эластичность, поведение потребителей, рыночный механизм, экономические стимулы, маркетинговая стратегия, экономический анализ.

Kirish

Bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchilar xatti-harakatlarini tahlil qilish zamonaviy mikroiqtisodiyot fanining eng muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Har bir iqtisodiy tizimda iste'molchi — bu talabning asosiy manbai, ya'ni bozor mexanizmining harakatlantiruvchi kuchidir. Shu boisdan iste'molchilarning tanlov qarorlarini o'rganish, ularning iqtisodiy xatti-harakatlarini tahlil qilish va ular asosida samarali iqtisodiy siyosat ishlab chiqish mikroiqtisodiy tadqiqotlarning asosiy maqsadini tashkil etadi. So'nggi yillarda raqobat muhiti kuchayib borayotgani, bozorlarda turli brendlar, alternativ tovar va xizmatlarning ko'paygani iste'molchilar tanloviga bevosita ta'sir ko'rsatmoqda. Shu jarayonda iste'molchi o'zining daromadi, tovar narxi, sifat darajasi, ijtimoiy afzalliklar va reklama ta'siri kabi ko'plab omillarni hisobga olib qaror qabul qiladi. Bu jarayonni chuqur tahlil qilish mikroiqtisodiyotning

asosiy modellari – foyda maksimallashtirish, narx elastikligi, muvozanat holati kabi tushunchalar orqali amalga oshiriladi. Mikroiqtisodiyot nazariyasiga ko'ra, har bir iste'molchi o'zining shaxsiy manfaatlarini maksimal darajada qondirishga intiladi. Ammo bu jarayon raqobat muhiti, narx o'zgarishlari, daromad darajasi va tashqi iqtisodiy omillar bilan chambarchas bog'liq. Aynan shu o'zaro ta'sirlar natijasida bozor muvozanati shakllanadi va iqtisodiy tizimning samaradorligi aniqlanadi. Mazkur tezisda iste'molchi xatti-harakatlarining nazariy asoslari va ularning raqobat muhitidagi namoyon bo'lish shakllari o'rganiladi. Shuningdek, foyda maksimallashtirish modeli, iste'molchi muvozanati va chegara foyda tushunchalari asosida tanlov jarayonining iqtisodiy mohiyati tahlil qilinadi. Amaliy jihatdan esa, raqobatning turli shakllarida (erkin raqobat, monopoliya va oligopoliya) iste'molchilarning qaror qabul qilish mexanizmi va unga ta'sir etuvchi omillar ko'rib chiqiladi. Tadqiqotning dolzarbligi shundan iboratki, bugungi globallashtirish sharoitida raqobat kuchayib, iste'molchilarning ehtiyojlari tobora murakkablashib bormoqda[1]. Shu sababli, ularning iqtisodiy xatti-harakatlarini tahlil qilish natijasida korxonalar marketing strategiyalarini to'g'ri yo'naltirishi, davlat esa iste'molchilar manfaatlarini himoya qilishga qaratilgan iqtisodiy siyosatni samarali amalga oshirishi mumkin. Shunday qilib, ushbu tadqiqotning maqsadi — raqobat muhiti sharoitida iste'molchilarning tanlov xatti-harakatlarini mikroiqtisodiy nuqtayi nazardan tahlil qilish, ularning qaror qabul qilish mexanizmini aniqlash hamda bozor samaradorligini oshirish yo'llarini ilmiy asosda yoritishdan iboratdir.

Mikroiqtisodiyot fanining asosiy tadqiqot obyekti – bu iste'molchi va ishlab chiqaruvchining o'zaro munosabati, ularning qaror qabul qilish mexanizmlari hamda bozor muvozanatining shakllanish jarayonidir. Ayniqsa, iste'molchi xatti-harakatlarini o'rganish iqtisodiy tizimning barqaror rivojlanishi uchun muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Chunki har bir iqtisodiy faoliyat oxir-oqibat iste'molchi ehtiyojini qondirishga qaratilgan. Iste'molchi tanlovi nazariyasining mohiyati. Iste'molchi tanlovi nazariyasi mikroiqtisodiyotning markaziy bo'limlaridan biridir. Bu nazariya iste'molchining o'z ehtiyojlarini qondirish uchun mavjud daromadni qanday taqsimlashi, turli tovarlar orasida qanday tanlov qilishi va o'zining foydasini (utilitasini) maksimal darajada oshirishga qanday intilishini o'rganadi. Nazariyaning asosiy g'oyasi shundan iboratki, iste'molchi cheklangan resurslar – ya'ni daromad, vaqt va boshqa imkoniyatlar doirasida o'z manfaatini maksimal darajada ta'minlashga harakat qiladi. Bu jarayonni foyda maksimallashtirish modeli orqali tahlil qilish mumkin. Modelga ko'ra, iste'molchi o'zining byudjet chizig'i (budget constraint) va befarqlik egri chizig'i (indifference curve) o'rtasidagi kesish nuqtasida muvozanat holatiga erishadi. Raqobat muhiti va iste'molchi xatti-harakatlariga ta'sir qiluvchi omillar. Raqobat muhiti iste'molchi tanlovining asosiy tashqi omillaridan biridir. Bozorda ko'plab ishlab chiqaruvchilar o'xshash tovarlarni taklif qilayotgan bir paytda,

iste'molchilar oldida keng tanlov imkoniyati paydo bo'ladi. Shunda iste'molchi qaroriga quyidagi omillar ta'sir etadi. Narx omili – tovar narxining oshishi yoki kamayishi iste'molchining xarid hajmini o'zgartiradi. Bu hodisa narx elastikligi orqali o'lchanadi. Daromad omili – iste'molchining real daromadi oshgan sari u yuqori sifatli yoki qimmat tovarlarni xarid qilishga moyillik bildiradi. Muqobil tovarlar mavjudligi – tovarlarning o'zaro o'rinbosar yoki to'ldiruvchi bo'lishi iste'molchi tanlovini belgilovchi muhim omildir. Shaxsiy afzalliklar va psixologik omillar – iste'molchilarning qadriyatlari, urf-odatlar va ijtimoiy muhit ta'siri ham tanlovga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Reklama va marketing strategiyalari – tovar haqida axborot iste'molchining qaror qabul qilish jarayonini tezlashtiradi yoki o'zgartiradi. Bozor turlari va iste'molchi tanlovi. Bozor tuzilmasining turi ham iste'molchi xatti-harakatiga bevosita ta'sir qiladi. Erkin raqobat bozorida iste'molchi uchun eng qulay sharoit mavjud bo'lib, narxlar bozor mexanizmi orqali erkin belgilanadi. Har bir iste'molchi o'z manfaatiga muvofiq eng qulay variantni tanlaydi. Monopoliya sharoitida esa yagona ishlab chiqaruvchi mavjud bo'lgani sababli iste'molchi tanlovi cheklangan bo'ladi. Narxlar yuqori, sifat esa past bo'lish ehtimoli ko'p. Oligopoliya holatida bir nechta yirik kompaniyalar raqobatlashadi. Ular o'z marketing strategiyalari, narx siyosati va brend imijini kuchaytirish orqali iste'molchini o'z tomoniga jalb etishga intiladilar. Shunday qilib, raqobatning turli shakllarida iste'molchi tanlovining iqtisodiy motivlari ham o'zgaradi. Erkin raqobatda foyda maksimallashtirish asosiy maqsad bo'lsa, monopolistik sharoitda zarurat asosidagi tanlov ustuvor bo'ladi. Iste'molchi xatti-harakatlarini tahlil qilishda "foйда" (utility) va "chegaraviy foyda" (marginal utility) tushunchalari muhim o'rin tutadi. Foyda – bu tovar yoki xizmatdan iste'molchining olgan sub'ektiv qoniqish darajasi. Chegaraviy foyda esa qo'shimcha birlik tovardan olingan qo'shimcha qoniqishdir. Chegaraviy foydaning kamayish qonuniga ko'ra, iste'molchi bir xil tovardan ko'proq iste'mol qilgan sari, har bir qo'shimcha birlikdan olinadigan foyda kamayib boradi. Shu sababli iste'molchi o'z byudjetini turli tovarlar o'rtasida muvozanatli taqsimlashga intiladi[2]. Iste'molchi muvozanati va foyda maksimallashtirish. Iste'molchi muvozanati – bu iste'molchi o'zining cheklangan byudjeti doirasida maksimal foyda (qoniqish)ga erishgan holatdi. Bu yerda va – tovarlar va uchun chegaraviy foyda, va esa ularning narxidir. Ushbu nisbatlar teng bo'lganda iste'molchi muvozanat holatida bo'ladi. Bu model iste'molchilarning ratsional xatti-harakatlarini aniqlashda muhim vosita bo'lib, real bozor tahlilida narx o'zgarishiga nisbatan iste'molchi reaksiyasini bashorat qilish imkonini beradi. Raqobat muhiti va marketing strategiyalarining o'zaro bog'liqligi. Raqobat kuchaygan sharoitda ishlab chiqaruvchilar iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganmasdan muvaffaqiyat qozona olmaydi. Shu sababli mikroiqtisodiy tahlillar asosida iste'molchilar segmentatsiyasi, ularning tovar afzalliklari, daromad guruhlariga mos narx siyosati ishlab chiqiladi. Masalan, premium segment uchun sifat

va brend imiji muhim bo'lsa, o'rtacha segment uchun narx va qulaylik ustuvor hisoblanadi. Shunday qilib, iste'molchi xatti-harakatini tahlil qilish natijalari samarali marketing strategiyasini ishlab chiqishda asosiy ilmiy manba vazifasini bajaradi. Iste'molchi xatti-harakatlarini o'rganishning amaliy ahamiyati. Iste'molchi tanlovini o'rganish nafaqat nazariy, balki iqtisodiy siyosat va biznes amaliyotida ham muhim ahamiyatga ega. Davlat darajasida bu ma'lumotlar iste'molchilar huquqlarini himoya qilish, narx nazorati va inflyatsiyani tahlil qilishda qo'llaniladi. Korxonalar esa bu tahlillar asosida bozor segmentatsiyasi, maqsadli reklama, brend pozitsiyalash va raqobatbardoshlikni oshirish strategiyalarini ishlab chiqadilar. Akademik darajada esa bu tahlillar foyda, talab, va bozor muvozanati nazariyalarini chuqurlashtirishga xizmat qiladi. Raqobat muhiti iste'molchi xatti-harakatlariga kuchli ta'sir ko'rsatadi. U iste'molchining iqtisodiy qarorlarini shakllantiruvchi asosiy mexanizm sifatida narx, daromad, sifat va afzalliklar o'rtasidagi muvozanatni belgilaydi. Mikroiqtisodiy tahlil esa bu jarayonni ilmiy asosda tushuntiradi va iqtisodiy siyosat, biznes qarorlari hamda marketing amaliyotida muhim nazariy tayanch bo'lib xizmat qiladi.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, iste'molchilarning tanlov xatti-harakatlarini mikroiqtisodiy nuqtayi nazardan o'rganish bozor iqtisodiyotining asosiy mexanizmlarini chuqurroq tushunishga xizmat qiladi. Raqobat muhiti, narxlar darajasi, daromad miqdori, muqobil tovarlar mavjudligi, psixologik va ijtimoiy omillar iste'molchi qarorlarining shakllanishida muhim rol o'ynaydi. Shu bois, iste'molchi xatti-harakatlarini tahlil qilish nafaqat nazariy, balki amaliy iqtisodiyot uchun ham strategik ahamiyatga ega. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, raqobat muhiti kuchli bo'lgan sharoitda iste'molchilar tanlov erkinligiga ega bo'lib, bu holat bozorda sifatni oshiradi, narxlarni pasaytiradi va innovatsion mahsulotlarning yaratilishiga turtki beradi. Aksincha, monopoliya sharoitida tanlov imkoniyatining cheklanishi natijasida iste'molchilar manfaatlari to'liq ta'minlanmaydi, narxlar sun'iy ravishda yuqori darajada saqlanib qoladi. Shu sababli, sog'lom raqobat muhitini yaratish va uni qo'llab-quvvatlash iqtisodiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lishi lozim. Iste'molchi tanlovi nazariyasining amaliy qo'llanilishi korxona va firmalar uchun ham katta ahamiyatga ega. Mikroiqtisodiy tahlillar orqali ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlariga nisbatan talabni oldindan baholay oladilar, narx siyosatini optimallashtiradilar hamda marketing strategiyalarini yanada aniqroq yo'naltiradilar. Natijada, raqobatbardoshlik oshadi, iste'molchilarning ehtiyojlari yanada to'liqroq qondiriladi va bozor muvozanatiga erishish imkoniyati yaratiladi. Bundan tashqari, iste'molchi xatti-harakatlarini o'rganish natijalari davlat siyosati darajasida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bu tahlillar asosida ijtimoiy himoya siyosati, soliqqa tortish tizimi, subsidiyalar va narx nazorati mexanizmlari takomillashtiriladi. Shuningdek, iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda aholi daromadlarini oshirish, iste'mol bozorida adolatli raqobatni saqlash va iste'molchi huquqlarini himoya qilish

choralarini belgilashda ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi[3]. Xulosa qilib aytganda, raqobat muhiti sharoitida iste'molchilarning tanlov xatti-harakatlarini tahlil qilish mikroiqtisodiy jarayonlarning ichki qonuniyatlarini ochib beradi, iqtisodiy siyosatning samaradorligini oshiradi hamda bozor tizimining barqaror rivojlanishiga ilmiy asos yaratadi. Shu bois, ushbu yo'nalishda olib boriladigan ilmiy izlanishlar milliy iqtisodiyotning innovatsion o'sishi, iste'molchilar farovonligini ta'minlash va iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashda muhim nazariy-amaliy ahamiyatga egadir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'rmonov, A. & Raximov, B. (2022). Mikroiqtisodiyot: Nazariya va amaliyot asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot va ta'lim nashriyoti.
2. Karimov, Z. (2021). Bozor mexanizmi va iste'molchi xatti-harakatlarini tahlil qilish. – Toshkent: TDIU nashriyoti.
3. Krugman, P., & Wells, R. (2020). Microeconomics. – New York: Worth Publishers.
4. Mankiw, N. Gregory. (2019). Principles of Microeconomics. – Boston: Cengage Learning.
5. Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2018). Economics. – New York: McGraw-Hill Education.
6. Липсиц, И. В. (2021). Микроэкономика: учебник для вузов. – Москва: Инфра-М.
7. Stigler, G. J. (2017). The Theory of Price. – Chicago: University of Chicago Press.
8. Porter, M. E. (2008). On Competition. – Boston: Harvard Business School Press.