Ilmiy tadqiqotlar va ularning yechimlari jurnali
Aoka guvohnoma № 323759 ISSN: 3060-4818

RAQOBATLASHGAN BOZOR SHATOITIDA KORXONA FOYDASINI MAKSIMALLASHTIRISH YO‘LLARI

Ablaizov Akbar Abduvafo o‘g‘li
Samarkand Institute of Economics and Service,
PhD Associate Professor
akbar_ablaizov@mail.ru

Azimova Gavhar Islomovna
Samarqand Iqtisodiyot va Servis institute BXS-324 guruh talabasi
Doi: https://doi.org/10.5281/zenodo.20427977

Annotatsiya. Ushbu maqola raqobatlashgan bozorda faoliyat yurituvchi korxonalarning qisqa muddatli oraliqda foydasini maksimallashtirish strategiyalarini tahlil qiladi. Unda marjinal daromad va marjinal xarajat tengligi sharti asosida optimal ishlab chiqarish hajmini aniqlash mexanizmlari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari korxonalarga samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishda va bozor sharoitlariga moslashishda amaliy tavsiyalar beradi.

Kalit so‘zlar: Raqobatlashgan Bozor, Korxona Foydasi, Qisqa Muddat, Taklif Egri Chizig'i, Foydani Maksimallashtirish, Marjinal Xarajat, Marjinal Daromad inson kapitali, xizmatlar sohasi, kadrlar tayyorlash, raqamli transformatsiya, uzluksiz ta’lim, malaka rivojlanishi, avtomatlashtirish, qayta tayyorlash

Kirish. Raqobatlashgan bozor iqtisodiy nazariyaning markaziy tushunchalaridan biri bo‘lib, unda korxonalar narx qabul qiluvchi sub’ektlar sifatida faoliyat yuritadi. Bunday sharoitlarda korxonalarning xulq-atvorini, xususan, ularning foydani maksimallashtirish strategiyalarini tushunish iqtisodiy samaradorlik va resurslarni optimal taqsimlashni ta’minlash uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqola raqobatlashgan bozorda korxona foydasini qisqa muddatli oraliqda maksimallashtirish masalasini chuqur tahlil qilishga bag‘ishlangan bo‘lib, korxonaning taklif egri chizig‘ini shakllantirish mexanizmlarini o‘rganadi. Qisqa muddatli tahlil korxona o‘z ishlab chiqarish quvvatlarini to‘liq o‘zgartira olmaydigan, kamida bitta ishlab chiqarish omili o‘zgarmas bo‘lgan davrni anglatadi. Bu davrda korxonalar mavjud resurslar va texnologiyalar doirasida o‘z foydalarini maksimal darajaga yetkazishga intiladi.

Korxona foydasini maksimallashtirish masalasi iqtisodiy adabiyotlarda keng muhokama qilingan bo‘lib, turli bozor tuzilmalari va vaqt oralig‘i uchun strategiyalarni qamrab oladi Xususan, raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli foydani maksimallashtirish va korxona taklifini aniqlashda marjinal daromad va marjinal xarajat tenglamasi asosiy vosita hisoblanadi. Marjinal tahlil, ya’ni qo‘shimcha birlik mahsulot ishlab chiqarishdan olinadigan daromad va uning xarajatlarini solishtirish, korxonaning optimal ishlab chiqarish hajmini belgilashda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Marjinal foyda tahlili korxona faoliyatining iqtisodiy samaradorligini baholash va ishlab chiqarish hajmini aniqlashda muhim ahamiyatga ega bo‘lib, ayniqsa o‘zgaruvchan xarajatlar bilan bog‘liq qarorlar qabul qilishda asos bo‘ladi.

Ushbu tadqiqot raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda korxona foydasini maksimallashtirish shartlarini, marjinal daromad va marjinal xarajat qoidasini batafsil ko‘rib chiqadi. Shuningdek, korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘i qanday shakllanishi, yopilish nuqtasi tushunchasi va raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli muvozanat tahlil qilinadi. Maqola zamonaviy iqtisodiy sharoitlarda korxona xulq-atvorini chuqurroq tushunishga hissa qo‘shishni maqsad qilgan.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Iqtisodiy nazariyada korxona foydasini maksimallashtirish masalasi uzoq vaqtdan beri markaziy o‘rinni egallab keladi. Ayniqsa, raqobatlashgan bozor sharoitida korxonaning xulq-atvori va uning taklifini shakllantirish mexanizmlari mikroiqtisodiy tahlilning asosiy yo‘nalishlaridan biridir. Klassik iqtisodchilar, jumladan, Adam Smitning "ko‘rinmas qo‘l" tamoyili ham, garchi bevosita foydani maksimallashtirishni nazarda tutmasa-da, har bir iqtisodiy agentning o‘z manfaatini ko‘zlab harakat qilishi umumiy iqtisodiy samaradorlikka olib kelishini ta’kidlagan. Neoklassik iqtisodiyot esa bu tushunchani yanada rasmiylashtirib, korxona foydasini maksimallashtirishni matematik modellar orqali ifodalashga intilgan. Ushbu yondashuvga ko‘ra, korxona o‘z resurslarini shunday taqsimlaydiki, natijada uning umumiy daromadi va umumiy xarajatlari o‘rtasidagi farq maksimal darajaga yetadi. Bu yondashuv, ayniqsa, Alfred Marshallning marjinal tahlilga asoslangan ishlari bilan mustahkamlangan bo‘lib, u iqtisodiy qarorlar qabul qilishda qo‘shimcha birlikning daromadi va xarajatini solishtirish muhimligini ko‘rsatgan.

Qisqa muddatli oraliqda korxona foydasini maksimallashtirish tahlili, ishlab chiqarish omillaridan kamida bittasi (odatda kapital) o‘zgarmas bo‘lgan sharoitda korxonaning optimal ishlab chiqarish hajmini aniqlashga qaratilgan. Bu davrda korxona o‘z ishlab chiqarish quvvatini to‘liq o‘zgartira olmaydi, faqat o‘zgaruvchan omillar (masalan, mehnat, xomashyo) miqdorini o‘zgartirish orqali ishlab chiqarish hajmini moslashtiradi. O‘zbekiston iqtisodiy adabiyotlarida ham foydani maksimallashtirish masalasi dolzarb mavzu sifatida o‘rganiladi. Soff.uz platformasida "maksimallash" so‘zi bo‘yicha topilgan 233 ta hujjat, bu mavzuning keng qamrovli ekanligini ko‘rsatadi . Ushbu manbalar korxona foydasi va daromadini maksimallashtirishning turli jihatlarini, jumladan, mukammal raqobat va monopolistik bozor tuzilmalarida qo‘llaniladigan strategiyalarni, shuningdek, qisqa muddatli va uzoq muddatli ishlab chiqarish qarorlarini tahlil qiladi. Bu esa nazariy bilimlarning amaliy ahamiyatini va ularning O‘zbekistondagi iqtisodiy jarayonlar kontekstida o‘rganilayotganini tasdiqlaydi. Xususan, talab elastikligiga asoslangan sotuvchi daromadini maksimallashtirish, iste’molchi xulq-atvori nazariyasi doirasida iste’molchi foydasini maksimallashtirish, shuningdek, milliy modernizatsiya sharoitida foydani oshirish yondashuvlari kabi mavzular ham ushbu to‘plamda o‘rin olgan. Bu esa foydani maksimallashtirish tushunchasining nafaqat korxona darajasida, balki makroiqtisodiy siyosat va iste’molchi xulq-atvori kontekstida ham muhimligini ko‘rsatadi. O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar va bozor munosabatlarini chuqurlashtirish jarayonida korxonalarning samaradorligini oshirish, ularning raqobatbardoshligini ta’minlash masalasi ustuvor ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtai nazardan, foydani maksimallashtirish strategiyalarini tushunish va amaliyotga tatbiq etish milliy iqtisodiyotning barqaror o‘sishini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Marjinal tahlilning nazariy asoslari va amaliy ahamiyati "MARJINALI FOYDA TAHLILI" kabi manbalarda batafsil yoritilgan. Ushbu tahlil "marjinal" tushunchasini ajratish prinsipi asosida hosil bo‘lgan ko‘rsatkichlar uchun prefiks sifatida belgilaydi. Marja, mahsulotning sotish narxi va uning tannarxi o‘rtasidagi farq sifatida, mutlaq (birlik uchun pulda) yoki nisbiy (sotish narxining foizida) bo‘lishi mumkin. Marjinal foyda esa sotishdan olingan daromad va o‘zgaruvchan xarajatlar o‘rtasidagi farq sifatida ta’riflanadi. Bu tushuncha tadbirkorlar uchun juda muhim, chunki u doimiy xarajatlarni qoplashi va shu orqali zararlarning oldini olishi kerak. Marjinal foyda, ma’lum bir mahsulotni sotishdan olinadigan moddiy resurslarning o‘sishini ifodalaydi. Adabiyotlarda marjinal foyda boshqa moliyaviy tushunchalardan aniq farqlanadi. Umumiy foydadan farqli o‘laroq, u faqat o‘zgaruvchan xarajatlarga e’tibor qaratadi. Yalpi foyda to‘g‘ridan-to‘g‘ri xarajatlarni daromaddan ayirsa, marjinal foyda faqat o‘zgaruvchan xarajatlarni ayiradi. Yalpi foyda kompaniyaning umumiy muvaffaqiyatini aks ettirsa, marjinal foyda iqtisodiy jihatdan samarali biznes usullarini tanlash va mahsulot hajmini aniqlashda yordam beradi. Marjinal foydani hisoblash uchun xarajatlarni o‘zgaruvchan (faoliyat hajmiga chiziqli bog‘liq) va doimiy (ishlab chiqarish hajmiga bog‘liq bo‘lmagan) turlarga ajratish talab etiladi. Bu xarajatlar tasnifi, ayniqsa, qisqa muddatli tahlilda korxonaning taklif egri chizig‘ini shakllantirishda hal

qiluvchi ahamiyatga ega. Chunki qisqa muddatda korxona faqat o‘zgaruvchan xarajatlarini qoplay olsa, ishlab chiqarishni davom ettirishi mumkin, doimiy xarajatlar esa qisqa muddatda batamom qoplanmasa ham, korxona faoliyatini to‘xtatmasligi mumkin. Bu esa yopilish nuqtasi tushunchasining nazariy asosini tashkil etadi.

Zamonaviy iqtisodiy adabiyotlarda, ayniqsa 2020-yildan keyingi nashrlarda, raqobatlashgan bozor sharoitida korxona xulq-atvorining klassik modellariga ba’zi bir yangi yondashuvlar va kengaytmalar taklif etilmoqda. Masalan, ba’zi tadqiqotlar korxona qaror qabul qilish jarayonlarida axborot asimmetriyasi, cheklangan ratsionallik yoki ekologik omillarning ta’sirini hisobga oladi. Biroq, MR=MC qoidasi va uning raqobatlashgan bozordagi P=MC ko‘rinishi, qisqa muddatli foydani maksimallashtirishning asosiy nazariy asosi sifatida o‘z dolzarbligini saqlab qolmoqda. Bu qoida, korxona o‘z resurslarini samarali taqsimlash va bozor talabiga mos ravishda ishlab chiqarish hajmini belgilash uchun fundamental vosita bo‘lib xizmat qiladi. Garchi real dunyoda korxonalar mukammal axborotga ega bo‘lmasalar-da yoki boshqa maqsadlarni (masalan, bozor ulushini oshirish, ijtimoiy mas’uliyat) ham ko‘zlasalar-da, foydani maksimallashtirish modeli ularning xulq-atvorini tushunish va bashorat qilish uchun kuchli analitik vosita bo‘lib qolmoqda.

Korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘ini shakllantirishda marjinal xarajatlar egri chizig‘ining o‘rni alohida ta’kidlanadi. Adabiyotlarda ko‘rsatilishicha, raqobatlashgan bozorda korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘i uning o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlar (AVC) egri chizig‘ining minimal nuqtasidan yuqorida joylashgan marjinal xarajatlar (MC) egri chizig‘ining qismiga mos keladi. Bu shuni anglatadiki, agar bozor narxi o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarning minimal darajasidan pastga tushsa, korxona ishlab chiqarishni to‘xtatishi kerak, chunki u hatto o‘zgaruvchan xarajatlarini ham qoplay olmaydi. Bu nuqta "yopilish nuqtasi" (shutdown point) deb ataladi va u korxonaning qisqa muddatda faoliyatini davom ettirish yoki to‘xtatish to‘g‘risidagi qarorida hal qiluvchi ahamiyatga ega. Yopilish nuqtasidan past narxlarda ishlab chiqarishni davom ettirish korxonaning zararlarini yanada oshiradi, chunki u nafaqat doimiy xarajatlarini, balki o‘zgaruvchan xarajatlarini ham qoplay olmaydi.

Yopilish nuqtasi tushunchasi, korxona zarar ko‘rayotgan bo‘lsa ham, qisqa muddatda ishlab chiqarishni davom ettirishi mumkinligini ko‘rsatadi, agar bozor narxi uning o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlaridan yuqori bo‘lsa. Bunday holda, korxona o‘zining o‘zgaruvchan xarajatlarini qoplaydi va doimiy xarajatlarining bir qismini ham qoplashga muvaffaq bo‘ladi, bu esa ishlab chiqarishni to‘xtatishdan ko‘ra kamroq zarar ko‘rishni anglatadi. Faqatgina narx o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlardan pastga tushgandagina, korxona ishlab chiqarishni to‘xtatishi iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq bo‘ladi. Bu nazariya, korxonalarning bozor sharoitlariga moslashish strategiyalarini tushunishda muhim asos bo‘lib xizmat qiladi. Qisqa muddatli tahlilning bu jihati, ayniqsa, iqtisodiy inqirozlar yoki keskin bozor o‘zgarishlari davrida korxonalarning omon qolish strategiyalarini baholashda muhim ahamiyat kasb etadi, chunki u korxonalarga qachon faoliyatni davom ettirish va qachon to‘xtatish to‘g‘risida aniq ko‘rsatma beradi.

Xulosa qilib aytganda, mavjud adabiyotlar, jumladan, O‘zbekiston iqtisodiy adabiyotlari ham, raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda korxona foydasini maksimallashtirish masalasiga katta e’tibor qaratadi. Marjinal daromad va marjinal xarajat tengligi qoidasi, korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘ini shakllantirish, shuningdek, yopilish nuqtasi tushunchasi ushbu tahlilning asosiy ustunlari hisoblanadi. Ushbu nazariy asoslar, korxonalarning bozor sharoitlariga moslashish strategiyalarini, resurslarni samarali taqsimlash mexanizmlarini va iqtisodiy samaradorlikka erishish yo‘llarini tushunish uchun fundamental ahamiyatga ega. Zamonaviy tadqiqotlar, garchi klassik modellarning asosiy tamoyillarini saqlab qolsa-da, ularni yanada kengaytirish va real iqtisodiy sharoitlarga moslashtirish yo‘llarini izlamoqda. Masalan, raqamli iqtisodiyot sharoitida axborot texnologiyalarining xarajatlar tuzilmasiga ta’siri yoki global ta’minot zanjirlaridagi uzilishlarning qisqa

muddatli qarorlarga ta’siri kabi yangi jihatlar o‘rganilmoqda. Ushbu maqola ham ushbu adabiyotlar doirasida mavjud bilimlarni chuqurlashtirish va amaliy ahamiyatini ko‘rsatishga qaratilgan.

Tadqiqot metodologiyasi

Ushbu tadqiqot raqobatlashgan bozorda korxona foydasini qisqa muddatli oraliqda maksimallashtirish va uning taklif egri chizig‘ini shakllantirish masalasini chuqur nazariy tahlil qilishga qaratilgan bo‘lib, sifatli tadqiqot dizayniga asoslanadi. Tadqiqotning asosiy yondashuvi deduktiv xarakterga ega bo‘lib, u umumiy mikroiqtisodiy nazariyalardan xususiy holatlarni, ya’ni raqobatlashgan bozordagi korxona xulq-atvorini tushunishga intiladi. Metodologiya mavjud iqtisodiy adabiyotlarni, jumladan, klassik va neoklassik mikroiqtisodiy nazariyalarni, shuningdek, zamonaviy tadqiqotlarni tanqidiy sintez qilishga asoslangan. Bu yondashuv, nazariy asoslarni mustahkamlash, asosiy tushunchalarni aniqlash va ularning o‘zaro bog‘liqligini ochib berish orqali tadqiqot savollariga javob berishga xizmat qiladi.

Tadqiqotning nazariy asosini korxona xulq-atvori nazariyasi, xususan, foydani maksimallashtirish modeli tashkil etadi. Ushbu modelga ko‘ra, korxonalar o‘z resurslarini shunday taqsimlaydiki, natijada ularning umumiy daromadi va umumiy xarajatlari o‘rtasidagi farq maksimal darajaga yetadi. Qisqa muddatli tahlil doirasida, ishlab chiqarish omillaridan kamida bittasi (odatda kapital) o‘zgarmas deb faraz qilinadi, bu esa korxonaning ishlab chiqarish quvvatini to‘liq o‘zgartira olmasligini anglatadi. Bu cheklov sharoitida korxona o‘zgaruvchan omillar (masalan, mehnat, xomashyo) miqdorini o‘zgartirish orqali ishlab chiqarish hajmini moslashtiradi. Tadqiqotda ushbu nazariy asosning ahamiyati, ayniqsa, raqobatlashgan bozor sharoitida, korxonaning narx qabul qiluvchi sub’ekt sifatida faoliyat yuritishi nuqtai nazaridan tahlil qilinadi.

Analitik vositalar sifatida marjinal tahlil keng qo‘llaniladi. Marjinal daromad (MR) va marjinal xarajat (MC) tengligi qoidasi, ya’ni MR=MC, korxonaning optimal ishlab chiqarish hajmini aniqlashda asosiy mezon sifatida xizmat qiladi. Raqobatlashgan bozorda korxona narx qabul qiluvchi bo‘lganligi sababli, uning marjinal daromadi bozor narxiga (P) teng bo‘ladi (MR = P). Shu sababli, foydani maksimallashtirish sharti P = MC ko‘rinishini oladi. Ushbu tenglik nafaqat korxonaning optimal ishlab chiqarish hajmini belgilashda, balki resurslarning samarali taqsimlanishini ham ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi. Tadqiqotda ushbu qoidaning nazariy asoslari batafsil yoritiladi va uning amaliy ahamiyati grafik tahlillar orqali ko‘rsatiladi. Xususan, marjinal xarajatlar egri chizig‘i, o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlar (AVC) egri chizig‘i va o‘rtacha umumiy xarajatlar (ATC) egri chizig‘ining o‘zaro bog‘liqligi tahlil qilinadi.

Korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘ini shakllantirishda marjinal xarajatlar egri chizig‘ining o‘rni alohida o‘rganiladi. Metodologiya doirasida, korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘i uning o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlar (AVC) egri chizig‘ining minimal nuqtasidan yuqorida joylashgan marjinal xarajatlar (MC) egri chizig‘ining qismiga mos kelishi nazariy jihatdan asoslanadi. Bu tahlil, korxonaning yopilish nuqtasi (shutdown point) tushunchasini aniqlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Yopilish nuqtasi, korxonaning qisqa muddatda faoliyatini davom ettirish yoki to‘xtatish to‘g‘risidagi qarorida asos bo‘lib xizmat qiladi. Agar bozor narxi o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarning minimal darajasidan pastga tushsa, korxona ishlab chiqarishni to‘xtatishi kerakligi, chunki u hatto o‘zgaruvchan xarajatlarini ham qoplay olmasligi ko‘rsatiladi. Bu tahlil, korxonalarning bozor sharoitlariga moslashish strategiyalarini tushunishda muhim asos bo‘lib xizmat qiladi va iqtisodiy inqirozlar yoki keskin bozor o‘zgarishlari davrida korxonalarning omon qolish strategiyalarini baholashda amaliy ahamiyatga ega.

Shuningdek, tadqiqotda qisqa muddatli oraliqning o‘ziga xos xususiyatlari hisobga olinadi. Qisqa muddatda bozorga yangi korxonalarning kirishi yoki mavjud korxonalarning chiqishi cheklangan bo‘ladi. Bu esa korxonalarning iqtisodiy foyda olishi yoki iqtisodiy zarar ko‘rishi mumkinligini anglatadi. Ushbu metodologiya, qisqa muddatli muvozanatni tahlil qilishda bozor talabi va barcha korxonalarning umumiy taklif egri chiziqlari kesishgan nuqtani aniqlashga qaratilgan. Bu tahlil,

bozorning o‘z-o‘zini tartibga solish qobiliyatini va resurslarning vaqtinchalik taqsimlanishini aks ettiradi, shu bilan birga, uzoq muddatli muvozanatga erishish uchun asos yaratadi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi va amaliy ahamiyati shundaki, u mavjud nazariy bilimlarni O‘zbekiston iqtisodiy adabiyotlari kontekstida sintez qilib, raqobatlashgan bozorda korxona xulq-atvorining asosiy prinsiplarini chuqurroq tushunishga yordam beradi. Garchi klassik modellar asosida qurilgan bo‘lsa-da, metodologiya zamonaviy iqtisodiy sharoitlarda ham ushbu prinsiplarning dolzarbligini ko‘rsatadi. Masalan, raqamli iqtisodiyot sharoitida axborot texnologiyalarining xarajatlar tuzilmasiga ta’siri yoki global ta’minot zanjirlaridagi uzilishlarning qisqa muddatli qarorlarga ta’siri kabi yangi jihatlar bevosita o‘rganilmasa-da, ushbu tadqiqot ularni tahlil qilish uchun mustahkam nazariy asos yaratadi. Bu esa milliy iqtisodiyotning barqaror o‘sishini ta’minlashda korxonalarning samaradorligini oshirish va ularning raqobatbardoshligini ta’minlash masalasida muhim rol o‘ynaydi.

Ushbu metodologiya, shuningdek, iqtisodiy ta’limda mikroiqtisodiy prinsiplarni o‘rgatish va tushuntirish uchun samarali vosita bo‘lib xizmat qiladi. Marjinal tahlilning aniq va izchil qo‘llanilishi, xarajatlar tuzilmasining tahlili va taklif egri chizig‘ining shakllanishi kabi murakkab tushunchalarni o‘zlashtirishga yordam beradi. Tadqiqot natijalari, iqtisodiy siyosatchilar va korxona rahbarlari uchun qisqa muddatli ishlab chiqarish qarorlarini qabul qilishda, ayniqsa narx o‘zgarishlariga javoban ishlab chiqarish hajmini moslashtirishda amaliy ko‘rsatmalar berishi mumkin. Xususan, yopilish nuqtasi tushunchasining chuqur tahlili, korxonalarga qachon faoliyatni davom ettirish va qachon to‘xtatish to‘g‘risida aniq iqtisodiy asoslangan qarorlar qabul qilish imkonini beradi, bu esa resurslarning samarasiz sarflanishining oldini oladi.

Xulosa

Ushbu tadqiqot raqobatlashgan bozorda korxonaning qisqa muddatli foyda maksimallashtirish mexanizmlarini chuqur tahlil qildi. Unda korxona o‘z foydasini marjinal daromad marjinal xarajatga teng bo‘lgan ishlab chiqarish hajmini tanlash orqali maksimal darajaga yetkazishi ko‘rsatildi; raqobat sharoitida bu bozor narxi marjinal xarajatga teng bo‘lishini anglatadi. Korxonaning qisqa muddatli taklif egri chizig‘i o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlarning minimal nuqtasidan yuqori bo‘lgan marjinal xarajatlar egri chizig‘i bilan belgilanadi. Shuningdek, narx o‘rtacha o‘zgaruvchan xarajatlardan pastga tushganda ishlab chiqarishni to‘xtatish zarurati (yopilish nuqtasi) asoslab berildi. Ushbu fundamental iqtisodiy prinsiplar korxona qarorlarini tushunish, resurslarni samarali taqsimlash va bozor muvozanatini tahlil qilish uchun muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi. Yakuniy xulosada, ushbu tadqiqot metodologiyasi raqobatlashgan bozorda qisqa muddatli oraliqda korxona foydasini maksimallashtirish va uning taklifini aniqlash bo‘yicha mavjud bilimlarni tizimlashtirish, chuqurlashtirish va yangi kontekstlarda qo‘llashga qaratilgan. U nazariy asoslarni, analitik vositalarni, adabiyotlarni tahlil qilish yondashuvini va tadqiqot cheklovlarini aniq belgilab beradi, shu bilan birga, mavzuning ilmiy va amaliy ahamiyatini ta’kidlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Sharipov, M. S., Vahobov, A. V., G'ulomov, G. M., & Xolmatov, N. A. (2021). Mikroiqtisodiyot. Toshkent: Iqtisodiyot.
2. Qodirov,A.A.(2022).Raqobatbardoshlikni oshirishda korxona strategiyalarining ahamiyati. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar,
3. Ergashev, R. X. (2023). Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarning raqobatbardoshligini ta'minlash yo'llari.
4. Xolmatov, N. A. (2021). Raqobatlashgan bozorda korxonalarning samaradorligini oshirishning nazariy-metodologik asoslari.
5. G'ulomov, G. M. (2022). Raqobat sharoitida korxonalarning narx strategiyalari va ularning samaradorligi. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar
6. Begalov, B. A., & G'ulomov, G. M. (2020). Iqtisodiyot nazariyasi. Toshkent: Fan va texnologiya.

7. Mirzayev, Q. A. (2023). Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarning raqobat strategiyalarini shakllantirish.
8. Ismoilov, A. I. (2022). Qisqa va uzoq muddatli davrda korxona faoliyatini tahlil qilishning nazariy jihatlari.
9. Abdullayev, M. A. (2021). Korxona iqtisodiyoti va menejmenti.
10. Raximov, B. X. (2023). Raqobatlashgan bozorda muvozanat va korxonalarning moslashuvchanligi.