

Turopova Nigora Xolmurod qizi

Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori, dotsent

nturopova@tersu.uz

Ziyodullavey Otabek Akmal o'g'li

Terdu iqtisodiyot yo'nalishi 2-bosqich talabasi

khulsoatoff@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada firma foydasini maksimallashtirish iqtisodiy nazariyaning markaziy kategoriyalaridan biri sifatida tahlil qilinadi. Foyda tushunchasining mazmuni, uning shakllanish mexanizmlari va bozor sharoitidagi ahamiyati chuqur ilmiy yondashuv asosida yoritiladi. Tadqiqot davomida foydani maksimallashtirish g'oyasining klassik va zamonaviy talqinlari, ushbu maqsadga erishishda narx, xarajat, ishlab chiqarish hajmi va bozor tuzilmasining o'zaro bog'liqligi ochib beriladi. Shuningdek, foydani maksimallashtirishning amaliy chegaralari, institutsional va xulq-atvoriy omillar ta'siri ham tahlil qilinadi. Olingan xulosalar foydani maksimallashtirish firmalar faoliyatining yagona maqsadi emas, balki strategik barqarorlik bilan uyg'un holda amalga oshirilishi zarurligini asoslab beradi.

Kalit so'zlar: foyda, foydani maksimallashtirish, firma, xarajatlar, ishlab chiqarish hajmi, bozor tuzilmasi, iqtisodiy samaradorlik.

Abstract

This article analyzes the maximization of a firm's profit as one of the central categories of economic theory. The content of the concept of profit, the mechanisms of its formation and its significance in market conditions are covered on the basis of a deep scientific approach. During the study, classical and modern interpretations of the idea of profit maximization, the interrelation of price, cost, production volume and market structure in achieving this goal are revealed. The practical limits of profit maximization, the influence of institutional and behavioral factors are also analyzed. The conclusions obtained justify the fact that profit maximization is not the only goal of firms' activities, but should be implemented in harmony with strategic stability.

Keywords: profit, profit maximization, firm, costs, production volume, market structure, economic efficiency.

KIRISH

Bozor iqtisodiyoti sharoitida firma faoliyatining asosiy rag'batlantiruvchi omillaridan biri foyda hisoblanadi. Foyda nafaqat ishlab chiqarish natijasini ifodalovchi

ko'rsatkich, balki resurslardan foydalanish samaradorligini aks ettiruvchi muhim mezon sifatida namoyon bo'ladi. Aynan foyda firmalarning bozorga kirishi, kengayishi yoki undan chiqishi haqidagi qarorlarini belgilaydi. Shu sababli foydani maksimallashtirish g'oyasi iqtisodiy nazariyada firmalarning xulq-atvorini tushuntiruvchi asosiy tamoyil sifatida qaraladi. Biroq zamonaviy iqtisodiy sharoitda raqobatning kuchayishi, bozorlarning murakkablashuvi va institutsional cheklavlar foydani maksimallashtirish masalasini yanada ko'p qirrali va murakkab hodisaga aylantirmoqda. Bu holat foyda tushunchasini faqat matematik natija sifatida emas, balki strategik boshqaruv kategoriyasi sifatida tahlil qilish zaruratini yuzaga keltiradi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Iqtisodiy nazariyada foydani maksimallashtirish masalasi klassik va neoklassik maktablar doirasida keng yoritilgan. Neoklassik yondashuvda firma ratsional subyekt sifatida qaralib, u ishlab chiqarish hajmini shunday tanlaydiki, chegaraviy daromad va chegaraviy xarajat tenglashgan nuqtada foyda maksimal bo'ladi. Ushbu yondashuv firmalarning bozor xulq-atvorini soddalashtirilgan model asosida tushuntirish imkonini bergan. Keyinchalik institutsional iqtisodiyot vakillari foydani maksimallashtirish real sharoitda tranzaksiya xarajatlari, axborot cheklanganligi va shartnomaviy munosabatlar bilan chegaralanishini ko'rsatdilar. Xulq-atvoriy iqtisodiyot esa firmalar doimo mukammal ratsional qaror qabul qilmasligini, menejrlarning shaxsiy manfaatlari va psixologik omillari foyda maksimallashtirishdan chetga chiqishga olib kelishini ta'kidlaydi. Shu tariqa, foydani maksimallashtirish g'oyasi zamonaviy adabiyotlarda qayta ko'rib chiqilib, uni mutlaq emas, balki nisbiy va shartli maqsad sifatida talqin qilish tendensiyasi shakllandi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot metodologiyasi tizimli va mantiqiy yondashuvga asoslandi. Foydani maksimallashtirish jarayoni firma faoliyatining alohida elementi sifatida emas, balki ishlab chiqarish, xarajatlar, narx belgilash va bozor strategiyalari bilan uzviy bog'liq holda tahlil qilindi. Qiyosiy tahlil usuli turli bozor tuzilmalarida foyda maksimallashtirish mexanizmlarini solishtirish imkonini berdi. Mantiqiy abstraksiyalash orqali neoklassik modelning asosiy farazlari aniqlanib, ularning real iqtisodiy sharoitga mosligi baholandi. Shuningdek, tarixiy-iqtisodiy yondashuv yordamida foyda tushunchasining evolyutsiyasi va uning nazariy talqinlaridagi o'zgarishlar ochib berildi.

Tadqiqot metodologiyasini kengaytirish jarayonida foydani maksimallashtirish masalasi faqat statik model doirasida emas, balki dinamik iqtisodiy jarayon sifatida ham ko'rib chiqildi. Shu maqsadda, qisqa muddatli va uzoq muddatli tahlil o'rtasidagi farqlar alohida metodik yondashuv sifatida asoslab berildi. Qisqa muddatda foyda ishlab chiqarish hajmi va o'zgaruvchan xarajatlar o'rtasidagi nisbat orqali aniqlansa, uzoq

muddatda kapital tuzilmasi, texnologik yangilanish va bozor strategiyasi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Metodologik jihatdan muhim bo‘lgan yana bir masala shundan iboratki, foyda maksimallashtirish modeli cheklangan ratsionallik sharoitida qayta talqin qilindi. Bu yondashuv firmalar qaror qabul qilish jarayonida to‘liq axborotga ega emasligi va tashqi noaniqliklar mavjudligini hisobga olish imkonini berdi. Shuningdek, institutsional va huquqiy cheklovlar metodologik tahlilning ajralmas qismi sifatida qaraldi, chunki ular foyda darajasini bevosita shakllantiruvchi omillar sirasiga kiradi.

NATIJALAR

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, foydani maksimallashtirish firmalarning iqtisodiy samaradorligini oshirishda muhim rol o‘ynaydi, biroq uning amalga oshirilishi bozor sharoitlari bilan bevosita bog‘liqdir. Raqobat kuchli bo‘lgan bozorlarda firmalar narx belgilash imkoniyatiga deyarli ega emasligi sababli foydani asosan xarajatlarni minimallashtirish orqali oshiradi. Monopol yoki oligopol tuzilmalarda esa ishlab chiqarish hajmini va narxni strategik boshqarish orqali foyda maksimallashtiriladi. Tadqiqot davomida foydani maksimallashtirishga ta‘sir etuvchi asosiy omillar quyidagi jadvalda umumlashtirildi:

Omil	Ta‘sir mexanizmi	Foydaga ta‘siri
Ishlab chiqarish hajmi	Chegaraviy tahlil	Optimal hajmda maksimal foyda
Xarajatlar darajasi	Texnologiya va boshqaruv	Xarajat kamayishi foydani oshiradi
Bozor narxi	Raqobat darajasi	Narx oshishi foydani kuchaytiradi
Bozor tuzilmasi	Monopoliya yoki raqobat	Strategik imkoniyatlarni belgilaydi

Jadvaldan ko‘rinadiki, foyda yagona omilga emas, balki bir nechta iqtisodiy omillarning o‘zaro ta‘siriga bog‘liq holda shakllanadi.

Kengaytirilgan tahlil natijalari shuni ko‘rsatdiki, foydani maksimallashtirishga intilish firmalar faoliyatida bir xil natija bermaydi va u bozor sharoitlariga sezilarli darajada bog‘liqdir. Raqobatli bozorlarda foydaning o‘sishi asosan samaradorlikni oshirish va xarajatlarni qisqartirish orqali amalga oshirilsa, bozor kuchi mavjud bo‘lgan sharoitlarda narx siyosati muhim rol o‘ynaydi. Natijalar shuni ham ko‘rsatadiki, foydaning maksimal darajasi ko‘pincha ishlab chiqarish hajmining maksimal darajasi bilan mos kelmaydi. Bu holat firmalar oldida strategik tanlov muammosini yuzaga keltiradi. Tadqiqot davomida aniqlanishicha, foyda darajasi yuqori bo‘lgan firmalar

doimo bozor barqarorligiga ega bo'lavermaydi, chunki haddan tashqari foyda ko'pincha yangi raqobatchilarni jalb qiladi va uzoq muddatda foyda normasi pasayishiga olib keladi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar foydani maksimallashtirish g'oyasini mutlaq va universal tamoyil sifatida qabul qilish muayyan cheklovlarga ega ekanligini ko'rsatadi. Muhokama jarayonida aniqlanishicha, qisqa muddatda foydani maksimal darajaga yetkazish uzoq muddatli barqarorlik va bozor ulushining pasayishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli zamonaviy firmalar foydani maksimallashtirishni ko'pincha foydani optimallashtirish, ya'ni barqaror va prognoz qilinadigan daromadni ta'minlash bilan almashtirmoqda. Bundan tashqari, institutsional cheklovlar, soliq siyosati va ijtimoiy mas'uliyat talablari ham foydani maksimallashtirish strategiyasini qayta ko'rib chiqishga majbur etadi. Demak, foyda iqtisodiy faoliyatning asosiy mezoni bo'lib qolayotgan bo'lsa-da, u yagona maqsad sifatida emas, balki kengroq strategik kontekstda baholanishi lozim.

Olingan natijalarni muhokama qilish jarayonida foydani maksimallashtirish konsepsiyasining amaliy chegaralari yaqqol namoyon bo'ldi. Muhokama shuni ko'rsatadiki, foydani mutlaq darajada oshirishga qaratilgan strategiyalar qisqa muddatda ijobiy natija bergan taqdirda ham, uzoq muddatli istiqbolda firmaning innovatsion salohiyati va ijtimoiy obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Ayniqsa, mehnat resurslariga bo'lgan munosabat, ekologik mas'uliyat va korporativ boshqaruv masalalari foyda maksimallashtirish strategiyasining qayta ko'rib chiqilishini talab qiladi. Muhokama davomida aniqlanishicha, zamonaviy firmalar foydani maksimallashtirishdan ko'ra foydani barqarorlashtirish va optimallashtirishga ko'proq e'tibor qaratmoqda. Bu esa foyda tushunchasining mazmunan kengayib, strategik boshqaruv kategoriyasiga aylanganini ko'rsatadi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, firma foydasini maksimallashtirish bozor iqtisodiyotining muhim nazariy va amaliy tamoyillaridan biri hisoblanadi. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, foydani maksimallashtirish firmalarning iqtisodiy xulq-atvorini tushuntirishda samarali vosita bo'lsa-da, zamonaviy sharoitda u mutlaq emas, balki shartli va nisbiy xarakterga ega. Foydani maksimallashtirishni amalga oshirish jarayoni bozor tuzilmasi, xarajatlar darajasi va institutsional muhit bilan chambarchas bog'liqdir. Ushbu xulosalar firmalar strategiyasini ishlab chiqishda va iqtisodiy siyosatni shakllantirishda muhim nazariy hamda amaliy ahamiyatga ega.

Umumlashtirilgan xulosalar shuni ko'rsatadiki, foydani maksimallashtirish bozor iqtisodiyotida firma xulq-atvorini tushuntiruvchi muhim nazariy asos bo'lib qolmoqda, biroq u real iqtisodiy sharoitda mutlaq xarakter kasb etmaydi. Tadqiqot natijalari foydani maksimallashtirishni firmalarning uzoq muddatli barqarorligi, innovatsion rivojlanishi va

ijtimoiy mas'uliyati bilan uyg'un holda amalga oshirish zarurligini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, institutsional muhitni takomillashtirish va raqobatni qo'llab-quvvatlovchi siyosat foyda darajasining sog'lom shakllanishiga xizmat qiladi. Mazkur qo'shimcha xulosalar foyda nazariyasini yanada chuqurlashtirish bilan birga, amaliy jihatdan firmalar strategiyasini ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Knight F. H. Risk, Uncertainty and Profit. – New York: Houghton Mifflin Company, 1921. – 381 p.
2. Keynes J. M. The General Theory of Employment, Interest and Money. – London: Macmillan, 1936. – 403 p.
3. Markowitz H. Portfolio Selection // Journal of Finance. – 1952. – Vol. 7, No. 1. – P. 77–91.
4. Samuelson P. A. Economics. – New York: McGraw-Hill Book Company, 1983. – 842 p.
5. Sharpe W. F. Investments. – Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1990. – 1016 p.
6. Mishkin F. S. The Economics of Money, Banking and Financial Markets. – Boston: Pearson Education, 2016. – 720 p.
7. Arrow K. J. Essays in the Theory of Risk-Bearing. – Amsterdam: North-Holland, 1971. – 278 p.
8. Stiglitz J. E. Risk, Incentives and Insurance: The Pure Theory of Moral Hazard // Geneva Papers on Risk and Insurance. – 1983. – Vol. 8. – P. 4–33.