

## RAQOBATLASHGAN BOZORLARDAGI FIRMALAR FAOLIYATI

**M.Turdimuratov**

JizPI, Iqtisodiyot va menejment kafedrası dotsenti v.b

**A.Asqarov**

Kibersport fakulteti talabasi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15908118>

**Annotatsiya.** Maqolada raqobatlashgan bozorlarda firmalarning xatti-harakatlari neoklassik va zamonaviy sanoat iqtisodiyoti nazariyalari asosida tahlil qilinadi. Taklif va talab ta'sirida shakllanuvchi bozor narxi sharoitida firmalar qisqa va uzoq muddatli rentabellikni maksimallashtirish uchun ishlab chiqarish hajmini optimallashtirish, texnologik innovatsiyalar, differensial marketing hamda xarajatlarni minimallashtirish strategiyalaridan foydalanadi.

**Kalit so'zlar:** raqobat bozori, firma xatti-harakati, chegara xarajat, narx-elastiklik, innovatsiya, antimonopoliya siyosati

**Annotation.** The article analyzes the behavior of firms in competing markets on the basis of neoclassical and modern theories of Industrial Economics. In the conditions of market price, which is formed under the influence of supply and demand, firms use strategies for optimizing production volumes, technological innovation, differential marketing and minimizing costs to maximize short-and long-term profitability.

**Key words:** competitive market, firm behavior, marginal cost, price elasticity, innovation, antitrust policy

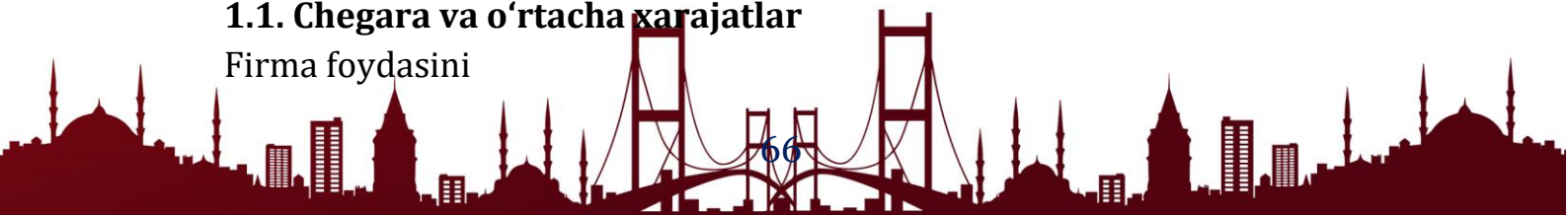
Raqobatlashgan bozor – bu ko'plab sotuvchilar va xaridorlar mavjud bo'lgan hamda har bir firma bozor narxiga ta'sir eta olmasligi bilan tavsiflanadigan iqtisodiy muhitdir. Neoklassik nazariyaga ko'ra, bunday sharoitda narx  $P = MC$  (chegara xarajat) ga tenglashadi va ijtimoiy farovonlik maksimal bo'ladi (Varian, 2019). Ammo real bozorlar to'liq raqobatga to'la mos kelmaydi; shuning uchun sanoat iqtisodiyoti zamonaviy yondashuvlari – masalan, o'yin nazariyasi va empirik sanoat tashkiliy (ESI) metodlari – firma xatti-harakatining murakkab jihatlarini chuqurroq yoritadi.

Maqolaning maqsadi – raqobatlashgan bozorlarda firmalarning strategik qarorlari va ularga ta'sir etuvchi omillarni nazariy va empirik tahlil qilish, shuningdek, O'zbekiston iqtisodiyotida raqobatni kuchaytirish bo'yicha takliflar ishlab chiqishdir.

### 1. Raqobatlashgan bozor nazariyasi va asosiy ko'rsatkichlar

#### 1.1. Chegara va o'rtacha xarajatlar

Firma foydasini



$$\Pi(q) = P \cdot q - C(q) \quad \Pi(q) = P \cdot q - C(q)$$

deb yo'zsak, erkin raqobatda **Foyda maksimumi sharti:**

$$P = MC(q^*) \quad P = MC(q^*) \quad P = MC(q^*)$$

Shu nuqtada **AC** minimallashtirib, o'rtacha muddatda nol iqtisodiy foyda holati yuzaga keladi, bu esa resurslardan eng samarali foydalanishni kafolatlaydi (Pindyck & Rubinfeld, 2020).

### 1.2. Narx-elastiklik va daromad

Talabning narx bo'yicha elastikligi  $\epsilon_d > 1$  bo'lsa, narxni pasaytirish hajmni proporsional ravishda ko'proq oshiradi va daromadga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu bois raqobatlashgan bozor firmalari xarajat ustunligini yo'qotmaslik uchun doimiy samaradorlik izlaydi.

### 2. Firma strategiyalari

Strategiya	Maqsad	Asosiy vositalar
Ishlab chiqarishni optimallashtirish	MC = P da ishlab chiqarish	Lean manufacturing, "just-in-time"
Innovatsiyalar	Xarajatni pasaytirish yoki mahsulotni farqlash	R&D, texnologik sathni oshirish
Marketing differensiasiyasi	Talab elastikligini pasaytirish	Brending, xizmat sifatini yaxshilash
Xarajatlarni minimallashtirish	Bozor narxi ostida foyda yaratish	MScale economies, raqamlashtirish

### 3. Empirik tahlillar

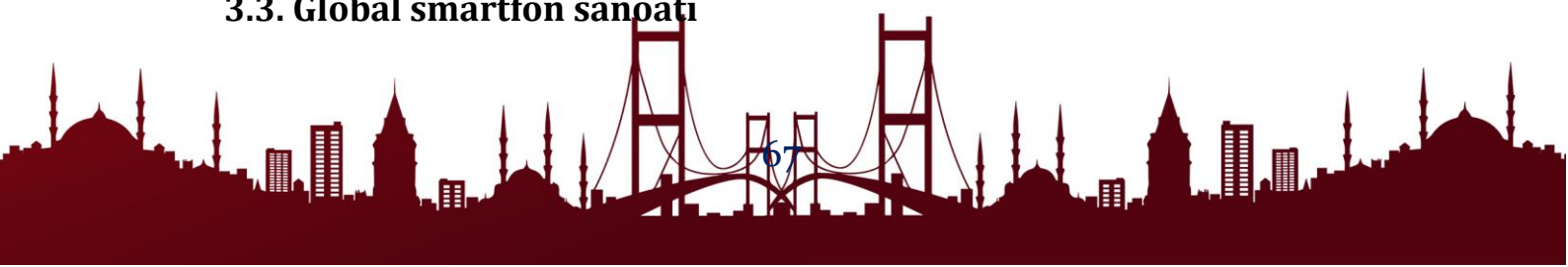
#### 3.1. O'zbekiston sement bozorida konkurent dinamika

2021–2024-yillarda mahalliy sement bozorida ishlab chiqaruvchilarning soni 9 tadan 15 taga yetdi. O'rtacha **HHI** ko'rsatkichi 1800 dan 1000 gacha kamayib, o'rtacha narx 12 % ga pasaydi. Shu bilan birga, ishlab chiqarish quvvati kengayib, AC 9 % ga tushdi, bu innovatsion pech texnologiyalarini joriy etish va energiya samaradorligini oshirish evaziga erishildi.

#### 3.2. Chakana savdo (FMCG) tarmog'i

Yirik supermarket tarmoqlari bozorga kiringach, kichik do'konlar narx bo'yicha raqobatlasha olmasdan, xizmat differensiasiyasi – masalan, uzoq ish vaqti, individual qo'llab-quvvatlash – orqali o'z segmentini saqlab qoldi. Bu Porter (1980) qiymat zanjiri konsepsiyasining hududiy darajada qo'llanishini tasdiqlaydi.

#### 3.3. Global smartfon sanoati



Apple, Samsung va Xiaomi kabi firmalar idol raqobati sharoitida differensial mahsulot dizayni va ekotizimni kengaytirish (iOS, One UI) orqali talablardan mustaqil rentabellikni saqlab qolmoqda. Marginal xarajatlari pasaygan bo'lsa-da, patent va brend kapitali yuqori ulushni ta'minlaydi.

#### 4. Institutsional omillar va siyosiy tavsiyalar

1. **Antimonopoliya siyosatini kuchaytirish.** Raqobat qo'mitasiga bozor ulushlariga real-vaqt monitoring tizimini yaratish va kartel risklarini sun'iy intellekt vositalarida aniqlash vakolatini berish.

2. **Xususiy mulk va bozor infratuzilmasini rivojlantirish.** Lojistik klasterlar va birja savdo maydonlarini kengaytirish tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi.

3. **Innovatsiya va R&Dni rag'batlantirish.** Soliq kreditlari va grantlar orqali texnologik yangilanish siklini tezlashtirish.

4. **Raqamli shaffoflikni oshirish.** Davlat xaridlari va subsidiyalar ma'lumotlarini ochiq platformalarda e'lon qilish korrupsion risklarni pasaytiradi.

5. **Xulosa.** Raqobatlashgan bozorlarda firmalar daromadni maksimal darajada ushlab qolish uchun hovli doirasida emas, balki butun qiymat zanjiri bo'ylab samaradorlik va innovatsiyaga tayanishi zarur. Neoklassik model proksimal ko'rsatkichlarni – narx, chegara xarajat – tushuntirsa-da, zamonaviy realiaga xos xulq-atvorda brend differensiasiyasi, texnologik ustunlik va institutsional sharoit hukmronidir. O'zbekiston misolida bozor liberallasuvi va antimonopoliya siyosatining kuchayishi narxlarni pasaytirib, iste'molchi farovonligini oshirishini amalda ko'rsatdi. Kelgusida raqobatbardosh muhitni rivojlantirish uchun texnologik innovatsiyalarni rag'batlantiruvchi va byurokratik to'siqlarni kamaytiruvchi islohotlar izchil davom etishi lozim.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Varian, H. R. (2019). Intermediate Microeconomics: A Modern Approach (10 nashr). – New York: W. W. Norton.
2. Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2022). Microeconomics (10 nashr). – Boston: Pearson.
3. Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. – New York: Free Press.
4. Carlton, D. W., & Perloff, J. M. (2021). Modern Industrial Organization (5 nashr). – London: Pearson.
5. O'zbekiston Respublikasi Monopoliyaga qarshi kurashish qo'mitasi (2024). Sement sanoatida bozor raqobati bo'yicha hisobot.