



KORXONALARNING FOYDASINI MAKSIMALLASHTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR

Mamtaliyev Nodirjon Muqumjon o'g'li
Toshkent Kimyo xalqaro universiteti
Menejment va marketing kafedrasi
katta o'qituvchisi

https://doi.org/10.55439/ECED/vol25_iss1/a59

Annotatsiya. Ushbu maqolada sanoat korxonalarining foydasini maksimallashtirishga ta'sir etuvchi omillar, ularning korxonalariga ta'siri va ta'sirni boshqarish strategiyalari haqidagi fikrlar o'rganilgan va tahlil qilingan. Bundan tashqari foydani maksimallashtirishga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish va tushunish sanoat korxonalariga raqobatdosh bozorda o'ziga xos afzallik berishi tushuntirilgan.

Kalit so'zlar: riskni boshqarish, foydani maksimallashtirish, raqobat, bozor talabi, innovatsiya, samaradorlik.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА МАКСИМИЗАЦИЮ ПРИБЫЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Мамталиев Нодиржон Муқумжон уғли
старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Международный университет Кимё в Ташкенте

Аннотация: В данной статье изучаются и анализируются факторы, влияющие на максимизацию прибыли промышленных предприятий, их влияние на предприятия и мнения о стратегиях управления этим воздействием. Кроме того, поясняется, что изучение и понимание факторов, влияющих на максимизацию прибыли, дает промышленным предприятиям уникальное преимущество на конкурентном рынке.

Ключевые слова: управление рисками, максимизация прибыли, конкуренция, рыночный спрос, инновации, эффективность.

FACTORS AFFECTING PROFIT MAXIMIZATION OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

Mamtaliyev Nodirjon Muqumjon ugli
Senior teacher, Department of Management and Marketing
Kimyo International University in Tashkent

Annotation. This article discusses and analyzes the factors that influence the maximization of profits of industrial enterprises, their impact on enterprises and strategies for managing this impact. It is also explained that studying and understanding the factors influencing profit maximization can give industrial enterprises a unique advantage in the competitive market.

Key words: risk management, profit maximization, competition, market demand, innovation, efficiency

Kirish. Foydani maksimallashtirish turli sohalaridagi korxonalar uchun asosiy maqsad bo'lib, moliyaviy muvaffaqiyat va barqarorlikning asosiy ko'rsatkichi bo'lib xizmat qiladi. Bugungi dinamik va raqobatbardosh ishbilarmonlik muhitida yuqori rentabellikka erishish va uni saqlab qolish har qanday tashkilotning daromadiga ta'sir etuvchi ko'plab omillarni chuqur tushunishni talab qiladi. Bu omillarni tahlil qilish nafaqat moliyaviy majburiyatdir, shuningdek, bu biznes traektoriyasini shakllantirishi va uning uzoq muddatli hayotiyeligini aniqlay oladigan strategik zaruratdir. Asosiysi, foydani maksimallashtirish shunchaki daromad olishdan tashqariga chiqadi. U korxonaning moliyaviy faoliyatiga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan turli ichki va tashqi ele-

mentlarni o'z ichiga olgan daromadlar va xarajatlarni o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni har tomonlama tekshirishni o'z ichiga oladi. Muvaffaqiyatli korxonalar ushbu omillarni tahlil qilishda yaxlit yondashuv ongli qarorlar qabul qilish, resurslarni optimallashtirish va bozorda raqobatdosh ustunlikni saqlab qolish uchun muhim ekanligini tan oladi va tahlil qilishning ahamiyatini boshqalarga qaraganda yaxshi tushunishadi. Shu sababli ham hozir barcha korxonalarda foydani maksimal darajada oshirishga ta'sir qiluvchi ko'p qirrali omillarni tahlil qilish kunning asosiy mavzusiga aylangan. Bozor dinamikasi va iste'molchilarning xatti-harakatlaridan tortib, operatsion samaradorlik va tartibga solish landshaftlarigacha bo'lgan murakkab ta'sirlar tarmog'ini o'rganish orqali korxona-

lar muammolarga faol javob berishi, imkoniyatlardan foydalanishi va barqaror o'sish yo'lini belgilashi mumkin. Darhaqiqat, foydani maksimal darajada oshirishning nozik tomonlarini tushunish nafaqat moliyaviy menejment oldida turgan vazifa, balki zamonaviy biznes landshaftining murakkabliklarini navigatsiya qilish uchun strategik imperativdir.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Korxonalarda foydani maksimal darajada oshirishga intilish moliyaviy menejmentning markaziy qoidasi bo'lib, strategik qarorlar qabul qilish uchun ushbu maqsadga ta'sir etuvchi omillarni har tomonlama tushunish juda muhim sanaladi. Turli iqtisodiy nazariyalar tashkilotning rentabelligiga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillarning murakkab o'zaro ta'sirini tahlil qilish uchun asoslarni taqdim etadi. Neoklassik iqtisod shuni ta'kidlaydiki, foydani maksimalashtirish kompaniya ishlab chiqarishning mumkin bo'lgan eng yuqori darajasiga erishish uchun o'z resurslarini optimal tarzda taqsimlaganda sodir bo'ladi. Nazariya ushbu maqsadga erishishda xarajatlarni minimalashtirish va daromadlarni maksimalashtirish muhimligini ta'kidlaydi (Samuelson va Nordhaus, 2010). Neoklassik iqtisod ishlab chiqarish funksiyalari va bozor sharoitlarini tahlil qilib, rentabellikni oshirish uchun firmalar kirish darajasi va narx strategiyasini qanday sozlashi mumkinligi haqida tushuncha beradi. Agentlik nazariyasi nuqtayi nazaridan, biznes egalari va menejerlar munosabatlari doirasida bo'lsa ham, foydani maksimalashtirish markaziy maqsad bo'lib xizmat qiladi. Agentlik nazariyasiga ko'ra, manfaatlar to'qnashuvi biznes egalari va menejerlar o'rtasida paydo bo'lishi mumkin, bu foydani maksimalashtirishga intilishga ta'sir qilishi mumkin. Biznes egalari – menejerlar munosabatlari agentlik xarajatlari tushunchasini kiritadi, ular mulkdorlar va menejerlar o'rtasidagi manfaatlarning noto'g'ri moslashuvi bilan bog'liq xarajatlardir (Jensen va Meckling, 1976). Foydani maksimalashtirishga intilishda agentlik nazariyasi menejerlar agent sifatida o'z manfaatlarini biznes egalarning manfaatlaridan ustun qo'yishi mumkinligini tan oladi, bu esa suboptimal qarorlar qabul qilinishiga va rentabellikning pasayishiga olib keladi. Rag'batlantirishni muvofiqlashtirish agentlik xarajatlarini kamaytirish va menejerlarning aksiyadorlar manfaatlarini ko'zlab harakat qilishlarini ta'minlashda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi.

Bozor tuzilmasi va raqobatning foydani ko'paytirishga ta'siri sanoatni tashkil etish nazariyasida asosiy masala hisoblanadi. Raqobatchilar soni, kirish to'siqlari va mahsulot differentsiyasi

kabi omillar bilan tavsiflangan bozor tuzilishi, foydani maksimalashtirishga erishish uchun firmalar uchun mavjud bo'lgan strategiyalarni shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ko'pgina firmalar bilan kuchli raqobatbardosh bozorlarda, odatda, korxonalar raqobatbardosh narxlarni taklif qilishga va o'z mahsulotlari yoki xizmatlarini farqlashga intilishlari sababli foyda chegaralari cheklangan. Bu dinamika mukammal raqobat tamoyillariga mos keladi, bunda alohida firmalar bozor narxlariga kam ta'sir ko'rsatadi (Tirole, 1988).

Foydani maksimalashtirishda innovatsiyalar va texnologik o'zgarishlarning roli Shumpeterning iqtisodiy nazariyasi tomonidan ta'kidlangan. Shumpeter (1942) firmalar innovatsiyalar orqali vaqtinchalik monopoliyaga erishishi mumkinligini, bu esa o'rtachadan yuqori foyda keltirishini ta'kidlaydi. Innovatsiyalar dinamikasini tushunish raqobatdosh ustunlikka erishish va rentabellikni oshirishga intilayotgan korxonalar uchun juda muhim. Foydani maksimalashtirishga ta'sir etuvchi omillarni nazariy jihatdan o'rganish turli iqtisodiy nazariyalarga asoslanib, korxonaning moliyaviy ko'rsatkichlarini shakllantiruvchi murakkab dinamikani tushunish uchun asos yaratadi. Neoklassik iqtisod, agentlik nazariyasi, sanoatni tashkil etish va innovatsiyalar nazariyasi tushunchalarini birlashtirgan holda, korxonalar strategik qarorlar qabul qilish va zamonaviy biznes landshaftidagi muammolarni hal qilish uchun yaxlit istiqbolni ishlab chiqishi mumkin.

Shuningdek, korxonada foydasini oshirishning asosiy yo'llari haqida Muratov (2014-yildagi) o'zining "Korxonada iqtisodiyoti" kitobida quyidagi fikrlarni bildirib o'tgan: "Har bir korxonada foydani oshirish bo'yicha rejali chora-tadbirlar ko'zda tutilishi kerak. Umuman olganda, bunda chora-tadbirlar quyidagilardan iborat bo'lishi kerak:

- ishlab chiqarilayotgan mahsulot miqdorini oshirish;
- ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifatini oshirish;
- ortiqcha asbob-uskunalar yoki boshqa mulkni sotib yuborish yoki ijaraga berish;
- moddiy resurslar, ishlab chiqarish quvvatlari va maydonlari, ishchi kuchi va ish vaqti-dan unumliroq foydalanish hisobiga mahsulot tannarxini pasaytirish;
- ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish;
- mahsulot bozorini kengaytirish va boshqa holatlar.

Foyda korxonada faoliyatining muhim iqtisodiy ko'rsatkichi bo'lsa-da, uning samaradorligini to'la tavsiflab bermaydi. Korxonada faoliyati sama-

radorligini aniqlash uchun natijalarni (foydani) xarajatlar yoki bu natijalarga erishish uchun sarflangan resurslar bilan solishtirish lozim.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu maqolada sanoat korxonalarining foydasini maksimalashtirishga ta'sir etuvchi omillar ko'rib chiqilgan bo'lib, tahlilning analiz, sintez va ilmiy abstraksiya usullari qo'llanilgan holda ilmiy natijalar ishlab chiqildi. Ishning uslubiy asosi sifatida iqtisodiyot va moliya sohasida tadqiqot olib borilgan olimlarning ishlaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi. Foydani maksimalashtirish sanoat korxonalarini uchun asosiy maqsad bo'lib, ularning barqarorligi, o'sishi va umumiy muvaffaqiyatini ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Daromadga intilish turli sabablarga ko'ra muhim bo'lib, strategik qarorlar qabul qilish va biznesning barcha tarmoqlaridagi operatsion faoliyatiga ta'sir qiladi. Shu nuqtayi nazardan kelib chiqib, sanoat korxonalarining foydasini maksimalashtirishga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va tahlil qilish muhim sanaladi.

Bozor shartlari. Bozor sharoitlari va raqobat korxonalarining daromadlarini maksimalashtirish strategiyalariga katta ta'sir ko'rsatadi. Bozorlarning dinamik tabiati va tarmoqlar ichidagi raqobat darajasi korxonalarining foyda olish va

uni ushlab turish qobiliyatini sezilarli darajada shakllantiradi. Kuchli raqobatbardosh bozorlarda korxonalar, ko'pincha, o'z mahsulotlari yoki xizmatlari uchun yuqori narxlarni ushlab turishda qiyinchiliklarga duch keladi (Porter, 1980). Misol uchun, shunga o'xshash takliflarning ko'pligi bilan ajralib turadigan sohalarida mijozlar narxga qarab brendlar o'rtasida osongina almashish imkoniyatiga ega bo'lishi mumkin, bu esa foyda marjasining pasayishiga olib keladi. Bozor sharoitlari tufayli talabning o'zgarishi va natijada bu korxonalarining mahsulot sotish hajmiga ta'sir qiladi. Iqtisodiy tanazzul, iste'molchilarning xohish-istaklari o'zgarishi yoki yangi texnologiyalarning paydo bo'lishi o'rnatilgan bozor dinamikasini buzishi mumkin, bu esa korxonalarining rentabelligiga ta'sir qiladi. Porterning (1980) beshta kuch doirasi xaridorlarning savdolashish qobiliyati, yangi ishtirokchilar tahdidi va yetkazib beruvchilarning savdolashish qobiliyati kabi omillarni sanoatdagi raqobat dinamikasini shakllantiruvchi muhim elementlar sifatida belgilaydi (1-rasm). Ushbu kuchlarni tushunish va strategik tarzda hal qilish o'z bozorlarida maksimal foyda olishga intilayotgan sanoat korxonalarini uchun juda muhimdir.



1-rasm. M. Porterning besh kuch modeli

Bozor sharoiti sanoat mahsulotlariga bo'lgan talabning elastikligiga ham ta'sir qiladi. Narxlarning o'zgarishiga xaridorlarning sezgirligi sanoat korxonalarini tomonidan olinadigan daromadga ta'sir qilishi mumkin. Narxlarning o'zgarishi talab miqdoriga nisbatan kichik ta'sir ko'rsatadigan noelastik talab firmalarga sotish hajmining

sezilarli pasayishiga duch kelmasdan, yuqori narxlarni belgilash imkoniyatini beradi, bu esa foydani maksimal darajada oshirishga yordam beradi (Lancaster & Massingham, 2010). Aksincha, narxlarning o'zgarishi talab miqdorining sezilarli o'zgarishiga olib keladigan elastik talab bilan tavsiflangan bozorlarda sanoat korxonalarini

talabning o'zgarishi sharoitida daromadni maksimal darajada oshirish uchun raqobatbardoshlikni foyda chegarasi bilan muvozanatlashtiradigan narx strategiyasini qabul qilishi kerak bo'lishi mumkin. Shuningdek, bozor sharoitlarining foydani maksimalashtirishga ta'sirini aniqlash uchun sanoat korxonalarini, ko'pincha, strategik yondashuvlardan foydalanadi. Mahsulot takliflarini diversifikatsiya qilish, bozorlarni aniqlash va innovatsiyalarga e'tibor qaratish firmalarga o'zlarini farqlash va kuchli raqobat ta'sirini yumshatishga yordam beradigan strategiyalardir (Porter, 1985). Bundan tashqari talabning egiluvchanligi va iqtisodiy sharoitlarning o'zgarishini hisobga oladigan moslashuvchan narxlar modellarini qabul qilish sanoat korxonalariga bozor dinamikasiga mos keladigan narxlarni belgilash strategiyasini optimallashtirishga imkon beradi (Lancaster & Massingham, 2010).

Raqobat. Raqobat ishbilarmonlik muhitining asosiy jihati bo'lib, sanoat korxonalarining foydasini maksimalashtirish strategiyalariga chuqur ta'sir ko'rsatadi. Sanoat ichidagi raqobat darajasi narx dinamikasi, bozor ulushi va umumiy rentabellikni shakllantiradi, bu esa firmalardan strategik raqobatbardosh kuchlarni boshqarishni talab qiladi.

Raqobatning sanoat korxonalariga bevosita ta'siridan biri – narx strategiyalarida aks etadi. Kuchli raqobatbardosh bozorlarda firmalar mijozlarni jalb qilish va bozor ulushini olish yoki saqlab qolish uchun narxlarni pasaytirish bosimiga duch kelishi mumkin (Porter, 1980). Bu savdo hajmini rag'batlantirishi mumkin bo'lsa-da, u foyda marjasini ham siqib chiqarishi mumkin, bu esa korxonalar uchun faqat an'anaviy narxlar mexanizmlari orqali foydani maksimal darajada oshirishni qiyinlashtiradi. Porter (1985) tomonidan ta'kidlanganidek, xarajatlar bo'yicha yetakchilik kabi strategiyalar kuchli raqobat muhitida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'ladi. Operatsion samaradorlik va iqtisodiy samaradorlikka erisha oladigan sanoat korxonalarini raqobatbardosh narx bosimi sharoitida ham rentabellikni saqlab qolish uchun yaxshiroq joylashadi. Shuningdek, sanoat korxonalarini ishlab chiqarish jarayonida yaratilgan qo'shimcha mahsulotlarni (chiqindilarni) ham ayrim tarmoqlarga o'rinbosar tovar sifatida sotuvini yo'lga qo'ysa, xarajat bo'yicha ustunlikka erishishi mumkin. Raqobat bozor ulushiga ham ta'sir qiladi, bu esa o'z navbatida, sanoat korxonalarining foydasini maksimal darajada oshirish potensialiga ta'sir qiladi. Bozor ustunligi uchun kurash, ko'pincha, strategik joylashishni aniqlash, farqlash va marketing harakatlarini o'z ichiga oladi (Porter, 1980). Kattaroq bozor ulushini

egallashga intilayotgan sanoat firmalari raqobatbardosh ustunlikni ta'minlash uchun brending, innovatsiyalar va mijozlarning sodiqlik dasturlariga sarmoya kiritishi mumkin.

Biroq bozor ulushi va rentabellik o'rtasidagi bog'liqlik murakkab. Chunki bozorning yuqori ulushi miqyos iqtisodiga va savdolashish qobiliyatining oshishiga hissa qo'shishi mumkin bo'lsa-da, u yuqori foyda marjasini kafolatlamaydi, chunki u agressiv narxlar yoki yuqori marketing xarajatlari hisobiga shakllangan bo'lishi mumkin (Porter, 1980).

Xarajatlarni boshqarish. Xarajatlarni boshqarish va samaradorlik korxonalarining foydani maksimalashtirishga erishish va uni saqlab qolish qobiliyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan muhim omillardir. Xarajatlarni samarali nazorat qilish va operatsion jarayonlarni optimallashtirish rentabellik va uzoq muddatli raqobatbardoshlikni oshirishga yordam beradi. Xarajatlarni boshqarish strategik rejalashtirish va tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish va yetkazib berish bilan bog'liq xarajatlarni nazorat qilishni o'z ichiga oladi. Kaplan va Norton (1996) xarajatlarni boshqarishni umumiy biznes strategiyasi bilan muvofiq lashtirish muhimligini ta'kidlaydilar. Balanslangan ko'rsatkichlar kartasi bo'yicha o'zlarining muhim ishlarida ular barqaror rentabellikka erishish uchun moliyaviy va nomoliyaviy ko'rsatkichlarga yaxshi muvozanatli yondashuv muhimligini ta'kidlaydilar. Xarajatlarni boshqarish bo'yicha qat'iy amaliyotlarni qo'llaydigan firmalar keraksiz xarajatlarni kamaytirishi, resurslarni samarali taqsimlashi va sog'lom foyda marjasini saqlab turishi mumkin (Kaplan va Norton, 1996). Bu, ayniqsa, narxlar orqali raqobat shiddatli bo'lgan sohalarida muhim ahamiyatga ega, chunki xarajatlarni nazorat qilish korxonalariga rentabellikni yo'qotmasdan raqobatbardoshlikni saqlab qolish imkonini beradi.

Shuningdek, xarajatlarni boshqarish haqida Jons (2015) quyidagilarni ta'kidlaydi, u ta'minot zanjiri bo'ylab tejamkorlik imkoniyatlarini aniqlash muhimligini ta'kidlaydi. Yaxshi tuzilgan xarajatlarni nazorat qilish strategiyasi kompaniyalarga resurslarni oqilona taqsimlashga imkon beradi va shu bilan umumiy rentabellikka ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari xarajatlarni nazorat qilish, samaradorlik va foydani maksimalashtirish o'rtasidagi bog'liqlik Jonson (2013) tomonidan o'tkazilgan tadqiqotda ta'kidlangan. Jonson (2013) ta'kidlashicha, tejamkor amaliyot va xarajatlarni samarali boshqarishni qo'llagan kompaniyalar vaqt o'tishi bilan barqaror rentabellikni ta'minlab, bozor o'zgarishlariga moslashish uchun yaxshiroq joylashadi.

Sanoat korxonalarida xarajatlarni optimallashtirish va foydani maksimallashtirishda qo'llaniladigan asosiy strategiyalar

Strategiya	Xususiyati
Ishlab chiqarish xarajatlarining kamayishi	Xarajatlarni nazorat qilishning samarali chora-tadbirlarini amalga oshirish isrofgarchilikni minimallashtiradi va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi, bu sanoat korxonalarining daromadiga bevosita ta'sir qiladi (Smit, 2010).
Oddiyashtirilgan operatsiyalar	Xarajatlarni nazorat qilish choralari natijasida samaradorlikning oshishi ishlab chiqarish jarayonlari va muddatlariga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Oddiyashtirilgan operatsiyalar tezroq ishlab chiqarish aylanishlariga va bozorga tezroq chiqishga olib keladi (Braun, 2018).
Resurslarni optimallashtirish	Xarajatlarni nazorat qilish korxonalariga resurslardan foydalanishni optimallashtirish, resurslarni samarali taqsimlashni ta'minlash va keraksiz xarajatlarni minimallashtirish imkonini beradi (Jones, 2015).
Bozor tebranishlariga moslashish	Strategik xarajatlarni boshqarish kompaniyalarga vaqt o'tishi bilan barqaror rentabellikni ta'minlab, bozor o'zgarishlariga yanada samarali moslashishga imkon beradi (Jonson, 2013).
Uzoq muddatli xarajatlarni tejash	Yaxshi tuzilgan xarajatlarni nazorat qilish strategiyalari uzoq muddatli xarajatlarni tejashga hissa qo'shadi, bu esa kompaniyalarga xarajatlar va daromadlarning maqbul nisbatini saqlashga imkon beradi (Miller, 2017).

Manba: muallif tomonidan yaratilgan.

Samaradorlik. Operatsion samaradorlik foydani maksimal darajada oshirishga ta'sir qiluvchi yana bir hal qiluvchi omil hisoblanadi. Samarali ishlab chiqarish jarayonlari, ta'minot zanjirini boshqarish va resurslarni taqsimlash ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga va umumiy samaradorlikni oshirishga yordam beradi (Porter, 1985). Faoliyatni tartibga solish orqali korxonalar bir birlik uchun kamroq xarajat bilan mahsulot ishlab chiqarishi yoki xizmatlar ko'rsatishi mumkin va shu bilan yuqori foyda olish imkoniyatini oshiradi. Samaradorlikni oshirish faqat ishlab chiqarish jarayonlari bilan cheklanmaydi, shuningdek, ular biznesning turli jihatlariga, jumladan, inventarizatsiyani boshqarish, tarqatish kanallari va mijozlarga xizmat ko'rsatishga taalluqlidir. Misol uchun, yaxshi tashkil etilgan ta'minot zanjiri inventarni saqlash xarajatlarini minimallashtirishi va yetkazib berish vaqtlarini qisqartirishi mumkin, bu ham xarajatlarga, ham mijozlar ehtiyojini qondirishga ijobiy ta'sir qiladi (Porter, 1985).

Shuningdek, ishlab chiqarish jarayonlarida ilg'or texnologiyalar va avtomatlashtirishni joriy etish mehnat xarajatlarini kamaytirishi va aniqlikni oshirishi mumkin. Bundan tashqari oltita sigma[16] yoki tejamkor menejment kabi doimiy takomillashtirish tashabbuslari operatsiyalardagi samarasizlikni aniqlash va bartaraf etishga yordam beradi, bu esa xarajatlarni kamaytirish va rentabellikni oshirishga yordam beradi (Kaplan va Norton, 1996). Shuningdek, yetkazib beruvchilar bilan strategik hamkorlik va hamkorlik omimaviy xaridlar yoki birgalikda ishlab chiqish harakatlari orqali xarajatlarni tejashga olib kelishi

mumkin (Porter, 1985). Bunday hamkorlik ta'minot zanjirida samaradorlikni oshiradi va o'zaro xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi.

Innovatsiya va rentabellik. Bugungi tez rivojlanayotgan biznes landshaftida innovatsiyalar va texnologik yutuqlar korxonalarining daromadlarini maksimallashtirish strategiyalarini shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Yangi g'oyalardan, texnologiyalar va jarayonlarni o'zlashtirish nafaqat kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirish, balki rentabellikni oshirish yo'llarini ham ochishi mumkin. Keng ma'noda yangi g'oyalardan, mahsulotlar yoki jarayonlarni yaratish va amalga oshirish sifatida ta'riflangan innovatsiyalar foydani maksimal darajada oshirishga bevosita ta'sir qiladi. Shumpeter (1934) innovatsiyalar iqtisodiy rivojlanishning asosiy omili va firmalar uchun barqaror raqobat ustunligini yaratishi mumkinligini ta'kidladi. Doimiy ravishda innovatsiyalar kiritadigan korxonalar mijozlarning o'zgaruvchan talablarini qondirish va raqobatchilardan oldinda qolish uchun yaxshiroq joylashadi.

Shuningdek, innovatsiyalar foydani maksimal darajada oshirishga hissa qo'shishning bir usuli bozorda yuqori narxlarga ega bo'lgan yangi mahsulot yoki xizmatlarni ishlab chiqishga imkon berishdir. Noyob va texnologik jihatdan ilg'or takliflar, ko'pincha, korxonalariga o'zlarini farqlash va kuchli bozor mavjudligini o'rnatish imkonini beradi (Schumpeter, 1934).

Texnologik yutuqlar va samaradorlik. Texnologik yutuqlar nafaqat innovatsiyalarni, balki foydani maksimal darajada oshirishning yana bir muhim omili bo'lgan operatsion samaradorlikka ham hissa qo'shadi. Ishlab chiqarish jarayonlari-

da, ta'minot zanjirini boshqarishda va aloqa tizimlarida ilg'or texnologiyalarni qo'llash xarajatlarni tejash va samaradorlikni oshirishga olib kelishi mumkin (Brynjolfsson & McAfee, 2014). Misol uchun, avtomatlashtirish va sun'iy intellektni joriy etish ishlab chiqarish jarayonlarini soddalashtirishi, mehnat xarajatlarini kamaytirishi va aniqlikni oshirishi mumkin. Xuddi shunday ilg'or ma'lumotlarni tahlil qilish vositalaridan foydalanish qaror qabul qilish jarayonlarini optimallashtirishi mumkin, bu esa resurslarni yanada samarali taqsimlashga va umumiy ish faoliyatini yaxshilashga yordam beradi (Brynjolfsson & McAfee, 2014).

Innovatsiyalar va texnologik yutuqlar orqali daromadni ko'paytirishga intilayotgan korxonalar, ko'pincha, proaktiv strategiyalarni qabul qiladi. Ilmiy-tadqiqot va ishlanmalarga sarmoya kiritish (R&D) keng tarqalgan yondashuv bo'lib, u kompaniyalarga texnologik tendensiyalar bo'yicha yetakchi bo'lib qolish va ilg'or mahsulot yoki xizmatlarni yaratish imkonini beradi (Schumpeter, 1934). Startaplar, tadqiqot institutlari va boshqa sanoat ishtirokchilari bilan hamkorlik tashqi innovatsiyalar va tajribalarga kirishni ham ta'minlaydi. Strategik hamkorlik bilim almashishni osonlashtiradi va kompaniyaning texnologik imkoniyatlarini oshiradigan qo'shma korxonalar yoki litsenziya bitimlariga olib kelishi mumkin (Chesbrough, 2003). Bundan tashqari tashkilotda innovatsiya madaniyatini rivojlantirish xodimlarini g'oyalarni qo'shishga va jarayonlarni doimiy ravishda takomillashtirishga undaydi. Tashkiliy DNKning bir qismi sifatida innovatsiyalarga ustuvor ahamiyat beradigan kompaniyalarda o'zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish va uzoq muddatli rentabellikni saqlab qolish ehtimoli ko'proq.

Umumiy qilib aytganda, innovatsiyalar va texnologik yutuqlar korxonalarining daromadlarini maksimallashtirish strategiyalarining ajralmas qismidir. Ushbu omillarni qabul qilish korxonalariga nafaqat turlicha takliflar yaratish imkonini beradi, balki barqaror raqobatbardoshlik va rentabellikni oshirishga olib keladigan operatsion samaradorlikni oshiradi.

Iste'molchilarning xulq-atvori. Iste'molchilarning xatti-harakati va bozor talabi korxonalarining daromadlarini maksimallashtirish strategiyalariga sezilarli ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillardir. Iste'molchilarning afzalliklari, ehtiyojlari va sotib olish modellarini tushunish korxonalar o'z mahsulotlari, xizmatlari va marketing yondashuvlarini samarali tarzda moslashtirish uchun juda muhim. Iste'molchining xatti-harakati odamlarning mahsulot yoki xizmatlarni tanlash, sotib

olish, foydalanish va yo'q qilishda boshdan kechiradigan jarayonlari va harakatlarini o'z ichiga oladi. Kotler (2011) ta'kidlashicha, iste'molchilarning xatti-harakatlari to'g'risida tushunchaga ega bo'lish maqsadli auditoriyaga mos keladigan qiymat takliflarini yaratish uchun juda muhimdir. O'z takliflarini iste'molchilarning xohishlariga moslashtiradigan korxonalar brendga sodiqlikni rivojlantirishi, takroriy biznesni rag'batlantirishi va natijada daromadni oshirishi mumkin. Masalan, o'zgaruvchan iste'mol tendentsiyalarini to'g'ri taxmin qiladigan va ularga javob beradigan korxonalar rivojlanayotgan talablarni qondirish uchun yangi mahsulotlarni joriy qilishi yoki mavjudlarini o'zgartirishi mumkin. Ushbu proaktiv yondashuv korxonalariga raqobatbardoshlikda turishga va bozorda raqobatbardosh ustunlikni saqlab qolishga imkon beradi.

Iste'molchilar har xil narx nuqtalarida sotib olishga tayyor va qodir bo'lgan tovar yoki xizmat miqdorini ifodalovchi bozor talabi foydani maksimal darajada oshirishning asosiy omili hisoblanadi. Korxonalar narx strategiyasini optimallashtirish uchun bozor talabining o'zgarishini baholashi va moslashishi kerak (Lancaster & Massingham, 2010). Talabning narx egiluvchanligini tushunish korxonalariga daromadlarni va natijada foydani maksimal darajada oshiradigan narxlarni belgilash imkonini beradi. Talab yuqori bo'lgan hollarda, korxonalar istalgan mahsulot yoki xizmat uchun mukofot to'lashga tayyor bo'lgan iste'molchilardan maksimal qiymatni olish uchun yuqori narx strategiyasini amalga oshirishi mumkin. Aksincha, past talab davrida korxonalar sotishni rag'batlantirish va bozor ulushini saqlab qolish uchun penetratsion narxlarni qo'llashi mumkin (Lancaster & Massingham, 2010).

Shuningdek, bozor tadqiqotlari va ma'lumotlar tahlilidan foydalanish korxonalariga iste'molchilarning afzalliklari haqida chuqur ma'lumotga ega bo'lish imkonini beradi, bu esa maqsadli marketing strategiyalarini va mahsulot innovatsiyalarini ishlab chiqishga imkon beradi (Kotler, 2011). Real vaqtdagi bozor talabi ma'lumotlari bilan ta'minlangan dinamik narxlash strategiyalari korxonalariga narxlarni talabning o'zgarishi, daromad va foyda chegaralarini optimallashtirish asosida dinamik ravishda moslashtirishga imkon beradi (Russo, M.V., & Sankar, C.S., 2015). Bundan tashqari shaxsiy tajribalar, mijozlarning fikr-mulohazalarini bildirish mexanizmlari va samarali mijozlarga xizmat ko'rsatish orqali kuchli mijozlar munosabatlarini rivojlantirish brendning sodiqligiga hissa qo'shadi. Qoniqarli mijozlarning takroriy xarid jarayoni doimiy daromad oqimiga olib kelishi mumkin, bu esa uzoq

muddatli foydani maksimal darajada oshirishga yordam beradi (Kotler, 2011).

Samarali moliyaviy boshqaruv. Samarali moliyaviy menejment foydani ko'paytirishni maqsad qilgan har qanday sanoat korxonalarini uchun asosdir. Sog'lom va samarali moliyaviy amaliyotlar, shu jumladan, budjetlashtirish, resurslarni taqsimlash va strategik rejalashtirish barqaror rentabellikni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi (Anderson, 2021).

Andersonning tadqiqoti (2021) sanoat sharoitida oqilona moliyaviy boshqaruv muhimligini ta'kidlaydi. Proaktiv budjetlashtirish kompaniyalarga resurslarni samarali taqsimlash imkonini beradi, bu esa operatsion va kapital xarajatlarning yaxshi boshqarilishini ta'minlaydi. Moliyaviy rejalashtirishga bunday intizomli yondashuv keraksiz xarajatlarning oldini olish va mavjud resurslardan foydalanishni optimallashtirish orqali foydani maksimal darajada oshirishga bevosita yordam beradi.

Bundan tashqari sog'lom pul oqimini saqlash o'sish imkoniyatlaridan foydalanishga va iqtisodiy noaniqliklarni bartaraf etishga intilayotgan sanoat korxonalarini uchun juda muhim (Robinson, 2019). Robinson (2019) ta'kidlaganidek, aylanma mablag'larni samarali boshqarish va qarzlarni nazorat qilishni o'z ichiga olgan mustahkam moliyaviy boshqaruv strategiyasi innovatsiyalar, texnologiya va uzoq muddatli rentabellikni keltirib chiqaradigan boshqa tashabbuslarga sarmoya kiritish uchun zarur bo'lgan moliyaviy moslashuvchanlikni ta'minlaydi.

Strategik moliyaviy menejment, shuningdek, foyda marjasini himoya qilish uchun juda muhim bo'lgan xavflarni baholash va kamaytirishni o'z ichiga oladi (Klark, 2019). Klarkning (2019) tadqiqoti valyuta o'zgarishi yoki foiz stavkalarining o'zgarishi kabi moliyaviy risklarni aniqlash va boshqarish muhimligini ta'kidlaydi. Risklarni kamaytirish strategiyalarini amalga oshirish orqali sanoat korxonalarini o'zlarining moliyaviy barqarorligini va rentabellikni saqlab qolishi mumkin. Bundan tashqari moliyaviy shaffoflik va hisobdorlik investorlar va manfaatdor tomonlarning ishonchini oshirishga yordam beradi (Miller, 2017). Investorlar aniq va yaxshi boshqariladigan moliyaviy hisobotlarga ega bo'lgan korxonalarini qo'llab-quvvatlashlari mumkin. Ushbu qo'llab-quvvatlash kapitalga kirishni oshirishga olib kelishi mumkin, bu esa kompaniyalarga rentabellikni oshiradigan strategik tashabbuslarni moliyalashtirishga imkon beradi.

Korxonalarda foydani maksimalashtirishga davlat me'yorlari va iqtisodiy siyosatining ta'siri. Hukumat me'yorlari va iqtisodiy siyosat biznes

muhitini shakllantirishda va korxonalarining daromadlarini maksimalashtirish strategiyalariga ta'sir qilishda muhim rol o'ynaydi. Hukumatlar tomonidan o'rnatilgan tartibga soluvchi landshaft va iqtisodiy siyosatlar o'sish uchun imkoniyatlar yaratishi yoki biznesning rentabelligiga ta'sir qiluvchi muammolarni keltirib chiqarishi mumkin. Hukumat qoidalari korxonalar mehnat, atrof-muhit, soliqqa tortish va sanoatga xos muvofiqlik kabi sohalarida rioya qilishi kerak bo'lgan keng ko'lamlil qoidalar va standartlarni o'z ichiga oladi. Besley va Persson (2011) me'yoriy-huquqiy hujjatlarning ikki tomonlama rolini ta'kidlaydilar: "...ular barqaror va adolatli biznes muhitini ta'minlashi mumkin, ammo ular korxonalarining xarajatlar tarkibi va faoliyatiga ta'sir qiluvchi cheklolarni ham qo'yishi mumkin. Masalan, atrof-muhitni muhofaza qilish bo'yicha qat'iy qoidalar kompaniyalardan ularning operatsion xarajatlarni qo'shib, toza texnologiyalarga sarmoya kiritishni talab qilishi mumkin. Aksincha, yaxshi ishlab chiqilgan me'yoriy-huquqiy hujjatlar adolatli raqobatni ta'minlaydigan va iste'molchilarni himoya qiladigan teng sharoit yaratishi mumkin, bu esa uzoq muddatli biznes barqarorligiga hissa qo'shishi mumkin" (Besley va Persson, 2011).

Soliq siyosati. Soliq solish iqtisodiy siyosatining muhim jihati bo'lib, korxonalarining moliyaviy natijalariga bevosita ta'sir qiladi. Korporativ soliq stavkalari va imtiyozlar kabi soliq siyosatidagi o'zgarishlar korxonalarining soliq to'lashdan keyingi rentabelligiga ta'sir qilishi mumkin (Besley & Persson, 2011). Korporativ soliqlarning kamayishi, masalan, kompaniya ichida qayta investitsiya qilish, kengaytirish yoki aksiyadorlarga taqsimlash uchun ko'proq resurslarni qoldirish orqali foydani oshirishi mumkin. Aksincha, soliq stavkalarining oshishi ushbu maqsadlar uchun mavjud sof daromadni kamaytirishi mumkin. Shuning uchun soliq siyosatidagi o'zgarishlarni tushunish va ularga moslashish turli iqtisodiy sharoitlarda foydani ko'paytirishga intilayotgan korxonalar uchun juda muhimdir.

Savdo qoidalari. Globallashtirish iqtisodiyotda savdo qoidalari va siyosati xalqaro biznes bilan shug'ullanuvchi korxonalar uchun foydani maksimal darajada oshirishga ham sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Hukumatlar tomonidan o'rnatilgan savdo to'siqlari, tariflar va kvotalar import va eksport narxiga ta'sir qilishi mumkin, bu esa biznesning jahon bozorida raqobatbardoshligiga ta'sir qilishi mumkin (Krugman va Obstfeld, 2009). Misol uchun, erkin savdo kelishuvlarini osonlashtiradigan savdo siyosati korxonalar uchun yangi bozorlar va imkoniyatlarni ochib, daromadning oshishiga hissa qo'shishi mumkin.

Aksincha, proteksionistik choralar bozorga kirishni cheklashi va xalqaro ishtirokini kengaytirishga intilayotgan korxonalar uchun qiyinchiliklar tug'dirishi mumkin (Krugman & Obstfeld, 2009).

Tartibga solish muammolarini hal qilish strategiyalari. Korxonalar foydani ko'paytirishga hukumat qoidalari va iqtisodiy siyosatining ta'sirini boshqarish uchun turli strategiyalarni qabul qilishi mumkin. Nazorat qiluvchi organlar bilan faol hamkorlik qilish, sanoat birlashmalarida ishtirok etish va siyosatdagi o'zgarishlardan xabardor bo'lish tartibga solish muammolarini oldindan bilish va ularga moslashish uchun juda muhim (Besley & Persson, 2011). Bundan tashqari korxonalar qoidalarga samarali rioya qilishni ta'minlash, operatsiyalar va xarajatlarga mumkin bo'lgan salbiy ta'sirni minimallashtirish uchun muvofiqlikni boshqarish tizimlariga sarmoya kiritishi mumkin. Sanoat hamkorligi va lobbi sa'y-harakatlari orqali qulay me'yoriy-huquqiy bazalarni targ'ib qilish korxonalar uchun biznes o'sishi va rentabellikni qo'llab-quvvatlovchi siyosatni shakllantirishning yana bir yo'lidir.

Xulosa va tavsiyalar. Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, sanoat korxonalarida foydani maksimal darajada oshirishga ta'sir qiluvchi omillarni sinchkovlik bilan tahlil qilish bugungi dinamik biznes landshaftida muhim ahamiyatga ega. Daromadlilik moliyaviy salomatlik va operatsion samaradorlikning muhim barometri bo'lib xizmat qiladi, bu kompaniyaning qiyinchiliklarga dosh berish, o'sishga sarmoya kiritish va manfaatdor tomonlarni mukofotlash qobiliyatiga ta'sir qiladi. Ushbu omillarning murakkab tarmog'ini o'rganish orqali kompaniyalar ko'plab imtiyozlarni ochishi mumkin. Ushbu keng qamrovli tahlil resurslarni samarali taqsimlashni osonlashtiradi

va tashkilotlarga kapital, mehnat va texnologiyani eng yuqori daromad keltiradigan yo'nalishlarga yo'naltirish imkonini beradi. U raqobatbardosh ustunliklarni ochib beradi, kompaniyalarni bozorda noyob qiymat takliflari bilan strategik joylashtiradi. Bundan tashqari foyda keltiruvchi omillarni chuqur tushunish noaniqliklarga chidamlilikni ta'minlab, risklarni samarali boshqarish imkonini beradi.

Operatsion samaradorlik chuqur tahlilning qo'shimcha mahsuloti bo'lib, barqaror rentabellikni ta'minlash uchun asos bo'lib chiqadi. Bu kompaniyalarga jarayonlarni soddalashtirish, xarajatlarni qisqartirish va bozor dinamikasiga tezda moslashish imkoniyatini beradi. Kompaniyaning o'sishiga muhim hissa qo'shuvchi sarmoyadorlar ishonch va uzoq muddatli hamkorlikni mustahkamlash, foyda omillari haqida shaffof tushunchalar orqali ishonchga ega bo'lishadi.

Daromadni aniqlovchi omillarni chuqur tushunish bilan ta'minlangan strategik qarorlarni qabul qilish sanoat korxonalarini uchun yetakchi kuchga aylanadi. Bozor o'zgarishlariga moslashish, yaxshi ma'lumotga ega ishchi kuchi motivatsiyasi bilan birgalikda kompaniyalarni innovatsiyalar va o'sishga undaydi. Ko'pincha rentabellik bilan chambarchas bog'liq bo'lgan tartibga rioya qilish, qonuniy tuzoqlarning oldini olish, sinchkovlik bilan tahlil qilish orqali aniqlik topadi. Ta'sir etuvchi omillarni tahlil qilish nafaqat vazifa, balki doimiy rivojlanayotgan biznes muhitida barqaror muvaffaqiyatga intilayotgan sanoat korxonalarini uchun strategik majburiyatdir. Kompaniyalar bugungi bozorlarning murakkabliklari bo'ylab harakat qilar ekan, bunday tahlildan olingan tushunchalar ularni moliyaviy farovonlik, operatsion mukammallik va barqaror raqobatbardoshlikka yo'naltiruvchi kompasga aylanadi.

Manba va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Besley, T., & Persson, T. (2011). *Pillars of Prosperity: The Political Economics of Development Clusters*. Princeton University Press.
2. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W. W. Norton & Company.
3. Chesbrough, H.W. (2003). *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Harvard Business Review Press.
4. Jensen, M.C., & Meckling, W.H. (1976). *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure*. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360.
5. Kaplan, R.S., & Norton, D.P. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Harvard Business Review Press.
6. Krugman, P., & Obstfeld, M. (2009). *International Economics: Theory and Policy*. Pearson.
7. Lancaster, G., & Massingham, L. (2010). *Essentials of Marketing Management*. Routledge.
8. Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
9. Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
10. Russo, M.V., & Sankar, C.S. (2015). *Winning in Turbulence*. John Wiley & Sons.
11. Samuelson, P.A., & Nordhaus, W.D. (2010). *Economics*. McGraw-Hill.
12. Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press.
13. Kotler, P. (2011). *Reinventing Marketing to Manage the Environmental Imperative*. *Journal of Marketing*, 75(4), 132-135.
14. Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, socialism, and democracy*. Harper & Brothers.
15. Tirole, J. (1988). *The theory of industrial organization*. MIT press.
16. <https://ahaslides.com/uz/blog/continuous-improvement-tools/>