



Application of the "collective production" theory in corporate governance

Ibrokhim SAIDOV¹

Tashkent State University of Law

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 2024
Received in revised form
15 December 2024
Accepted 20 January 2025
Available online
15 February 2025

Keywords:

collective production,
corporate governance,
transaction costs,
free rider problem,
contract system,
economic efficiency.

ABSTRACT

This article analyzes the significance and practical application of the "collective production" theory in corporate governance. It examines the synergistic effects of the collective production process and the role of this method in increasing economic efficiency. The article discusses the "free rider" problem, ways to reduce transaction costs, and the impact of implementing fair incentive systems on corporate efficiency. Additionally, the study explores the collective production approach in modern corporate governance and its role in enhancing organizational competitiveness. The article provides recommendations for more efficient management of economic systems by integrating theoretical concepts and practical solutions.

2181-1415/© 2025 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol6-iss1/S-pp337-344>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

Korporativ boshqaruvda “jamoaviy ishlab chiqarish” nazariyasini qo‘llash masalalari

Kalit so‘zlar:

jamoaviy ishlab chiqarish,
korporativ boshqaruv,
tranzaksiya xarajatlari,
tekin tomoqlik muammosi,
shartnomalar tizimi,
iqtisodiy samaradorlik.

ANNOTATSIYA

mazkur maqolada korporativ boshqaruvdagi “jamoaviy ishlab chiqarish” nazariyasining ahamiyati va amaliy qo‘llanilishi tahlil qilingan. Jamoaviy ishlab chiqarish jarayonining sinergetik ta’siri, shuningdek, bu usulning iqtisodiy samaradorlikni oshirishdagi roli ko‘rsatib berilgan. Maqola doirasida “tekin tomoqlik” muammosi, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish usullari va adolatli rag‘batlantirish tizimlarini joriy etishning korporativ samaradorlikka ta’siri yoritilgan. Shuningdek, zamonaviy korporativ boshqaruvda jamoaviy ishlab chiqarish yondashuvi va uning tashkilotlarning

¹ Lecturer, Department of Business Law, Tashkent State University of Law. E-mail: ibrohim.saidov@tsul.uz

raqobatbardoshligini oshirishdagi o'zni muhokama qilingan. Maqola nazariy g'oyalar va amaliy ko'rsatmalar integratsiyasi orqali iqtisodiy tizimlarni yanada samarali boshqarishga oid tavsiyalarni taqdim etadi.

Применение теории «коллективного производства» в корпоративном управлении

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

коллективное производство, корпоративное управление, транзакционные издержки, проблема «безбилетника», система контрактов, экономическая эффективность.

В данной статье анализируется значение и практическое применение теории «коллективного производства» в корпоративном управлении. Рассматривается синергетический эффект коллективного производственного процесса, а также роль этого метода в повышении экономической эффективности. В рамках статьи освещаются проблемы «безбилетника», способы сокращения транзакционных издержек и влияние внедрения справедливых систем мотивации на корпоративную эффективность. Также обсуждается подход коллективного производства в современном корпоративном управлении и его роль в повышении конкурентоспособности организаций. Статья предлагает рекомендации по более эффективному управлению экономическими системами путем интеграции теоретических концепций и практических решений.

KIRISH

Korporativ boshqaruv sohasida “jamoaviy ishlab chiqarish” nazariyasining qo'llanilishi, zamonaviy iqtisodiyotda kompaniyalar tuzilishini strukturaviy va funksional jihatdan qayta ko'rib chiqilishini talab qiladi. Kapitalistik iqtisodiyotda resurslarning kompaniyalar tomonidan egalik qilinishi va taqsimlanishi foyda ko'rishni ko'zlovchi nodavlat tashkilotlar orqali amalga oshiriladi. Bu jarayonda, resurs egalari hamkorlik va ixtisoslashuv orqali mahsuldorlikni oshirishga intiladilar. Bunday iqtisodiy muhitda korporativ boshqaruvning An'anaviy yondashuvlarini amaliy jihatdan o'zgartirishni talab qiladi.

Ko'plab olimlar ta'kidlashicha, kompaniyalar (firmalar) mavjudligining asosiy sabablaridan biri sifatida bozorda kelishuvlarni amalga oshirish bilan bog'liq tranzaksiya xarajatlarini kamaytirishni ta'kidlashadi. Ushbu nazariy asoslar firmalarni faqat foyda olishga qaratilgan yagona subyekt sifatida emas, balki murakkab, ko'p qirrali tuzilma sifatida qayta talqin qilish zaruratini ko'rsatadi.

Ushbu maqolada, jamoaviy ishlab chiqarishning nazariy asoslari va korporativ boshqaruvdagi amaliy qo'llanilishi chuqur tahlil qilinadi. O'rganiladigan asosiy mavzular jumlasidan, jamoaviy ishlab chiqarish nazariyasi, uning iqtisodiy samaradorligi, shuningdek, korporativ boshqaruvdagi yangi yondashuvlar va ularning zamonaviy biznes muhitidagi o'zni muhokama qilinadi. Maqola, shuningdek, jamoaviy ishlab chiqarish jarayonida yuzaga keladigan “tekin tomoqlik” kabi muammolarni ham ko'rib chiqadi. Bu esa jamoaviy harakatlar samaradorligini pasaytiruvchi asosiy omil sifatida tan olinadi.

1. Kompaniyaning tabiati va o'ziga xosligi

An'anaviy korporativ boshqaruvda kompaniya o'z xodimlari bilan munosabatlarda majburlov kuchiga ega deb tushuniladi. Biroq rivojlangan bozor sharoitida ushbu qarash biroz noto'g'ri hisoblanadi. Kompaniyalar barcha resurslarni boshqarishda hech qanday qudrat va vakolatga ega emas.

Bozor iqtisodiyotida kompaniyalar asosan birgalikdagi ishlab chiqarish asosida ma'lum bir foydaga erishishni ko'zlaydi. Shundan kelib chiqib, iqtisod nazariyasi jihatidan kompaniyalar birgalikda ishlab chiqarish maqsadidagi bir nechta kiruvchi subyektlar o'rtasidagi munosabatlarni jamlovchi shartnomalar to'plami sifatida qaraladi. Ushbu shartnomalar to'plamida har bir kiruvchi tomon: ta'xischi, menejer, muhandis, yetkazib beruvchi va-hokazolar moliyaviy foydaga erishish uchun o'zaro hamkorlik qiladi. Ushbu hamkorlikni bir nom va bir maqsad sari bog'lab turuvchi tuzilma esa kompaniya hisoblanadi.

Iqtisodchi Ronald Koazning "Firma tabiati" (1937) asarida keltirilgan g'oyalar firmalar mavjudligining sabablarini tushuntirishga yordam beradi. Uning fikricha, firmalar bozorda alohida har bir bitimni kelishish va bajarish bilan bog'liq tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish maqsadida paydo bo'lgan. Masalan, har bir mahsulot yoki xizmat uchun alohida shartnoma tuzish va uni bajarish o'rniga firmalar bu jarayonlarni ichki tartibda, ya'ni o'z tashkiloti doirasida boshqarish orqali xarajatlarni sezilarli darajada kamaytirish imkoniyatiga ega. Bu esa bozorda tez va samarali harakat qilish uchun zarur bo'lgan resurslarni tejash imkonini beradi. Bunday tashkil etilish, firmalarga bozor sharoitlariga tez moslashish va raqobatda ustunlik qozonish imkonini yaratadi.

Biroq, kapitalistik iqtisodiyot endi rivojlanayotgan davlatlarda kompaniyalar ustun vakolat bilan o'z ichki muammolarni hal qilish qudratiga ega deb tasvirlanadi. Biroq, bu tasavvur noto'g'ri. Ilmiy jihatdan tahlillar shuni ko'rsatadiki, kompaniyalar barcha kirish resurslarini majburlov asosida boshqara olmaydi. Ularning bozor iqtisodiyotidagi majburlov kuchi va vakolati odatiy bozor shartnomalaridan farq qilmaydi. Firmalarning xodimlarni turli vazifalarga tayinlash va boshqarishga oid tasavvurlari, aslida, firmalar va bozorlar orqali shartnomalarni muzokara qilish jarayonidagi o'xshashliklarni ko'rsatadi. Masalan, ish beruvchi xodimga ma'lum bir vazifani bajarishni buyurishi, xuddi, iste'molchining sotuvchiga ma'lum bir mahsulotni sotishni so'rashi kabidir. Bu yerda shartnomaviy majburiyatlarning davom etishini ta'minlovchi hech qanday kafolatlar mavjud emas. Buning o'rniga, biznesni muvaffaqiyatli davom ettirish uchun har ikkala tomon doimiy ravishda foydali shartlar asosida muzokaralar olib borishi kerak hisoblanadi.

Shunday qilib, zamonaviy biznesda kompaniya boshqaruvining asosiy vazifasi vakolatli boshqaruv yoki xodimlar ustidan nazorat emas, balki xodimlar, hamkorlar, yetkazib beruvchilar hatto ta'xischilar bilan doimiy ravishda muzokaralar o'tkazish orqali shartnomalar tuzish, kompaniya tovarlari va mahsulotlarini birgalikda samarali ishlab chiqarishni olib borish, kompaniya foydasi va resurslarini kompaniya ichida adolatli taqsimlash ishlarini amalga oshirish hisoblanadi.

2. Kompaniya shartnomalar tizimi sifatida (Nexus of contract)

An'anaviy qarashlarga ko'ra, ulushdorlar kompaniyaning "egalari" hisoblanib, ular bevosita nazoratni amalga oshiradilar. Biroq, ba'zi olimlar bu qarashga qarshi chiqib, zamonaviy korporatsiyalarni An'anaviy mulkchilik-nazorat modelidan ko'ra ko'proq shartnomaviy tizim sifatida qarash kerakligini ta'kidlashadi.

Masalan, Fama kompaniyani turli ishtirokchilar – ulushdorlar, menejerlar, ishchilar va kreditorlar – o'rtasidagi shartnomalar tizimi sifatida tasvirlaydi. Har bir ishtirokchi o'z resurslari yoki ko'nikmalarini belgilangan shartnomalarga muvofiq qo'shadi.

Jensen va Meckling kabi olimlar ham, firma An'anaviy yondashuvda yagona, foyda olishga qaratilgan subyekt sifatida ko'rilishi kerak emasligini, balki ko'proq murakkab, ko'p qirrali tuzilma sifatida qayta talqin qilinishi lozimligini ta'kidlashadi. Ular firmani faqat jismoniy aktivlar yoki boshqaruv iyerarxiyasi bilan belgilanuvchi tashkilot emas, balki manfaatdor tomonlar – ulushdorlar, ishchilar, yetkazib beruvchilar va mijozlar o'rtasidagi "shartnomalar majmuasi" sifatida tasavvur qilish kerakligini ta'kidlaydilar.

Darhaqiqat, ushbu tadqiqotchi olimlar taqdim etgan yondashuv zamonaviy korxonalar tuzilmasini An'anaviy tashkilotlardan ko'ra murakkabroq va integratsiyalashgan tizim sifatida qayta baholashga imkon beradi. Bugungi zamonaviy korporatsiyalar yagona qaror qabul qiluvchi subyekt bo'lmay, turli shartnomalar va kelishuvlar majmuasi sifatida tavsiflanadi.

Alchian va Demsetz kabi olimlar kompaniyani jamoaviy ishlab chiqarish va o'lchash xarajatlarining murakkabliklariga javob beruvchi samarali tashkilot sifatida tushuntiradilar. Ular ko'rsatishicha, An'anaviy bozor mexanizmlari yetarli bo'lmagan vaziyatlarda, kompaniya ishlab chiqarishni muvofiqlashtirish va unumdorlikni oshirish maqsadida markazlashgan shartnomalar yordamida tashkil etiladi. Xususan, jamoaviy ishlab chiqarish va o'lchash qiyinchiliklari mavjud bo'lganda, firma o'ziga xos markaziy boshqaruv orqali shartnomaviy tuzilmalar atrofida ishlab chiqarishni tashkil etadi.

Firmada xodimlar, yetkazib beruvchilar va boshqa resurslarni ta'minlovchilar kabi turli kiritma egalari ishlab chiqarish jarayoniga o'z hissalarini qo'shadilar. Ushbu tuzilma doirasida firma bozor asosidagi mustaqil shartnomalarga tayanish orqali kelib chiqadigan murakkablik va xarajatlarni kamaytirish uchun markaziy rol o'ynaydi. Agar yagona markaziy tashkilot bo'lmasa, har bir kiritma egasi boshqa ishtirokchilar bilan shartnomalar tuzish va yangilash bilan bog'liq yuqori tranzaksiya xarajatlariga duch kelishi muqarrar hisoblanadi. Firma yagona shartnoma tarafdori sifatida ushbu jarayonni soddalashtirib, tranzaksiyalarni kamaytiradi va yanada barqaror ishlab chiqarish usulini shakllantiradi.

Kompaniya direktorlariga alohida kiritma egalari bilan mustaqil ravishda shartnomalarni qayta kelishish imkoniyatini berish ham muhim jihatdir. Ushbu moslashuvchanlik firmaning unumdorlikdagi o'zgarishlarga, bozor talablari yoki kiritmalar mavjudligiga tezda javob berishiga imkon beradi. Masalan, agar xodim yoki yetkazib beruvchi talabni qondirmasa, direktorlar boshqa ishtirokchilar bilan kelishuvlarni qayta ko'rib chiqmasdan shu kiritmani almashtirish yoki o'zgartirish imkoniga ega bo'ladi. Bu esa murakkab, qimmatli qayta muzokaralarga ehtiyojni kamaytiradi va samaradorlikni oshiradi.

Firmaning shartnomalar markazi sifatidagi o'rni o'zgarishi va sotilishi mumkin. Bu esa uni uzluksiz ishlab chiqarish birligi sifatida saqlab qoladi. Ulushdorlar yoki birlashishlar orqali amalga oshiriladigan bu imkoniyat ishlab chiqarishni davom ettirish va firmaning mavjud shartnomaviy va tashkiliy tuzilmasini yangidan tashkil etish imkonini beradi. Bozor asosidagi almashinuvlardan farqli o'laroq, firmaning o'zining tuzilmasini "davomiy obyekt" sifatida sotish imkoniyati, uzoq muddatli yashash qobiliyatini saqlab qolib, iqtisodiy muhitda moslashuvchanlikni ta'minlaydi.

3. Kompaniyaga kiritma kirituvchilarning mehnatini baholash masalalari

Kompaniyada xodimlarning mehnat samaradorligini oshirish, ularning ish faoliyatini munosib ravishda mukofotlash va daromadni adolatli taqsimlash masalalari juda muhimdir. Agar xodimlarning harakatlari va erishilgan natijalar adolatli taqsimlanmagan va o'z vaqtida mukofotlanmagan bo'lsa, bu ularning umumiy ish samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Bunday vaziyatda, xodimlar ish faoliyatida qoniqarsizlik hissi tufayli ish jarayonida samarasiz harakatlarni qilishlari yoki bo'sh vaqtida boshqa ishlar bilan shug'ullanishlari mumkin.

Biznesda samaradorlikka erishish va bunday muammolarni oldini olish uchun ikkita asosiy yechim mavjud: birinchidan, kompaniyadagi barcha mahsuldorlikni aniq o'lchash bo'lsa, ikkinchidan, mahsuldorlikka hissa qo'shgan barcha ishtirokchilarni adolatli ravishda mukofotlash masalasidir. Bozor mexanizmlari ushbu muammolarni hal qilishda tabiiy yechim sifatida qaraladi. Chunki ular odatda ishlab chiqarish va mukofotlash o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri va aniq bog'liqlikni ta'minlaydi. Masalan, agar fermer bug'doy hosildorligini 10 foizga oshirsa va bozor narxlari barqaror qolsa, uning daromadi ham shunga mos ravishda oshadi. Bu o'zgarishlar fermerning mehnatiga bog'liq holda uning daromadini to'g'ridan-to'g'ri oshirishga yordam beradi, bu esa boshqa ishtirokchilarni ham o'z kiritmalariga qarab mukofotlash prinsipiga asoslanadi.

Agar iqtisodiy tashkilotning o'lchov tizimi yomon amalga oshirilsa va mukofotlar hamda mahsuldorlik orasida zaif bog'liqlik mavjud bo'lsa, bu odatda past mahsuldorlik darajasiga olib keladi. Aksincha, agar tashkilot o'lchovni yaxshi amalga oshirsa – chiqishlarni aniq o'lchab, mukofotlarni muvofiqlashtirsa – kutilgan natija sifatida mahsuldorlik yuqori bo'ladi.

4. Jamoaviy ishlab chiqarish nazariyasi

Zamonaviy korporativ boshqaruvda kompaniyalarni "jamoaviy ishlab chiqarish" tuzilmasi sifatida qarash taklif etiladi. Bu ishlab chiqarish shakli bir qancha shaxslar tomonidan amalga oshiriladi. Ularning har biri umumiy natijaga o'z hissasini qo'shadi. Yakka tartibdagi ishlab chiqarishdan farqli o'laroq, jamoaviy ishlab chiqarishida natija to'g'ridan-to'g'ri har bir a'zoning individual hissasiga bog'liq emas. Buning o'rniga, bu usulda natijalar a'zolarining alohida hissalarining yig'indisidan ko'ra, ularning birgalikdagi harakatlarining sinergetik ta'siridan kelib chiqadi.

Umumiy natijani faqatgina umumiy ishlab chiqarish ko'rsatkichlari asosida kuzatish orqali har bir ishtirokchining marginal mahsuldorligini aniqlash qiyin. Masalan, ikki kishi birgalikda og'ir yukni yuk mashinasigacha ko'tarayotganda, ularning har birining alohida hissasini belgilash mumkin emas. Bunday holatlar jamoaviy ishlab chiqarishiga xos bo'lib, bu yerda natija a'zolarining birgalikdagi harakatlarining o'zaro ta'siri natijasidir.

Ajratiladigan ishlab chiqarish funksiyalari bilan taqqoslaganda, jamoaviy ishlab chiqarishi yanada murakkabdir. Ajratiladigan funksiyalarda, umumiy natija individual hissalarining qo'shilishidan kelib chiqsa, jamoaviy ishlab chiqarishida natija kirishlar o'rtasidagi ajratib bo'lmaydigan o'zaro ta'sirlardan kelib chiqadi. Bu esa jamoaviy a'zolari mustaqil ravishda ishlab chiqara olishganidan ko'ra ko'proq natijani anglatadi.

Shuning uchun, kompaniyalar jamoaviy ishlab chiqarish jarayonini boshqarishda, a'zolarining hissasini aniq o'lchash va mukofotlash mexanizmlarini ishlab chiqishda qiyinchiliklarga duch keladilar. An'anaviy iqtisodiy usullar, bu kabi murakkab vaziyatlarda ko'pincha samarasiz bo'lib, ularda jamoaviy a'zolarining chambarchas

bog'langan hissalarini osongina ajratib bo'lmaydi. Natijada jamoaviy ishlab chiqarish tizimida ishtirok etuvchi har bir a'zo uchun adolatli va samarali mukofotlash tizimini yaratish muhim ahamiyat kasb etadi.

Jamoaviy ishlab chiqarishda asosiy muammo – bu “tekin tomoqlik” (free-riding) muammosidir. Ya'ni, jamoaviydagi ayrim shaxslarning birgalikdagi kutilmalarga yetarlicha hissa qo'shmasa-da, umumiy natijaga qarab barcha bilan bir xil rag'batlanishga ega bo'lishlari jamoaviy ishlab chiqarishda muammolarga olib kelishi mumkin. Umumiy natijadagi individual kirishlarni aniq belgilash qiyinligi sababli har bir ishtirokchining amalga oshirgan hissasini amalga oshirish qiyinlashadi. Bu esa, jamoaviy a'zolari mahsuldorligini pasaytirishi mumkin, chunki ularning mahsuldorligining pasayishi oson aniqlanmaydi va ularga beriladigan kompensatsiyalariga sezilarli ta'sir ko'rsatmaydi.

Biroq jamoaviyning har bir a'zosining xatti-harakatlarini kuzatish va nazorat qilish imkonsizdir. Odatda, har bir a'zoning qo'shayotgan kiritmasini, qilayotgan ishini doimiy nazoratga olish kompaniyaga qimmatga tushishi mumkin.

Masalan odatda kompaniya xodimlari tomonidan idora resurslari jumladan, ofis anjomlari, aloqa vositalari va kompyuterlardan o'zlarining shaxsiy maqsadlarda ishlatilishiga yo'l qo'yadilar. Biroq, ushbu harakatlarning oldini olish uchun kuzatish xarajatlari natijalarga erishish xarajatidan yuqori bo'lib ketishi mumkin.

Agar noeffektivlik tufayli yuzaga keladigan iqtisodiy zarar kuzatuv xarajatlaridan kam bo'lsa, tashkilotlar bunday xatti-harakatlarni ruxsat etish orqali samaradorlikka erishadilar. Bunday vaziyatlarda resurslardan foydalanishni qattiq nazorat qilish o'rniga, kengroq yutuqlarga e'tibor qaratishni afzal ko'radi.

Masalan, Alchianning ta'kidlashicha, universitetlarda akademik muhitda noeffektiv xatti-harakatlarni kuzatish o'ziga xos qiyinchiliklarga ega. Professor-o'qituvchilarning faoliyati ko'pincha professional va shaxsiy foydalanishning aralashmasidan iborat bo'lib, ular orasidagi chegaralarni aniq ajratish har doim ham mumkin emas. Masalan, professor-o'qituvchilar ish bilan bog'liq va shaxsiy xabarlarni bir xil pochta yoki telefon orqali yuborishi mumkin. Bu esa samarali va aniq kuzatishni murakkablashtiradi. Shu murakkablikni hisobga olib, universitetlar kichik resurslardan foydalanishdan ko'ra asosiy natijalarga e'tibor qaratishni afzal ko'radi. Shunday qilib, universitetlar o'z maqsadlariga mos keladigan natijalarni ko'zlab, fakultetlarga qisman erkinlik berib, byurokratik to'siqlarni minimallashtiradilar.

Universitetlar resurslardan foydalanishni qattiq nazorat qilishda muvozanatni saqlash zaruriyatiga duch keladilar, chunki kuchli kuzatish fakultet a'zolari kayfiyatini pasaytirishi va ishtiyoqini susaytirishi mumkin. Haddan tashqari qat'iy nazorat fakultet a'zolari o'rtasida ishonchni kamaytirishi, ularni ortiqcha stressga olib kelishi va hatto norozilikka sabab bo'lishi mumkin. Shu sababli, universitetlar ishonch muhiti yaratib, professor-o'qituvchilarning resurslardan mas'uliyat bilan foydalanishini rag'batlantirishni afzal ko'radilar. Bu yondashuv akademik sohada ishlaydiganlarni rag'batlantirish tuzilmasi bilan mos keladi, chunki u erkinlikni ta'minlaydi va intellektual mehnat uchun zarur bo'lgan kam nazoratli muhitni yaratadi.

5. Bozor raqobati jamoaviy ishlab chiqarishni tashkil etish mexanizmi sifatida

Alchian va Demsetz modeliga ko'ra, bozor raqobati jamoaviy ishlab chiqarishni samarali tashkil qilish uchun kuchli mexanizm sifatida xizmat qiladi. Raqobatli bozor sharoitida jamoaviylar va individual xodimlar ko'pincha o'z ishlash natijalaridan bevosita

foйда olishadi. Bu esa ularni samarali hissa qo'shishga ichki motivatsiya bilan undaydi. Bozor raqobati daromad, mijozlarning qoniqishi va bozor ulushi kabi ko'rsatkichlar orqali jamoaviy va individual ishchilar samaradorligini ochiq ravishda namoyon qiladi.

Masalan, savdo yoki loyiha asosidagi jamoaviylarda xodimlar ish natijalariga qarab bonuslar, komissiyalar yoki foйда ulashish tizimlari orqali rag'batlantiriladi. Agar xodimlar o'zlarining daromadlari va martaba rivoji bozor natijalari bilan chambarchas bog'liqligini tushunishsa, ularning o'z ichki monitoringga bo'lgan ehtiyoj kamayadi, chunki bozor asosidagi rag'batlantirish tabiiy ravishda javobgarlik mexanizmi sifatida xizmat qiladi va individual xatti-harakatlarni tashkilot samaradorligi bilan moslashtiradi.

Bozor raqobati o'z-o'zini tartibga soluvchi kuch sifatida faoliyat ko'rsatadi va samaradorlikni oshiradi. Raqobat qizg'in bo'lgan sohalarda past samaradorlik katta yo'qotishlarga olib kelishi mumkin. Masalan, bozor ulushini yo'qotish, mijozlarning noroziligi yoki ish o'rnining xavf ostida qolishi kabi. Ushbu raqobat bosimi ularni yanada samarali ishlashga undaydi. Chunki xodimlar samaradorlikning pasayishi ularning bozordagi o'rniga bevosita xavf tug'dirishini anglaydilar.

Bundan tashqari, raqobatli firmalar ko'pincha ko'rsatkichlarni aniq belgilab, jamoaviy a'zolari o'rtasida o'zaro javobgarlikni ta'minlaydilar. Bu sharoitda jamoaviy a'zolari bir-birlarini norasmiy tarzda kuzatadilar, chunki ularning faoliyati nafaqat ichki baholanadi, balki tashqi bozor standartlariga ham mos keladi. Bu esa jamoaviyda tekin tomoqlikka qarshi samarali mexanizm bo'lib, umumiy samaradorlikni oshiradi.

Ko'plab raqobatli bozor sharoitidagi kompaniyalar jamoaviydagi o'z xodimlariga oylik rag'batlantirishlar, natijalarga asoslangan bonuslar yoki ulush opsiyalari kabi mukofotlar orqali rag'batlantirish tuzilmalarini joriy qiladilar. Ushbu mexanizmlar individual va jamoaviy muvaffaqiyatini tashkilotning keng iqtisodiy maqsadlari bilan bog'laydi. Har bir a'zoni "tekin tomoqlik"dan saqlanishga va maksimal samaradorlikka intilishga undaydi. Xodimlar jamoaviyning bozor muvaffaqiyati bilan yaqin aloqador ekanliklarini tushunishadi. Bu esa ularni jamoaviy natijalarini oshirishga mas'uliyatliroq qiladi.

Yuqori samaradorlik ko'rsatayotgan xodimlar ushbu rag'batlantirishlardan ko'proq foйда ko'radi, bu esa past samaradorlik ko'rsatayotgan xodimlarni o'z harakatlarini oshirishga undaydi. Bu jamoaviy ichidagi sog'lom raqobat muhitini yaratadi va bu ichki monitoringga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi, chunki rag'batlantirish mexanizmlari shirkingni tabiiy ravishda kamaytiradi.

Bundan tashqari, individual jamoaviy a'zolari o'zlarining bozor ichidagi shaxsiy reputatsiyasini mustahkamlashni ham xohlashadi. Bu shaxsiy professional imijni saqlash istagi uzoq muddatda karyerada o'sishga olib keladigan imkoniyatlarni yaratadi va shirkingni oldini olishga turtki beradi. Ushbu reputatsiya motivatsiyasi individual xatti-harakatlarni jamoaviy maqsadlari bilan moslashtiradi, keng qamrovli monitoringga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi va samaradorlikni oshiradi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, korporativ boshqaruvdagi "jamoaviy ishlab chiqarish" nazariyasi, zamonaviy iqtisodiy tizimlar doirasida muhim o'rin egallaydi. Ushbu nazariya, firmalar va boshqa tashkilotlarning ichki tuzilishini qayta ko'rib chiqish orqali ulardagi samaradorlikni oshirish va tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish imkonini beradi. Jamoaviy ishlab chiqarish usuli, a'zolarining birgalikdagi harakatlari natijasida sinergetik ta'sir yaratish orqali, yakka tartibdagi ishlab chiqarishdan ko'ra yuqori darajada natijalarni kafolatlaydi.

Biroq, “tekin tomoqlik” muammosi kabi qiyinchiliklar ham mavjud bo‘lib, bu jamoaviy ishlab chiqarishning samaradorligini pasaytirishi mumkin. Shuning uchun, kompaniyalar uchun jamoaviy a‘zolari orasida adolatli rag‘batlantirish va nazorat tizimlarini yaratish, shuningdek, shaffof mukofotlash mehanizmlarini ishlab chiqish muhimdir. Bu orqali har bir ishtirokchi o‘z hissasini qo‘shishga undaladi va jamoaviy ishlab chiqarishning umumiy samaradorligi oshiriladi.

Zamonaviy korporativ boshqaruv amaliyotida jamoaviy ishlab chiqarish nazariyasini qo‘llash, tashkilotlarning raqobatbardoshligini oshirish va bozor sharoitlariga moslashuvchanlikni ta‘minlashda asosiy strategiya sifatida qaralishi mumkin. Bu, o‘z navbatida, korporativ boshqaruvning yangi paradigmasini shakllantirishga yordam beradi, bu esa tashkilotlar va ularning manfaatdor tomonlari uchun ko‘proq qiymat yaratish imkoniyatini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Alchian and H. Demsetz ‘Production, Information Costs, and Economic Organization’ (Dec., 1972) *The American Economic Review*, Vol. 62, No. 5, 777-795;
2. F. Fama ‘Agency Problems and the Theory of the Firm’ (Apr, 1980) *Journal of Political Economy*, Vol.88, No.2, 288-370;
3. Jensen & H. Meckling, ‘Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure’ (1976) *Journal of Financial Economics* 305-360;
4. R. H. Coase “The Nature of the Firm: Influence” *Journal of Law, Economics, & Organization* Vol. 4, No. 1 (Spring, 1988), pp. 33-47