

## XALQARO RAQOBATBARDOSHLIKNING ILMIY NAZARIY ASOSLARI

**Mallaboev Anvarjon Sotvoldievich**

Andijon davlat texnika instituti,

“Iqtisodiyot” kafedrası,

katta o‘qituvchi, i.f.f.d. (PhD)

E-mail: [mallaboyev.anvarjon.@gmail.com](mailto:mallaboyev.anvarjon.@gmail.com)

### Annotatsiya

Maqolada xalqaro raqobatbardoshlikning iqtisodiyotdagi tutgan o‘rni va ahamiyati, raqobatbardoshlik va xalqaro raqobatbardoshlik kategoriyalarining ayrim ilmiy nazariy jihatlarini tahlil qilingan.

**Kalit so‘zlar:** globallashtirish, raqobat, raqobatbardoshlik, liberallashtirish, xalqaro iqtisodiy integratsiya, mehnat unumdorligi, aholi turmush farovonligi.

### Аннотация

В статье анализируются роль и значение международной конкурентоспособности в экономике, а также некоторые научно-теоретические аспекты и категории международной конкурентоспособности.

**Ключевые слова:** глобализация, конкуренция, конкурентоспособность, либерализация, международная экономическая интеграция, производительность труда, уровень благосостояния населения.

### Abstract

The article analyzes the role and importance of international competitiveness in the economy, as well as some theoretical aspects of competitiveness and the categories of international competitiveness.

**Keywords:** globalization, competition, competitiveness, liberalization, international economic integration, labor productivity, well-being of the population.

### KIRISH

Globallashtirish jarayonlari jadallik bilan borayotgan hozirgi sharoitda jahon iqtisodiyotida raqobatning kuchayib borishi mamlakatlar uchun eng muhim hodisa hisoblanadi. Jahon mamlakatlari, iqtisodiy taraqqiyotning qaysi modelini tanlamasin, mamlakat iqtisodiyotining jahon xo‘jaligidagi mavqeyi va tutgan o‘rni, uning xalqaro raqobatbardoshlik darajasi bilan belgilanadi. Har qanday mamlakatda aholi turmush darajasini oshirishning asosiy omili xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish va uning barqarorligini ta‘minlashdan iboratdir.

Hozirgi kunga kelib, Yangi O‘zbekistonning jahon mamlakatlari bilan iqtisodiy integratsiya jarayonlari tobora kuchayib bormoqda. “O‘zbekiston-2030” strategiyasining ustuvor maqsadlaridan biri sifatida milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish va uning tarkibida qo‘shilgan qiymati yuqori bo‘lgan mahsulotlar ulushini keskin oshirish belgilangan. Ushbu yo‘nalishda eksport hajmini 2 barobar oshirish va 45 milliard dollarga etkazish, eksportchi korxonalar sonini 6,5 mingtadan 15 mingtaga etkazish, eksport tarkibida tayyor va yarim tayyor mahsulotlar hajmini 3,3 barobar ko‘paytirish, Yevropa davlatlariga GSP+ va boshqa tizimlari doirasida tayyor va texnologik mahsulotlar eksportini kengaytirish, dunyoning 50 ta

nufuzli brendlari bilan maxsus iqtisodiy zonalarni tashkil qilish, “Yangi O‘zbekiston — raqobatbardosh mahsulotlar yurti” g‘oyasi asosida milliy brendlarni xorijiy bozorlarga olib chiqadigan eksportchilarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlash asosiy vazifalar qatorida ko‘rsatilgan. [1]

Milliy iqtisodiyotda barqaror iqtisodiy o‘shishga erishish, aholi turmush farovonligini yaxshilash kabi maqsadlarni amalga oshirish xalqaro raqobatbardoshlik masalalarini ilmiy-nazariy jihatdan tadqiq etishni talab etadi.

### **ADABIYOTLAR SHARHI**

Ilmiy adabiyotlar tahlili xalqaro raqobatbardoshlik tushunchasi ko‘plab nazariy maktablar va iqtisodchi olimlar tomonidan atroflicha o‘rganilganligini ko‘rsatadi.

Xalqaro raqobatbardoshlik klassik yondashuvlar nuqtai nazaridan xalqaro savdo nazariyalari orqali izohlanadi. Xalqaro savdo nazariyalarining asoschisi A.Smit, o‘zining 1776 yilda yozilgan "Xalqlar boyligi va tabiati " asarida “Mutlaq ustunlik nazariyasi”ni ilgari suradi. Ushbu nazariyada savdoni liberallashtirish va xalqaro ixtisoslashuv mamlakatlar farovonligini oshirishi ta’kidlanadi. [2]

D.Rikardoning “Qiyosiy ustunlik nazariyasi”ga ko‘ra esa, mamlakatlar boshqa mamlakatlarga nisbatan nisbiy ravishda arzonroq ishlab chiqaradigan tovarlarga ixtisoslashishi va ushbu tovarlarni eksport qilishlari kerak. Nisbiy ravishda qimmatroq ishlab chiqaradigan tovarlarni esa import qilishlari kerak. Bu o‘z navbatida mamlakat farovonligi va ayni vaqtda jahon farovonligi uchun ham foyda keltiradi.[3]

M. Porter ko‘p yillar davomidagi o‘zining empirik va institutsional tadqiqotlarini bosqichma-bosqich rivojlantirdi va o‘z tadqiqotlarini "Millatlarning raqobatbardosh ustunligi" nomi bilan nashr ettirdi. U fanga “qiyosiy ustunlik” o‘rniga “raqobatbardosh ustunlik” tushunchasini kiritdi va raqobatbardoshlik faqat arzon ishchi kuchi va xom ashyo bilangina emas, balki innovatsiya, texnologiya, talabning rivojlanganligi va milliy tarmoqlarning samaradorligi bilan ta’minlanishini ilgari surdi. [4]

Raqobat va raqobatbardoshlikni oshirish masalalari yuzasidan milliy tadqiqotchilarimiz tomonidan bir qator ilmiy izlanishlar olib borilgan.

Iqtisodchi olim D.Tojiboeva milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi va uning nazariy konseptual asoslarini o‘rgangan. Milliy iqtisodiyotda raqobatbardoshlikning tutgan o‘rni, raqobat va raqobatbardoshlik kategoriyalarining mazmun mohiyati, umumiy jihatlari va farqlari, raqobatbardoshlikning tasniflanishiga oid ilmiy tadqiqotlar olib borgan. [5]

Iqtisodchi olim M.T.Yaxshieva hozirgi zamon raqobat nazariyalari, O‘zbekiston iqtisodiyotida raqobat muhitining shakllantirishning strategik maqsadlari va jahon bozoridagi raqobat usullaridan foydalanish mexanizmlarini tadqiq etgan. Raqobatga oid turli nazariyalar, konsepsiyalar, strategiyalar va modellar tahlil va sintez qilinib, ular asosida milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning konseptual asoslari ishlab chiqilgan [6]

Boshqa bir iqtisodchi olim S.I.Holbaev raqobat nazariyalari tadrijiy rivojlanishining iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta’minlashdagi ahamiyati yuzasidan ilmiy izlanishlar olib borgan. Raqobat nazariyalarining tarixiy rivojlanish xususiyatlari

tadqiq etilib, raqobat muhitini yaxshilash yuzasidan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan. [7]

## **METODOLOGIYA**

Tadqiqot jarayonida nazariy manbalarni o'rganish, statistik tahlil qilish, taqqoslama tahlil, guruhlash usullardan samarali foydalanilgan.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

Jahondagi globallashuv jarayonlarining ajralmas elementi sifatida paydo bo'lgan raqobat, texnologik innovatsiyalar, milliy va xalqaro narxlar, valyuta kurslari va mehnat unumdorligi kabi ko'plab iqtisodiy omillarni harakatga keltiruvchi kuch sifatida namoyon bo'lmoqda. Asrimizda sodir bo'layotgan ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy va texnologik transformatsiyalashuv jarayonlari, raqobatning shakli va miqyosini keskin o'zgartirdi. Hozirgi kunga kelib, firmalarning muvaffaqiyat mezonlari iste'molchilarning cheksiz talablarini iqtisodiy jihatdan qondirish qobiliyati bilan belgilanmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari jadal rivojlanib borayotgan XXI asrda firmalar axborotni qayta ishlash va baholash imkoniyatlariga katta ahamiyat berib, raqobatbardoshlik jihatidan sezilarli yutuqlarga erishmoqdalar.

Raqobat iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashning zarur shartlaridan biridir. Iqtisodiy samaradorlik — kamyob resurslardan maksimal foyda olishni ta'minlaydigan shaklda foydalanishni bildiradi. Raqobat ishlab chiqarishda, resurslar taqsimotida va innovatsiyalarda samaradorlikni ta'minlaydi. Iqtisodiy farovonlikni ta'minlash orqali iqtisodiy kuchning yagona qo'lda to'planishining oldini oladi. Raqobat demokratik faollikni va plyuralizmni oshirganligi sababli bozor iqtisodiyotida strategik ahamiyatga egadir. Raqobat muayyan shartlar bajarilgan taqdirda samarali shaklda ishlaydi va turli vazifalarni bajaradi.

Konseptual nuqtai nazardan ilmiy adabiyotlar tahlili raqobatbardoshlik tushunchasiga ta'rif berishda turli xildagi yondashuvlar mavjud ekanligini ko'rsatadi. (1-jadval)

Tadqiqotchilar va olimlarning raqobatbardoshlikka ko'p qirrali va turli nuqtai nazarlardan yondashuvlari ushbu tushunchaning ilmiy adabiyotlarda doimiy ravishda bahs va munozaralar markazida bo'lishiga va muammoning har doimo kun tartibida saqlanib qolishiga olib kelmoqda.

Jahon Iqtisodiy Forumining bu boradagi tadqiqotlariga ko'ra, raqobatbardoshlik tadbirkorlarning mahsulot va xizmatlar dizayni, ishlab chiqarish va narx siyosati orqali raqobatchilarga nisbatan ustunlik yarata olish mezonlariga asoslanadi. Har qanday mamlakatda mehnat unumdorligiga ta'sir qiluvchi omillar, olib borilgan iqtisodiy siyosat va institutsional tuzilmalarning samarali faoliyati milliy raqobatbardoshlik darajasini belgilab beradi. [8]

Xalqaro Menejmentni Rivojlantirish Instituti esa raqobatbardoshlikni iqtisodiy ko'rsatkichlar, biznes muhiti, davlat sektori va mamlakat infratuzilmasi bilan bog'liq ekanligini va ushbu o'zgaruvchilardagi yaxshi tomonga o'zgarishning umumiy raqobatbardoshlikka ijobiy ta'sir ko'rsatishi ilgari suradi. [9]

Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti ta'rifiga ko'ra, agar mamlakatda erkin bozor sharoitida tovar va xizmatlar ishlab chiqarishga erishilayotgan bo'lsa va amalga oshirilgan ishlab chiqarish natijasida aholi farovonligida yaxshi tomonga o'zgarish mavjud bo'lsa, mamlakat xalqaro raqobatbardoshlikka ega bo'ladi. Xalqaro raqobatbardoshlik- bu firmalar, tarmoqlar, mintaqalar, mamlakatlar va boshqa iqtisodiy subyektlarning barqaror shaklda ishlab chiqarish omillari daromadini va bandlik darajasini oshirib borishi sifatida ifodalanadi. [10]

D.Tojiboeva fikricha, "Raqobatbardoshlik — ma'lum bir obyekt yoki subyektning o'ziga o'xshashlar orasida muayyan sharoitlarda raqiblardan ustun turish imkoniyati, raqiblarning har qanday bosim o'tkazishiga dosh berish, ulardan ko'ra afzallikka ega bo'lishdir". [5]

M.T.Yaxshieva tomonidan "Raqobatbardoshlik — bu odatda tovar ishlab chiqaruvchilarning minimal foydalilikni ta'minlovchi narxda tashqi bozorda sotish uchun ishlab chiqarishga bo'lgan qobiliyati hisoblanadi." deb ta'rif berilgan [6]

S.I.Holboevga ko'ra esa "Mamlakat raqobatbardoshligi deganda jahon bozorlarida raqobatlasha oladigan tovar va xizmatlar ishlab chiqaradigan va buning natijasida yalpi ichki mahsulotning barqaror o'sish darajasini hamda aholi farovonligining oshishini ta'minlovchi resurslarini jamg'aradigan mamlakat iqtisodiyotini tushunish kerak". [7]

## 1-jadval

### Xorijiy olimlar va tashkilotlar tomonidan raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta'riflar. [11]

Raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta'riflar	Ta'rif Mualliflari
Raqobatbardoshlik mamlakatda aholi jon boshiga YaIM hajmining yuqori darajasiga erishish va uning barqarorligini ta'minlash qobiliyatidir.	World Economic Forum, Global Competitiveness Report, 1996, pg.19.
Raqobatbardoshlik mutlaq emas nisbiy tushunchadir. Raqobatbardoshlik muhitga va ishtirokchilarga ko'ra o'zgaruvchan jarayondir. Ushbu jarayon raqobatchilar va iste'molchilarning kutishlariga, moliyaviy kuchga, tezkor qarorlar qabul qilish va ularni amalga oshirish qobiliyatiga, inson resurslari va texnologiyaga bog'liqdir. Agar ushbu elementlar o'rtasida uyg'unlikka erishilsa va ular o'rtasidagi ziddiyat yaxshi boshqarilsa raqobatbardoshlik doimiy bo'lishi mumkin.	Feurer, R. and Chaharbaghi, K., "Management Decision", 1994, Vol.32, No.2, pp. 49
Milliy raqobatbardoshlik har qanday mamlakatning xalqaro savdoda yangi mahsulotlarni yaratish, ishlab chiqarish, tarqatish yoki taqdim etish qobiliyatidir.	Scott, B.R. and Lodge, G.C., "US Competitiveness in the World Economy", 1985, pg.3.

<b>Raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta’riflar</b>	<b>Ta’rif Mualliflari</b>
Raqobatbardoshlikning ikkita muhim unsuri mavjuddir: birinchisi, maqsadga erishishda mavjud resurslardan eng samarali shaklda foydalanish; ikkinchisi, maqsadni to’g’ri tanlash va ushbu maqsadlarga erishish qobiliyatidir.	Buckley, P.J. Etal, “Measures of International Competitiveness: A Critical Survey”, Journal of Marketing Management, 1988.
Raqobatbardoshlik samaradorlik va rentabellik unsurlarini ifodalaydi. Raqobatdoshlik mohiyatiga ko’ra, mo’ljallangan maqsadlarga erishish uchun turmush darajasini oshirish va ijtimoiy farovonlikni yaxshilash vositasidir. Raqobatbardoshlik global miqyosda, xalqaro ixtisoslashuv sharoitida samaradorlik va rentabellikni ta’minlash orqali aholi daromadlarini noinflyatsion yo’l bilan oshirishga asoslanadi.	Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group), “Enhancing European Competitiveness”. First report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Head of State, June 1995.
Raqobatbardoshlikning asosiy ma’nosi, aholi turmush darajasini oshirish, ishsizlarni ish bilan ta’minlash va qashshoqlikni bartaraf etishdan iborat bo’lishi kerak.	Competitiveness Advisory Group, (Ciampi Group), “Enhancing European Competitiveness”. Second report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, December 1995.
Raqobatbardoshlik erkin savdo va adolatli bozor sharoitida, mamlakatning xalqaro bozor standartlariga mos ravishda tovar va xizmatlar ishlab chiqarishi va shu bilan birga uzoq muddatli istiqbolda o’z fuqarolarining real daromadlarini oshirishga e’tibor qaratishidir.	OECD.
Raqobatbardoshlik, bu firmaning yoki tarmoqning raqobatchilari bilan o’zaro kurashi natijasida kelib chiqadigan qiyinchiliklarni yengib o’tish qobiliyatidir.	US Department of Energy.
Uzoq muddatli istiqbolda aholining turmush darajasini oshirish va barqarorligini ta’minlash orqali, xalqaro bozor talablariga mos ravishda tovar va xizmatlar ishlab chiqarish qobiliyatidir.	The First Report to the President and Congress, 1992. US Competitiveness Policy Council.
Agar firma mahalliy va xalqaro raqobatchilariga nisbatan sifatliroq va arzonroq tovar va xizmatlar ishlab chiqarsa u raqobatbardosh hisoblanadi. Raqobatbardoshlik – bu firmaning uzoq muddatli foyda ko’rish, ishchilariga	Report of the Select Committee of the House of Lords on Overseas Trade, 1985.

<b>Raqobatbardoshlik tushunchasiga berilgan ta'riflar</b>	<b>Ta'rif Mualliflari</b>
maoshlarini to'lash va hissadorlariga yuqori daromad keltirish salohiyatidir.	
Firma darajasida raqobatbardoshlik, firmaning iste'molchi talablariga mos va iste'mol qiymati yuqori bo'lgan tovar va xizmatlarni, raqobatchilari kabi doimiy ravishda yetkazib berish qobiliyatidir.	Department of Enterprise, Trade and Employment, UK.

M.Porterning fikricha, har qanday mamlakatning xalqaro raqobatbardoshlik ko'rsatkichi mavjud resurslaridan samarali foydalanish bilan bog'liqdir. Mamlakatlar yuqori mehnat unumdorligi bilan faoliyat ko'rsatishlari uchun, mamlakatga kapital uchun yuqori daromad va mehnat uchun yuqori ish haqi to'lay oladigan yirik miqdordagi investitsiyalarni jalb qilishlari kerak bo'ladi. Ushbu vaziyatni barqaror qilish esa mamlakatlarning raqobatbardoshligini oshiradi. [4]

K. Aigingerga ko'ra, raqobatbardoshlik milliy farovonlikni oshirish demakdir. Shu nuqtai nazardan, mehnat unumdorligi, ilmiy-tadqiqot ishlari va bunga bog'liq ravishda yuqori texnologiyali tovarlar ishlab chiqarish va eksport qilish, tashqi savdo profitsiti, o'z sohasining yetuk mutaxassisleri va malakali kadrlar aholi turmush farovonligi ortishini ta'minlashda katta ahamiyatga egadir. [12]

B.Kogut mamlakat miqyosidagi umummilliy tarmoqqa ega bo'lgan institutsional tuzilmalar mamlakatning raqobatbardoshligi va texnologik infratuzilmasiga sezilarli ta'sir ko'rsatishini ta'kidlaydi. Institutsional tuzilmalar faol bo'lgan muhitda texnologiya va axborot tarqalishi yuqori darajada bo'lib, bu esa o'z navbatida iqtisodiy rivojlanish va tarkibiy o'zgarishlarni qo'llab-quvvatlashi ilgari suriladi. Kogutning fikricha, raqobatbardoshlikdagi o'zgarishlarni faqat texnologik va institutsional o'zgarishlar bilan izohlash mumkin. Milliy raqobatbardoshlik darajasini belgilovchi asosiy omillar: tashqi savdoning tarkibiy tuzilishi, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar miqdori va kapital kirib kelgan tarmoqlar tarkibidir.[13]

Ko'plab iqtisodchi olimlar raqobatbardoshlik tushunchasini iqtisodiyotning barcha bo'g'inlarida qo'llash mumkinligini ilgari surishadi. Biroq P.Krugman raqobatbardoshlik tushunchasini faqatgina firma darajasida qo'llash mumkinligini, ushbu tushunchani mamlakat darajasida qo'llanilishi mantiqiy hisoblanmasligi, agar mamlakat darajasida qo'llanilsa, mehnat unumdorligi tushunchasi bilan bir xil ma'noga ega bo'lishini ta'kidlaydi. Krugmanga ko'ra, firmalardan farqli o'laroq, mamlakatlar o'zlari ishlab chiqargan tovar va xizmatlarning katta qismini mamlakat ichkarisida iste'mol qilganliklari sababli, mamlakatning ko'pgina segmentlar uchun ularning xalqaro raqobatbardoshlikka ega bo'lishlari unchalik muhim emas. [14]

Har qanday mamlakatning farovonligi uning raqobatbardoshligiga bog'liqdir. Raqobatbardoshlikning asosida esa tovar va xizmatlar ishlab chiqarishdagi mehnat unumdorligi yotadi. Mehnat unumdorligini oshirish uchun barqaror va samarali makroiqtisodiy siyosat bilan birga huquqiy institutlar zarurdir. Bundan tashqari,

mikroiqtisodiy nuqtai nazardan, firmalarning ko'p qirrali faoliyat yuritishi, samarali strategiyalarni ishlab chiqishi va amalga oshirishida firmalar o'rtasida shiddatli raqobatni yuzaga chiqaruvchi mikro-biznes muhitining sifati muhim o'rin tutadi. Shu nuqtai nazardan, mikroiqtisodiy subyektlarning raqobatbardoshligini anglash milliy iqtisodiy siyosatning ham asosidir. [15]

Raqobatbardoshlik tushunchasi uni aniqlashda foydalanilgan mezon va ko'rsatkichlarga, unga ta'sir ko'rsatuvchi omillarga, hududi va miqyosiga ko'ra turlicha ta'riflanganligini ko'rish mumkin. Raqobatbardoshlik tushunchasi hududiy jihatdan firma, tarmoq, mamlakat yoki xalqaro miqyosidagi, raqobatbardoshlikni aniqlash ko'rsatkichlari va yondashuv shakliga ko'ra mikro yoki makro darajadagi raqobatbardoshlik sifatida ifodalanadi.

Umuman olganda fikrimizcha, raqobatbardoshlik – bu shaxs, firma, tarmoq yoki mamlakatning mavjud resurslar va imkoniyatlardan samarali foydalangan holda raqobatchilarga nisbatan yuqori qo'shimcha qiymat yaratish va ushbu qiymatning barqarorligini ta'minlash va o'zgaruvchan bozor sharoitlariga tezlik bilan moslashish qobiliyatidir.

Raqobatbardoshlik raqobat sharoitida o'z mavqeyini saqlab qolish qobiliyati hisoblanib, erkin bozor tizimining samarali faoliyat yuritishida muhim o'rinni egallaydi. Raqobatbardoshlikni firmalar, tarmoqlar, mintaqalar, mamlakatlar yoki iqtisodiy ittifoqlarning xalqaro raqobatda nisbiy jihatdan yuqori daromad va bandlik darajasidagi ishlab chiqarish quvvati sifatida ta'riflash mumkin. Boshqacha qilib aytganda, xalqaro raqobatbardoshlik, bir mamlakat tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlarning boshqa mamlakatlarning tovarlari bilan narx, sifat, dizayn, ishonchlilik va o'z vaqtida etkazib berish kabi mezonlar bo'yicha musobaqalashish darajasiga ega bo'lishidir.

Ko'rinib turganidek, xalqaro raqobatbardoshlikning ta'rifi, ko'rsatkichlari va unga ta'sir etuvchi omillar haqida umumiy qabul qilingan yondashuvlar mavjud emas. Xalqaro raqobatbardoshlik yuzasidan keltirilgan yondashuvlarni asosan ikkita bir-biridan farqli guruhlariga ajratish maqsadga muvofiq : birinchisi mikro darajadagi yondashuv (firma va tarmoq darajasidagi) va ikkinchisi makro darajadagi (mamlakat darajasidagi) yondashuvlardir. Mikro darajadagi yondashuv mamlakatdagi firmalar o'rtasidagi raqobat va ushbu raqobatning milliy va xalqaro maydondagi ta'sirini o'rgansa, makro yondashuv mamlakatning xalqaro miqyosdagi raqobat darajasini o'rganadi.

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

Yuqoridagi barcha jihatlarni e'tiborga olgan holda, mamlakatda aholi turmush darajasining uzoq muddatli o'sishi raqobatbardoshlik ortishining muhim ko'rsatkichi sifatida qabul qilinadi. Raqobatbardoshlikni asosiy ko'rsatkichi sifatida qabul qilingan mehnat unumdorligining: inflyatsiya, davlat qarzi, valyuta kursi va foiz stavkasi kabi makroiqtisodiy o'zgaruvchilarga, shu bilan birga mehnat resurslari, aholi demografik tarkibi, ta'lim, tadbirkorlik darajasi, innovatsiyalar, xalqaro savdo balansi, to'g'ri va to'g'ri xorijiy investitsiyalar, tashqi dunyoga ochiqlik darajasi, milliy jamg'arma va ichki investitsiyalar, mehnat bozorini tashkil etish, institutsional tuzilmalar va

infratuzilma uchun investitsiyalar kabi omillarga bog‘liq ekanligini xulosa qilish mumkin. Mehnat unumdorligiga ta‘sir etuvchi omillarning xilma xilligi raqobatbardoshlik tushunchasiga murakkab va chuqur mazmun beradi va bu muammoni yanada yaxlit yondashuv bilan hal qilinishini talab qiladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining.2023-yil 11-sentyabr PF-158-son “O‘zbekiston-2030 strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/docs/-6600413>
2. S.Ü.Kelleci. Avrupa birliğine giriş sürecinde Türkiye’nin rekabet gücü:karşılaştırmalı üstünlükler modeline göre sektörel bir analiz. T.C. Adnan Menderes Üniversitesi. Aydın 2009. 12-13 ss
3. H.Seyidoğlu. (2005). Uluslararası iktisat teori politika ve uygulama, Güzem yayınları: İstanbul.
4. M.E.Porter (2000). Rekabet stratejisi, ( Çev:Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık: İstanbul.
5. D.Tojiboeva. Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligi va uning nazariy konseptual asoslari. Iqtisod va moliya. 2023,8(168). 2-10 b.
6. M.T.Yaxshieva. Hozirgi zamon raqobat nazariyasi:O‘quv qo‘llanma.- T:TDIU,2019. 55-56 b.
7. S.I.Holbaev. Raqobat nazariyalari tadrijiy rivojlanishining iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta‘minlashdagi ahamiyati. Moliya va bank ishi jurnali. 2 (2022), 16-23 b.
8. Aktan, C. C.ve Vural, İ. (2004). “Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri” TİSK Yayını Rekabet Dizisi, 2, Ankara.
9. IMD, World Competitiveness Yearbook 2014. Institute for Management Development Geneva and Lausanne.
10. OECD, (1996). “Globalisation and Competitiveness: Relevant Indicators”. STI Working Papers 1996/5.
11. Garelli Stephane, “Competitiveness of Nations: The Fundamentals”, IMD World Competitiveness Yearbook 2006, pp: 616-617, 2006
12. Aiginger, K. (2006). “Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externaties”. Journal of Industry, Competitionand Trade, 6, 161-177.
13. Kogut, B. M. (1993). Country Competitiveness: Technology and The Organizing of Work, Oxford: Oxford University Press
14. Krugman, P. (1994). “Competitiveness: A Dangereous Obsession”. Foreign Affairs, March/April, Vol.73., No.2, 28-44.
15. Z.Ç. Yurttañkalmaz. Seçilmiş ölkelerde rekabet gücünün belirleyicileri ve büyüme ilişkileri. Doktora tezi. Erzurum 2014. 260 s



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:** Xakimov Ziyodulla Axmadovich  
**Ingliz tili muharriri:** Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich  
**Rus tili muharriri:** Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li  
**Musahhih:** Karimova Shirin Zoxid qizi  
**Sahifalovchi va dizaynerlar:** Sadikov Shoxrux Shuxratovich  
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, avgust, 8-son**

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: [info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)  
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**