

XALQARO RAQOBATBARDOSHLIK NAZARIYALARI: KLASSIK VA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR QIYOSIY TAHLILI

Mallaboyev Anvarjon Sotvoldiyevich

Andijon davlat texnika instituti
“Iqtisodiyot” kafedrasida doktoranti (DSc)
E-mail: mallaboyevanvarjon@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada xalqaro raqobatbardoshlik nazariyalarining tadrijiy rivojlanish bosqichlari ilmiy-nazariy jihatdan o‘rganilgan. Xalqaro raqobatbardoshlik nazariyalarining zamonaviy iqtisodiy shart-sharoitlardagi ahamiyati ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Klassik hamda zamonaviy raqobatbardoshlik nazariyalarini tizimlashtirish va qiyosiy tahlil qilish asosida milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirish yuzasidan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: xalqaro raqobatbardoshlik, globallashtirish, tashqi savdo, mutlaq ustunlik, nisbiy ustunlik, texnologiya, innovatsiya, masshtab iqtisodiyotlari, tarmoq ichidagi savdo, olmos modeli, raqobatbardosh ustunlik.

Аннотация

В статье с научной и теоретической точки зрения изучены этапы постепенного развития теорий международной конкурентоспособности. Научно обоснована значимость теорий международной конкурентоспособности в современных экономических условиях. На основе систематизации и сравнительного анализа классических и современных теорий конкурентоспособности разработаны научные предложения и практические рекомендации по повышению конкурентоспособности национальной экономики.

Ключевые слова: Международная конкурентоспособность, глобализация, внешняя торговля, абсолютное преимущество, относительное преимущество, технологии, инновации, экономия от масштаба, внутриотраслевая торговля, алмазная модель, конкурентное преимущество.

Abstract

In the article, the stages of gradual development of theories of international competitiveness are studied from a scientific and theoretical point of view. The importance of international competitiveness theories in modern economic conditions is scientifically justified. Based on the systematization and comparative analysis of classical and modern competitiveness theories, scientific proposal and practical recommendations have been developed to increase the competitiveness of the national economy.

Keywords: International competitiveness, globalization, foreign trade, absolute advantage, relative advantage, technology, innovation, economies of scale, intra-industry trade, diamond model, competitive advantage.

KIRISH

Xalqaro mehnat taqsimotining chuqurlashib borishi, global savdo munosabatlarining erkinlashuvi hamda texnologik taraqqiyot sur'atlarining jadallashuvi xalqaro raqobatbardoshlik masalasining mamlakatlar miqyosidagi strategik ahamiyatini yanada oshirdi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, eksport tarkibini diversifikatsiyalash hamda sanoat tarmoqlarini texnologik yangilash masalalari ko'p jihatdan xalqaro raqobatbardoshlik bilan bog'liq ilmiy tadqiqotlar olib borishni talab qilmoqda. Xalqaro raqobatbardoshlikni konseptual jihatdan tadrijiy o'rganish va qiyosiy tahlil qilish raqobatbardosh ustunlikni shakllantirishga qaratilgan milliy sanoat siyosati hamda strategik davlat dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirishda muhim uslubiy asos bo'lib xizmat qiladi.

Tadrijiy jihatdan xalqaro raqobatbardoshlikning dastlabki nazariy asoslari klassik siyosiy iqtisod tomonidan ilgari surilgan xalqaro savdo nazariyalari doirasida shakllangan. XVIII-XIX asrlarda raqobatbardoshlik masalasi mutlaq va nisbiy ustunlik nazariyalari doirasida ko'rib chiqilib, asosiy e'tibor ishlab chiqarish xarajatlari va tabiiy resurslardan foydalanish samaradorligiga qaratilgan.

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab globallashuv jarayonlarining kuchayishi, jadal texnologik taraqqiyot va tashqi savdoga ochiq siyosatlar raqobatbardoshlikni shakllantirishda ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyatlar, malakali ishchi kuchi hamda masshtab samarasi kabi omillarning rolini yanada oshirdi.

Hozirgi kunga kelib xalqaro raqobatbardoshlik masalasi yanada murakkab va ko'p qirrali tus olmoqda. Xususan, raqamli iqtisodiyot, yashil texnologiyalar va barqaror rivojlanish tamoyillari kabi omillar raqobatbardosh ustunlikni belgilovchi muhim mezonlar sifatida yuzaga chiqmoqda.

Mazkur maqolaning maqsadi xalqaro raqobatbardoshlik nazariyalarini klassik va zamonaviy yondashuvlar asosida qiyosiy tahlil qilish, ularning mazmun-mohiyati va tadrijiy rivojlanish bosqichlarini tizimli ravishda o'rganish asosida milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiluvchi muhim ilmiy-nazariy xulosalarni shakllantirishdan iboratdir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Konseptual nuqtai nazardan ilmiy adabiyotlar tahlili xalqaro raqobatbardoshlik yuzasidan yagona va umum e'tirof etilgan yondashuvning mavjud emasligini ko'rsatadi. Xalqaro tashkilotlar, xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan xalqaro raqobatbardoshlik bilan bog'liq turli nazariya va yondashuvlar ilgari surilgan.

Jahon Iqtisodiy Forumi (World Economic Forum - WEF)ning Global raqobatbardoshlik hisoboti (Global Competitiveness Report)da "Xalqaro raqobatbardoshlik samaradorlik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar, siyosatlar va institutlar majmuasi" sifatida qayd etilgan. [1]

Xalqaro Menejmentni Rivojlantirish Instituti (Institute for Management Development-IMD) ning Jahon raqobatbardoshlik yilnomasi (World Competitiveness Yearbook) da "Xalqaro raqobatbardoshlik davlatning mahalliy firmalarga yuqori

qo‘shilgan qiymatli tovar va xizmatlar ishlab chiqarish hamda aholi turmush farovonligini oshirishda qulay muhitni yaratish qobiliyati” deb ta’rif berilgan. [2]

M. Porterning uzoq yillik empirik va institutsional tadqiqotlari “Millatlarning raqobatbardosh ustunligi” nomli ilmiy asarida yoritilgan. Iqtisodchi olim ushbu tadqiqotlari asosida “qiyosiy ustunlik” yondashuviga muqobil tarzda “raqobatbardosh ustunlik” tushunchasini ilgari surdi. Shuningdek, Porter raqobatbardoshlik nafaqat arzon ishchi kuchi va xom ashyo bilan, balki innovatsiya, texnologiya, talabning rivojlanganligi va milliy tarmoqlarning samaradorligi kabi omillar bilan ham belgilanishini ilmiy jihatdan asoslab berdi. [3]

Xalqaro savdo va raqobatbardoshlik masalalari yuzasidan milliy tadqiqotchilarimiz tomonidan ham bir qator ilmiy izlanishlar olib borilgan.

Iqtisodchi olim M.T. Yaxshiyeva raqobat nazariyasining evolyutsiyasi, raqobat ustunligi va unga erishish konsepsiyalari, raqobatni rivojlantirishning zamonaviy konsepsiyalarini tadqiq etgan. Raqobatga oid turli nazariyalar, konsepsiyalar, strategiyalar hamda modellar tahlil va sintez qilinib, ular asosida milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishning konseptual asoslari ishlab chiqilgan. [4]

Iqtisodchi olim B.Q. Mamatov xalqaro savdoni rivojlantirishga doir zamonaviy nazariyalarni o‘rgangan. Xalqaro savdoni rivojlantirishga doir ilmiy-nazariy qarashlar tadqiq qilingan va ularning amaliy ahamiyatiga baho berilgan. [5]

Iqtisodchi olimlar R.A. Alimov va M.F. Azizova tomonidan raqobat ustunliklari va milliy raqobatbardoshlik nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilingan. Porterning “Diamond”(Olmos) modeli, xalqaro indekslar va zamonaviy iqtisodiy yondashuvlar asosida mamlakatlarning raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillar ko‘rib chiqilgan. [6]

Biroq ilmiy adabiyotlarda xalqaro raqobatbardoshlikni klassik va zamonaviy yondashuvlar asosida qiyosiy o‘rganish, ularning ilmiy-nazariy farqlari va o‘zaro bog‘liq jihatlarini ochib berish masalasi yetarli darajada o‘rganilmagan.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotning metodologik asosini xalqaro raqobatbardoshlik nazariyalarini tarixiy-tadrijiy, qiyosiy va tizimli yondashuvlar asosida o‘rganish tashkil etadi. Tadqiqot jarayonida xalqaro raqobatbardoshlikka oid klassik, neoklassik va zamonaviy ilmiy nazariyalar, shuningdek xalqaro tashkilotlar va iqtisodchi olimlar tomonidan ilgari surilgan konseptual yondashuvlar mazmunan tahlil qilindi. Bunda ilmiy manbalarni o‘rganish orqali xalqaro raqobatbardoshlik tushunchasining tadrijiy rivojlanish bosqichlari, uni belgilovchi asosiy omillar va raqobatbardosh ustunlik manbalarining o‘zgarish dinamikasi aniqlandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Xalqaro raqobatbardoshlik to‘g‘risidagi dastlabki ilmiy-nazariy qarashlar xalqaro savdo nazariyalarining asoschisi A. Smith tomonidan 1776-yilda nashr etilgan “Xalqlar boyligining tabiati va sabablari haqida tadqiqot” nomli fundamental asarida keltirilgan. A. Smithning mutlaq ustunlik nazariyasiga ko‘ra, mamlakatlar eng kam xarajat hisobiga ishlab chiqarishi mumkin bo‘lgan, ya’ni mutlaq ustunlikka ega bo‘lgan

tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishlari va ularni eksport qilishlari kerak. Aksincha, mutlaq ustunlik mavjud bo'lmagan tovarlarni esa import qilishlari kerak. Shunday tarzda tashqi savdoga kirishuvchi har ikkala mamlakatda ham resurslardan samarali foydalaniladi. Mutlaq ustunliklar nazariyasi asosida ixtisoslashuv va mehnat taqsimoti yotadi. Biroq, mazkur nazariyada muayyan mamlakatning har ikkala tovar bo'yicha ham mutlaq ustunlikka ega bo'lish ehtimoli nazarda tutilmaganligi uning asosiy kamchiligi sifatida baholanadi. [7] Ushbu nazariy kamchiliklar keyinchalik D. Rikardo tomonidan ilgari surilgan nisbiy ustunlik nazariyasi doirasida to'ldiriladi.

D. Rikardo tomonidan olib borilgan tadqiqotlar uning 1817-yilda nashr etilgan "Siyosiy iqtisod va soliq solish tamoyillari" nomli asarining VII. Tashqi savdo bo'limida keltirilgan. Rikardo ilgari surgan nisbiy ustunlik nazariyasiga ko'ra mamlakatlar boshqa mamlakatlarga nisbatan nisbiy jihatdan kamroq xarajatlar hisobiga ishlab chiqaradigan tovarlarga ixtisoslashishi va ularni eksport qilishi kerak. Aksincha, nisbiy ravishda yuqori xarajat talab qiluvchi tovarlarni esa import qilishlari kerak. Natijada har ikki mamlakat uchun ham yuqori mehnat unumdorligi hamda farovonlik ta'minlanadi. [8]

Klassik xalqaro savdo nazariyalarida tovar narxlaridagi nisbiy farqlarning mehnat unumdorligidagi xalqaro tafovutlar bilan bog'liq ekanligi ilgari surilgan bo'lsa-da, ushbu farqlarning qaysi omillar ta'sirida kelib chiqqanligi izohlanmagan. Ushbu yo'nalishda neoklassik iqtisodiy maktab namoyandalari tomonidan ilgari surilgan nazariyalar muhim o'rin tutadi.

Shvetsiyalik iqtisodchi Eli Heckscher 1919-yilda chop etilgan "Xalqaro savdoning daromadlar taqsimotiga ta'siri" (The Effect of Foreign Trade on the Distribution of Income) nomli ilmiy maqolasida "Ishlab chiqarish omillari bilan ta'minlanganlik nazariyasi"ni ilgari suradi. Keyinchalik ushbu nazariya uning shogirdi Bertil Ohlin tomonidan rivojlantirildi va ilmiy manbalarda "Heckscher-Ohlin nazariyasi" deb nomlandi. Klassik yondashuvlardan farqli ravishda, Heckscher-Ohlin nazariyasi qiyosiy ustunlikning asosiy manbai sifatida mamlakatning ishlab chiqarish omillari bilan ta'minlanganlik darajasini qabul qiladi. Nazariyaga ko'ra, har bir mamlakat o'zida nisbatan ko'proq bo'lgan omillarni talab qiluvchi tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi va eksport qilishi kerak. Aksincha, o'zida nisbiy jihatdan kamroq bo'lgan ishlab chiqarish omilini talab qiluvchi tovarlarni import qilishlari kerak. Shunday tarzda amalga oshirilgan tashqi savdo natijasida mamlakatlar o'rtasida ishlab chiqarish omillarining narxlari vaqt o'tishi bilan nisbatan tenglashishga moyil bo'ladi. Shu bilan birga, Heckscher-Ohlin modeli raqobatbardoshlik va xalqaro savdo jarayonlarini izohlashda muayyan kamchiliklarga egadir. Modelda ishlab chiqarish omillari sifat jihatidan bir xil deb qabul qilinib, yaxshi ta'lim olgan va tajribali ishchi kuchi malakasiz ishchi kuchi bilan teng darajada qaraladi. Ushbu holat inson kapitali omilining raqobatbardoshlikka ta'sirini inobatga olmaslikka olib keladi. [9] Ta'kidlash joizki, Heckscher-Ohlin modeli muayyan kamchiliklarga ega bo'lishiga qaramasdan, analitik jihatdan izchil va asosli modellardan biri sifatida qabul qilinadi.

Muallif tomonidan olib borilgan, xalqaro raqobatbardoshlikka oid nazariya va modellarning tarixiy-tadrijiy rivojlanish tahlillari klassik va neoklassik yondashuvlarda

raqobatbardoshlik asosan ishlab chiqarish omillari samaradorligi, mutlaq va nisbiy xarajatlar ustunligi, shuningdek resurslar bilan ta'minlanganlik darajasi orqali izohlanganligini, keyingi bosqichlarda esa raqobatbardoshlikni baholashda texnologik innovatsiyalar, malakali inson kapitali, ichki bozor sig'imi, tarmoqlararo kooperatsiya, ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik faoliyati, shuningdek milliy institutsional muhit va firmalar strategiyasi kabi omillarning ustuvor ahamiyatga ega bo'lganligini ko'rsatadi. (1-jadval)

1-jadval.

Xalqaro raqobatbardoshlikka oid ilgari surilgan klassik va zamonaviy ilmiy nazariyalar va modellar qiyosiy tahlili¹

Ilmiy nazariya va modellarning namoyandalari	Ilmiy nazariya va modellar nomi	Raqobatbardoshlikni belgilovchi omillar	Raqobatbardoshlikning asosiy manbalari
Adam Smith (1766)	Mutlaq ustunlik nazariyasi	Mutlaq xarajatlar ustunligi	Ishlab chiqarish omillari samaradorligi, tabiiy va qo'lga kiritilgan ustunliklar
David Ricardo (1817)	Nisbiy ustunlik nazariyasi	Nisbiy xarajatlar ustunligi	Ishlab chiqarish omillari samaradorligi, tabiiy va qo'lga kiritilgan ustunliklar
Eli Heckscher (1919) Bertil Ohlin (1933)	Ishlab chiqarish omillari bilan ta'minlanganlik nazariyasi	Ishlab chiqarish omillari bilan ta'minlanganlik	Nisbiy jihatdan resurs miqdoridagi va natijada ishlab chiqarish omillari narxlaridagi farqlar.
Peter B. Kenen (1965) Donald B. Keesing (1966)	Malakali ishchi kuchi nazariyasi	Malakali ishchi kuchi	Yuqori sifatli ta'lim olgan ishchi kuchi
Michael V. Posner (1961)	Texnologik tafovut nazariyasi	Texnologik innovatsiyalar	Ilmiy tadqiqotlar va tajriba-konstruktorlik faoliyatlari
Raymond Vernon (1966) Paul Krugman (1979) Gene M. Grossman, Elhanan Helpman (1989) Edwin L. C.Lai (1995)	Mahsulotlar hayotiy sikli nazariyasi	Texnologik innovatsiyalar, yangi mahsulotlarni yaratish, transmilliy kompaniyalar faoliyatlari	Mamlakatning texnologik innovatsiyalar yaratish salohiyati, malakali ishchi kuchi miqdori, ichki bozor miqyosi, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi va davlatning ilmiy tadqiqotlar hamda tajriba-konstruktorlik faoliyatlarini qo'llab-quvvatlash darajasi
Staffan Burenstam Linder (1961) Herbert G. Grubel, Peter J. Lloyd (1971) P.Krugman (1981)	Yangi tashqi savdo nazariyalari (Mos keluvchi talablar nazariyasi, tarmoq ichidagi savdo, monopolistik raqobat)	Ichki va tashqi masshtab iqtisodiyotlari, mahsulotlarni farqlantirish, tarmoq ichidagi savdo	Yuqori ishlab chiqarish hajmi va yirik miqyosli ichki bozor, sanoat klasterlari, tashqi dunyoga ochiqlik, ilmiy tadqiqotlar va tajriba-konstruktorlik faoliyatlari hamda texnologik rivojlanish.
Michael Porter (1990)	Raqobatbardosh ustunlik nazariyasi (Olmos modeli)	Yuqori darajadagi va muntazam ortib boruvchi samaradorlik	Mamlakatdagi ishlab chiqarish omil shartlari, talab shartlari, aloqador va yordamchi tarmoqlar, firma strategiyasi, tuzilishi va mahalliy raqobat muhiti

¹ Nazariy ma'lumotlar asosida muallif tomonidan ishlangan.

1-jadval ma'lumotlaridan kelib chiqilsa, zamonaviy tashqi savdo nazariyalarida raqobatbardoshlik statik emas, balki innovatsion rivojlanish asosida bozor sharoitlariga moslashuvchan dinamik jarayon sifatida talqin etilganligini ko'rish mumkin. Shu nuqtai nazardan, milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini oshirishda an'anaviy ishlab chiqarish omillari bilan bir qatorda innovatsion, institutsional va strategik yondashuvlarni kompleks tarzda tahlil qilish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

XX asrning ikkinchi yarmiga kelib globallashtiruvchi jarayonlarining kuchayishi, tarmoqlararo savdo, investitsiya oqimlari va global qo'shimcha qiymat zanjirlari mamlakatlar o'rtasida raqobat munosabatlarini tubdan o'zgartirdi. Texnologik taraqqiyot, tashqi savdoga ochiq siyosatlar va iqtisodiy liberallashtiruvchi natijasida raqobatbardoshlikning shakllanishida ilmiy-tadqiqot va innovatsiya faoliyatlari, malakali ishchi kuchi hamda masshtab samarasi kabi omillar tobora muhim ahamiyat kasb eta boshladi va yangi xalqaro savdo nazariyalarining yuzaga chiqishiga zamin tayyorladi.

Dastlabki zamonaviy xalqaro savdo nazariyalari vakillari hisoblangan Donald B. Keesing va Peter B. Kenenlar mehnat omilini mutlaqo gomogen (bir xil tarkibli) deb qarab bo'lmashligini asoslab, xalqaro savdoda mehnatning malaka darajasiga asoslangan "Malakali ishchi kuchi nazariyasi" ("Theory of Skilled Labor and Factor Proportions") ni ilgari surdilar. Keesing o'zining "Mehnat malakalari va xalqaro savdo: ko'plab savdo oqimlarini yagona o'lchov vositasida baholash" (Labor Skills and International Trade: Evaluating Many Trade Flows with a Single Measuring Device) nomli maqolasida mehnat omilini malakali va malakasiz ishchi kuchi sifatida tasniflaydi. Keesing nazariyasiga ko'ra, malakali mehnat ulushi hamda kapital miqdori yuqori bo'lgan mamlakatlar malakali ishchi kuchi yordamida ishlab chiqariladigan sanoat mahsulotlariga ixtisoslashar ekan, aksincha nisbatan kam malakali yoki malakasiz ishchi kuchiga ega bo'lgan mamlakatlar yuqori malaka talab qilmaydigan, mehnat intensiv bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashadi. Shunday sharoitda resurslardan samarali foydalaniladi va mamlakat iqtisodiy farovonlikka erishadi.[10],[11] Nazariyaning ahamiyatli jihati shundaki, u milliy raqobatbardoshlikni belgilaydigan asosiy omillardan biri bo'lgan bilim va malakali ishchi kuchi rolini ilmiy asosda ko'rsatib berdi. Shu bilan birga, malakali ishchi kuchi mamlakat raqobatbardoshligini belgilaydigan yagona omil emasligini ham ta'kidlash zarurdir.

Diqqatga sazovor zamonaviy xalqaro savdo nazariyalaridan yana biri 1961-yilda Michael V. Posner tomonidan, uning "Xalqaro savdo va texnologik o'zgarishlar" (International Trade and Technical Change) nomli maqolasida ilgari surilgan Texnologik tafovut nazariyasi (Technological Gap Theory) hisoblanadi. Ushbu nazariyada ilk bor texnologik rivojlanishning tashqi savdoga ta'siri bilan bog'liq keng qamrovli ilmiy tadqiqotlar olib borildi. Posner xalqaro savdoning asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida innovatsiya va texnologiya darajasidagi farqlarni qabul qiladi. Unga ko'ra, mamlakat texnologik taraqqiyotidagi barqaror o'sish tashqi savdoda raqobatbardosh ustunlikni ta'minlaydi. Nazariyaga ko'ra, texnologik yangiliklarni joriy qilish hamda ishlab chiqarishda mahsulotning o'ziga xosligi va

differentiatsiyasini ta'minlay olish qiyosiy ustunlikning shakllanishiga zamin yaratadi. Ilmiy tadqiqotlar va tajriba-konstruktorlik faoliyatlari yangi turdagi mahsulotlarni yaratish va ishlab chiqarish texnologiyalarini takomillashtirish orqali firmalarga xalqaro bozorlarda barqaror qiyosiy ustunlikni ta'minlaydi. [12]

Posnerning Texnologik tafovut nazariyasi Raymond Vernon tomonidan 1966-yilda "Mahsulotlarning hayotiy sikli doirasida xalqaro investitsiyalar va xalqaro savdo" (International Investment and International Trade in the Product Cycle) nomli maqolasida ilgari surilgan Mahsulotlarning hayotiy sikli (Product Life Cycle Theory) nazariyasi orqali takomillashtiriladi. Nazariyada ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlar, ixtiro qilinishi va o'rining boshqa mahsulot tomonidan egallanishiga qadar o'tgan vaqt oralig'ida muayyan hayotiy davrga ega ekanligi ta'kidlanadi. Shunga ko'ra, har bir ishlab chiqarilgan mahsulot bozorda kirish, o'sish, yetuklik va pasayish bosqichlaridan o'tadi. Nazariya yangi mahsulotlarning ishlab chiqarish jarayonida texnologiya va ishchi kuchidan foydalanish xususiyatlarini tushuntirishga qaratilgan bo'lib, mahsulotning qiyosiy ustunligi vaqt o'tishi bilan o'zgarishi va bir mamlakatdan boshqasiga o'tishi mumkinligi g'oyasiga asoslanadi. Bu esa o'z navbatida raqobat ustunligining doimiy emasligi, balki texnologiya tarqalishi va bozor dinamikasiga ko'ra o'zgarib turuvchi dinamik jarayon ekanligini ko'rsatadi. [13]

R. Vernonning Mahsulotlarning hayotiy sikli nazariyasi keyinchalik P. Krugman, G. Grossman, E. Helpman va Edwin L. C. Lai kabi iqtisodchilarning ishlarida rivojlantirildi. Ushbu olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda texnologik innovatsiyalarni yaratish salohiyati, malakali ishchi kuchining miqdori, ichki bozor hajmi, transmilliy kompaniyalar faoliyati va davlat tomonidan ilmiy-tadqiqotlar hamda tajriba-konstruktorlik ishlarini qo'llab-quvvatlash darajasi mamlakat raqobatbardoshligini belgilaydigan asosiy omillar sifatida ko'rsatiladi. Yuqoridagi jihatlarga ko'ra raqobatbardosh ustunlik statik emas, balki dinamik xususiyatga ega ekanligi ta'kidlanadi.

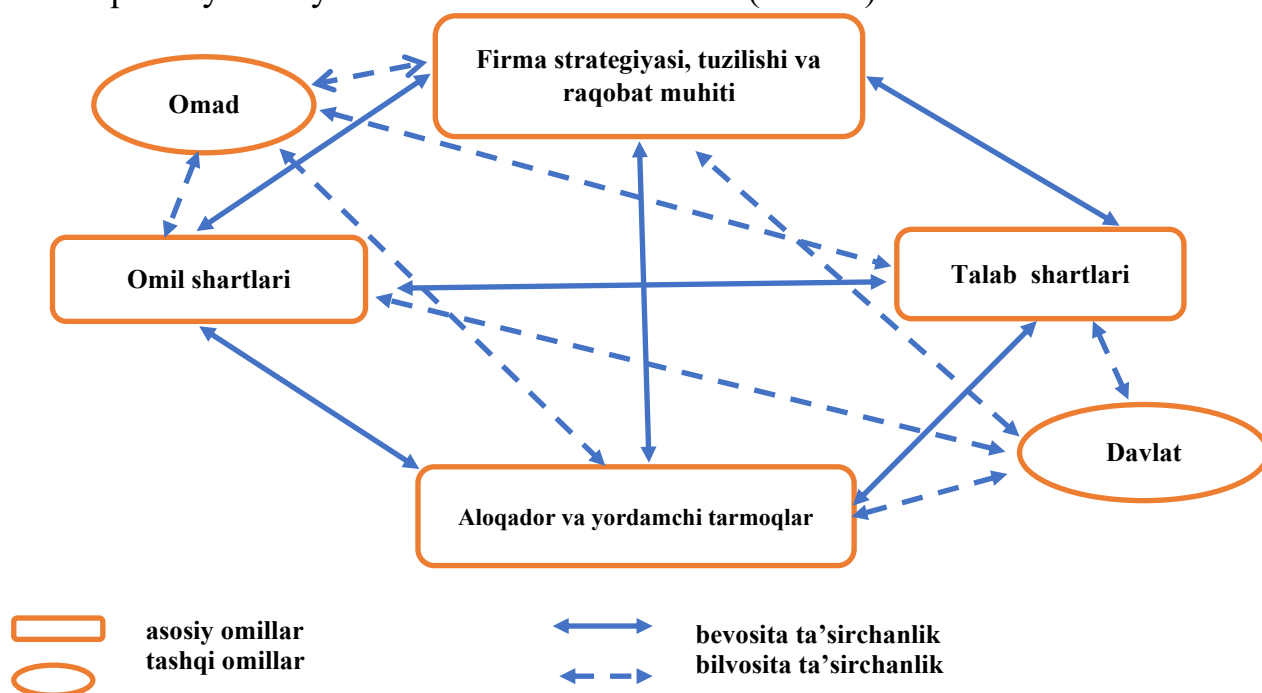
Shved iqtisodchi olimi Staffan Burenstam Linderning 1961-yilda chop etilgan "Savdo va transformatsiya haqida tadqiqot" (An Essay on Trade and Transformation) nomli ilmiy monografiyasida ilgari surilgan Mos keluvchi talablar nazariyasi ¹ (The Theory of Overlapping Demand) dastlabki zamonaviy tashqi savdo nazariyalaridan biri sifatida gomogen (bir xil tarkibli) bo'lmagan sanoat mahsulotlari savdosiga e'tiborni qaratadi. Nazariyaga ko'ra, o'xshash daromad darajasiga ega bo'lgan mamlakatlar o'zaro savdoga ko'proq moyil bo'ladi, chunki iste'molchilarning tanlov afzalliklari va talab tarkibidagi o'xshashliklar tashqi savdo yo'nalishlarini belgilab beradi. Linder taklif omillariga emas, balki talab omillariga e'tibor qaratdi va xalqaro savdoning talabga asoslangan modelini ilgari suradi. Modelda iste'molchi tanlovlariga asoslangan talab omili qiyosiy ustunlikning asosiy manbai sifatida ko'rsatiladi [14].

¹ Ba'zi manbalarda "Mamlakat o'xshashligi (daromad va tanlovlarda o'xshashlik) nazariyasi" (Country Similarity Theory) deb ham yuritiladi. Manba: Melike Çetin. (2022). İnnovasyonun küresel rekabet gücü üzerindeki etkisini karşılaştırmalı analizi: yenilikçi perspektif altında AB ülkeleri üzerine bir uygulama. Doktora tezi. T.C. İstanbul gelişim üniversitesi. İstanbul-2022. 64 ss.

Bela Balassa, Herbert Grubel va Irving B. Kravis kabi olimlar o‘z tadqiqotlarida Mos keluvchi talablar nazariyasini turli jihatlardan baholagan. Shuningdek, Krugman tomonidan rivojlantirilgan masshtab iqtisodiyotlari nazariyasi, tarmoq ichidagi savdo va mahsulotlar differentsiatsiyasi kabi konsepsiyalar ham Linderning talabga yo‘naltirilgan yondashuvidan ilhomlangan holda shakllangan. Aytish mumkinki, “Mos keluvchi talablar nazariyasi” xalqaro savdoning talab omillari orqali izohlanishiga nazariy asos yaratgan va keyingi zamonaviy modellar uchun metodologik zamin vazifasini bajargan. [15]

XX asrning ikkinchi yarmida shakllana boshlagan tarmoq ichidagi savdo nazariyalari (Intra-Industry Trade Theories)ning ilmiy asoslarini yaratgan olimlar orasida Paul R. Krugman alohida o‘rin tutadi. U nomukammal raqobat va masshtab iqtisodiyotini xalqaro savdoga tatbiq etib, o‘xshash ishlab chiqarish omillariga ega mamlakatlar o‘rtasida ham savdo munosabatlari yuzaga kelishini nazariy jihatdan asoslab berdi. Shu tariqa, an’anaviy qiyosiy ustunlikka asoslangan yondashuvdan farqli ravishda, tovarlar differentsiatsiyasi va global raqobatni tushuntiruvchi yangi xalqaro raqobatbardoshlik nazariyalari shakllandi.

Zamonaviy xalqaro raqobatbardoshlik nazariyasi asoschilaridan biri Michael Porterning uzoq yillik empirik va institutsional tadqiqotlari natijasida yaratilgan “Xalqlarning raqobatbardosh ustunligi” (The Competitive Advantage of Nations) asari xalqaro savdo va raqobatbardoshlik nazariyalarida yangi yo‘nalishni boshlab berdi. Porter o‘z tadqiqotlarida klassik iqtisodiy nazariyalardagi “Qiyosiy ustunlik” konsepsiyasi o‘rniga “Raqobatbardosh ustunlik” tushunchasini ilgari suradi. Porter tomonidan ishlab chiqilgan “Olmos modeli” (Diamond Model) mamlakatlar va tarmoqlar raqobatbardoshligini izohlashga qaratilgan muhim nazariy yondashuv sifatida iqtisodiy adabiyotlarda alohida o‘rin tutadi. (1-rasm)



1-rasm. Porterning Olmos modeli[16].

Olmos modeliga ko‘ra, milliy raqobatbardoshlik quyidagi to‘rtta asosiy omilning o‘zaro ta‘siri orqali shakllanadi[16]:

- ishlab chiqarish omillari shartlari: asosiy va rivojlangan omillar sifatida ikki guruhga ajratiladi. Tabiiy resurslar, iqlim, geografik joylashuv, malakasiz ishchi kuchi va kapital asosiy omillarni tashkil etadi. Mamlakatlar meros sifatida qabul qilib olgan ushbu omillarga bevosita egalik qiladi va investitsiya kiritmasdan ishlab chiqarish jarayonida foydalanishlari mumkin bo‘ladi. Aloqa va kommunikatsiya infratuzilmasining rivojlanganlik darajasi, raqamlashtirish, bozor uchun muhim kasblar bo‘yicha bilim va malakali ishchi kuchi bilan ta‘minlanganlik darajasi, mutaxassislik sohalariga ko‘ra universitetlar va ilmiy tadqiqot markazlarining faoliyati, investitsiyalar kiritish va innovatsiyalarni joriy etish orqali shakllantiriladigan hamda muntazam rivojlantirishni talab qiladigan rivojlangan omillarni tashkil etadi. Raqobatdosh ustunlikka erishishda rivojlangan omillar yangi turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish va yangi texnologiyalarni yaratish jihatidan muhim ahamiyatga egadir;

- firmaning strategiyasi, tuzilishi va raqobat muhiti milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini belgilaydigan hal qiluvchi omillardan hisoblanadi. Porter ga ko‘ra, barcha sohalar uchun yagona boshqaruv tizimi mavjud emas; shuning uchun firmalar o‘z strategiya va tuzilmalarini mamlakatning iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional xususiyatlariga mos ravishda shakllantirishi lozim. Ichki bozordagi raqobatning mavjudligi va kuchliligi esa innovatsiyani rag‘batlantirib, samaradorlik va raqobat ustunligini oshirishga xizmat qiladi;

- milliy bozordagi talabning xususiyatlari va dinamikasi firmalar raqobatbardoshligini ta‘minlovchi muhim omillardan yana biri sifatida baholanadi. Porter ta‘kidlaganidek, raqobat ustunligi uchun talab nafaqat miqdor, balki sifat jihatidan ham yuqori bo‘lishi zarurdir. Ichki bozorda malakali va talabchan iste‘molchilarning mavjudligi firmalarni innovatsiyaga, mahsulot sifatini va texnologiyalarni yangilashga yo‘naltiradi. Natijada, rivojlangan ichki talab tashqi bozorlarda ustunlikka erishishga xizmat qiladi;

Milliy iqtisodiyot raqobatbardoshligini ta‘minlovchi muhim omillardan yana biri aloqador va yordamchi tarmoqlarning mavjudligidir. Ushbu tarmoqlar o‘zaro vertikal va gorizontal integratsiya orqali samarali hamkorlik va innovatsion almashinuvni ta‘minlab, sinergetik ta‘sirni yuzaga keltiradi hamda raqobatbardosh ustunlikni kuchaytiradi. Shu bois, muayyan tarmoq raqobatbardoshligini baholashda aloqador va yordamchi tarmoqlarning faolligi va ularning innovatsion texnologiyalar bilan ta‘minlanganlik darajasi muhim ahamiyat kasb etadi.

Porter milliy raqobatbardoshlikka ta‘sir etuvchi ikkita bilvosita omil: davlat va omad (tasodifiy holatlar) ni ham alohida ta‘kidlaydi. Omad omili firmalar va mamlakatlar nazoratidan tashqarida, ya‘ni tasodifiy tusga ega bo‘lib, talab va taklifdagi keskin o‘zgarishlar (“shok”lar), xalqaro siyosiy qarorlar, texnologik uzilishlar va yangi ixtirolar orqali raqobat muhitiga ta‘sir ko‘rsatishi mumkin. “Olmos modeli”dagi ikkinchi bilvosita omil hisoblangan davlatning asosiy vazifasi samarali raqobat uchun zaruriy institutsional va tashkiliy muhitni yaratishdir. Davlat siyosatining asosiy yo‘nalishi raqobatni rag‘batlantiruvchi shart-sharoitlarni shakllantirish, ta‘lim tizimi

orqali ixtisoslashgan inson kapitalini tayyorlash va sanoat hamda oliy ta'lim muassasalari o'rtasida hamkorlikni kuchaytirishdan iboratdir.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagilardan kelib chiqib, xulosa o'rnida aytish mumkinki, milliy iqtisodiyotning barqaror raqobatbardosh ustunligini ta'minlashda inson kapitalini rivojlantirish, ta'lim sifatini oshirish, ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik faoliyatlarini qo'llab-quvvatlash, innovatsion infratuzilmani kengaytirish, milliy ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish hamda ichki bozorda samarali raqobat muhitini shakllantirish kabi omillar muhim ahamiyatga egadir. Olib borilgan konseptual tahlillar asosida mamlakatimiz xalqaro raqobatbardoshligini oshirishning ustuvor yo'nalishlari sifatida quyidagilarni taklif qilish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

1. Ta'lim sifatini oshirish, kasbiy tayyorgarlikni mehnat bozori talablariga moslashtirish hamda muhandislik, texnologiya va boshqaruv yo'nalishlarida yuqori malakali kadrlar tayyorlash masalalariga ustuvorlik berish.

2. Ilmiy tadqiqot markazlari, oliy ta'lim muassasalari va sanoat korxonlari o'rtasida hamkorlikni kengaytirish, innovatsion loyihalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash hamda yuqori texnologiyali ishlab chiqarishni rag'batlantirish.

3. Milliy ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va texnologik jihatdan yangilash hamda yuqori qo'shilgan qiymat yaratuvchi tarmoqlarni jadal rivojlantirish.

4. Sanoat tarmoqlari o'rtasida kooperatsion aloqalarni mustahkamlash hamda hududiy va tarmoq klasterlarini rivojlantirish.

5. Ichki bozorda sog'lom raqobat muhitini shakllantirish, monopollashuv darajasini cheklash, bozor subyektlari uchun teng va shaffof raqobat shart-sharoitlarini yaratish.

6. Davlat sektori samaradorligini oshirish maqsadida huquqiy institutlar faoliyatini takomillashtirish, mulk huquqlarini himoya qilish tizimini mustahkamlash, shuningdek davlat boshqaruvining samaradorligi, hisobdorligi va moslashuvchanligini oshirish.

Yuqorida keltirilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalarning izchil va bosqichma-bosqich amalga oshirilishi milliy iqtisodiyotning xalqaro raqobatbardoshligini oshirish hamda mamlakatimizning xalqaro iqtisodiy makondagi mavqeyini mustahkamlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. A.Bedir. Uluslararası ticarete fiyata dayalı rekabet gücü ile endüstri-içi ticaret arasındaki ilişki: Türk imalat sanayi örneği. Ankara 2009. 14 s.

2. IMD (International Institute for Management Development) (2011). Methodology and Principles of Analysis, Switzerland, 1-7.

3. Porter M. E. (1990). "Competitive Advantage of Nations", Harvard Business Review, 72-91.

4. M.T. Yaxshiyeva. Hozirgi zamon raqobat nazariyasi: O'quv qo'llanma. - T.: TDIU, 2019.

5. B.Q.Mamatov. Xalqaro savdoni rivojlantirishga doir zamonaviy nazariyalar. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. 5/2022, sentabr-oktabr. (№00061). 381-388-betlar.

6. R.A.Alimov,M.F.Azizova.Raqobat ustunliklari va milliy raqobatbardoshlik. “Raqamli iqtisodiyot” ilmiy elektron jurnali. 11-son. 1804-1814-betlar.
7. Seyidoğlu, H. (2005) Uluslararası İktisat Teori Politika ve Uygulama, Güzem Yayınları: İstanbul. 17 s.
8. A.Guliyeva. Türk sanayisinin rekabet gücü analizi: kimya sektörü ürünlerinin Almanya ile karşılaştırılması. T.C. Dokuz Eylül üniversitesi. Yüksek lisans tezi. İzmir-2016. 24 s.
9. Gökmenoğlu S. M., Akal M. ve Altunışık R. (2012). “Ulusal Rekabet Gücünü Belirleyen Faktörler Üzerine Değerlendirmeler”, Rekabet Dergisi, 13(4), 3-43.
10. Keesing, D.B. (1966), “Labor Skills and Comparative Advantage”, The American Economic Review, No: 56(1/2), s.249-258.
11. Kenen, P.B. (1965), “Nature, Capital and Trade”, Journal of Political Economy, No: 73(5), s.437-460.
12. Posner, M. V. (1961). International Trade and Technical Change. Oxford Economic Papers, New Series, Vol. 13, No. 3, 323-341.
13. Melike Çetin. (2022). İnnovasyonun küresel rekabet gücü üzerindeki etkisini karşılaştırmalı analizi: yenilikçi perspektif altında AB ülkeleri üzerine bir uygulama. Doktora tezi. T.C. İstanbul gelişim üniversitesi. İstanbul-2022. 62 s.
14. Linder, S.B. (1961), An Essay on Trade and Transformation, John Wiley & Sons Ltd., Almquist-Wiksell, Stockholm, p. 40 .
15. Krugman, P.R. (1980), “Scale Economies, Product Differentiation and the Patterns of Trade”, The American Economic Review, No:70(5), p. 950.
16. Porter, M.E. (1990 a), The Competitive Advantage of Nations, MacMillan, China.p.127



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, aprel, 4-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

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 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**