



Scientific foundations of intra-industry foreign trade

SODIKOV Zokir Rustamovich,

International Islamic Academy of Uzbekistan, PhD, docent of the Department of “The Islamic economy and finance, ziyarah tourism”.

Abstract: The article analyzes the new dimensions of international trade and its development trends. In this regard, the scientific foundations of this process are explained through the theories of monopolistic competition and economies of scale. While classical trade theories scientifically justify the economic processes between developing countries and industrialized nations, the new theories of monopolistic competition and economies of scale highlight the causes and factors driving the intensification of trade among developed countries. In particular, the priority influence of product discrimination and production diversification in this process is emphasized.

Keywords: monopolistic competition, economies of scale, foreign trade, export, import, product discrimination, production, diversification, product, domestic market, international trade, world market, foreign market, trade.

Bugungi kunda sanoat ishlab chiqarishining asosiy xususiyati va shart-sharoitlari hozirgi ijtimoiy-iqtisodiy tizim davrida, bir xil manzaraga ega emas, balki turli xildagi tovarlarni ishlab chiqarishga yo'nalgan bo'ladi. Zero, globallashuv chuqurlashib borayotgan davrda xalqaro savdoning aksariyat qismi turli-tuman tovar va xizmatlarni sotib olish va sotish jarayoni sifatida yuz bermoqda. Jahondagi xalqaro savdoda mahsulotlarni diskirminatsiya qilish borasida keltirilgan an'naviy namuna bu avtomobillar va ularning savdosi amalga oshadigan bozori hisoblanadi.

Dunyoda ko'plab kompaniyalar avtomobil ishlab chiqarsada, biroq, Amerikada ishlab chiqariladigan Chevrolet yoki yaponlarning Toyotasi, nemislarning Mercedes avtomobili bir-biridan tubdan farq qiladi. Lekin, “Ishlab chiqarish omillari nisbati yoki Xeksher-Ohlin” nazariyasiga yoki umuman standart tashqi savdo nazariyasiga binoan mamlakatlararo savdo obyekti bo'lgan bu tovarlar gomogen yoki turdosh ekanligi qabul qilinadi. Bu yondashuv tarzi, aslida, tovar va ishlab chiqarish omillari bozorida sof raqobat shartlari qabul qilinishi natijasida kelib chiqqan. Ayni paytda, tashqi savdo obyekti bo'lgan tovarlarning gomogenlik xususiyatiga ega bo'lishi, muayyan mamlakatning bir vaqtning o'zida bir xil turdagi tovarni ham eksport, ham import qilmasligi kerakligini bildiradi. Biroq, amaliyotda, ayniqsa, sanoat tovarlarining aksariyatida gomogen xarakteri mavjud emasligi kuzatiladi. Chunki bu tovarlar bir-biridan tarkibiy tuzilishi, dizayni, foydalanish shart-sharoitlari, tashqi ko'rinishi va qadoqlanish tartibi, eng kamida ularni ishlab chiqaruvchi kompaniyalarning qo'ygan brendi bilan farq qiladi. Ba'zida iste'molchilar, hatto bitta firma ishlab chiqargan tovar boshqasi ishlab chiqargan tovardan farq qilmasa ham, iste'molchilar tasavvurida bu tovarlar brendi va markasi tufayli bir-biridan farqli ekanligi borasida ishonch mavjud bo'ladi.

Xalqaro savdo klassik shaklda bir-biriga o'xshash bo'lmagan yoki butunlay boshqa tarmoqlarda ishlab chiqarilgan tovarlarning savdo jarayoni sifatida qabul qilingan va unga tarmoqlararo savdo aloqalari sifatida qaralgan. Ammo bugungi kunda xalqaro savdo asosan tarmoqlar ichida tegishli



The Peerian Journal

Open Access | Peer Reviewed

Volume 39, February, 2025

Website: www.peerianjournal.com

ISSN (E): 2788-0303

Email: editor@peerianjournal.com

bo'lgan tabaqalashtirilgan tovarlarning oldi-sotdi jarayoni sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu bois bu manzara tarmoqichi savdo jarayoni sifatida talqin qilinadi. Tarmoqichidagi xalqaro savdoda muayyan mamlakatning bir xil turdagi sanoat tarmog'ida farqlashtirilgan shakldagi tovarlarni bir vaqtning o'zida ham eksport, ham import qilishi ikki tomonlama savdo sifatida ifodalanadi. Hozirgi kunda xalqaro savdoning katta qismini bir xil turdagi tovarlarning ikkiyoqlama savdosi tashkil etmoqda.

Monopolistik raqobat nazariyasi sanoat mahsulotlarining ikkiyoqlamali savdosini miqyos samarasi nazariyasiga binoan yoritib beradi. U talqinning mohiyatiga binoan sanoat sohasida faoliyat olib boradigan ko'pgina kompaniyalar asosan ishlab chiqarish miqyosiga ko'ra ortib boruvchi unumdorlik sharoitida biznes olib boradi. Mazkur jarayonning tabiiy natijasi o'laroq monopolistik raqobat bozorlarining paydo bo'lishini xulosa qilish mumkin. Masalan, sanoat ishlab chiqarish tarmog'ida bir-biridan katta farq qilmaydigan turli-tuman tovarlar ishlab chiqaruvchi ko'plab kompaniyalarning mavjudligi buning amaliy asosi hisoblanadi.

Ishlab chiqarishdagi miqyos samarasidan manfaatdor bo'lish g'oyasi har qanday kompaniya yoki ishlab chiqarish obyekti ko'plab har xil turdagi yoki turdosh tovarlarni ishlab chiqarish o'rniga faqat muayyan yoki bir nechta turdagi tovarlarni ishlab chiqarishga majbur qiladi va shu sohada korxonalarning ixtisoslashuviga zamin yaratadi. Aslida, tabaqalashtirilgan tovarlar bir-birining o'rnini bosadi va firmalar xalqaro raqobat tufayli o'z xarajatlarini kamaytirishga harakat qiladilar. Zero, ishlab chiqarish sanoqli turga yoki stillarga ixtisoslashgan sari ishlab chiqarishda professionallik darajasi ortib, yanada mukammalroq mashinalar qo'llaniladi va ishlab chiqarishda miqyosi samarasidan foydalaniladi. Shu orqali bu mamlakat bir tomondan muayyan turdagi mahsulotning eksportchisiga aylansa, ikkinchi tomondan boshqa turdagi mahsulotlarni xorijdan import qiluvchisi bo'ladi.

Heckscher-Ohlin nazariyasi xalqaro savdoni nisbiy ustunliklarga yoki ishlab chiqarish omillarini joylashtirishdagi farqlarga tayantiradi. Holbuki, monopolistik raqobat gipotezasiga binoan tarmoq ichidagi savdo tovarlarning diskriminatsiyasi bilan ishlab chiqarishdagi miqyos samarasiga ko'ra amalga oshiriladi. Shu bois mamlakatlar o'rtasida ishlab chiqarish omillarini joylashtirish bo'yicha farqlilik qanchalik darajada katta bo'lsa, nisbiy ustunlikka asoslangan tarmoqlararo savdo hajmi ham shunchalik darajada katta hajmda bo'ladi. Bu esa, ishlab chiqarish omillarini joylashtirish yoki nisbiy ustunliklar nazariyasi amalda sanoati taraqqiy etgan mamlakatlar bilan rivojlanayotgan davlatlar o'rtasidagi tashqi savdoni asoslashini bildiradi.

Ayni paytda, monopolistik raqobat gipotezasi bir xil darajada ishlab chiqarish omillariga ega bo'lgan sanoati rivojlangan mamlakatlar o'rtasidagi ikki tomonlama tashqi savdo jarayonini bayon qilishga yo'nalgandir. Ushbu tahlillar asosida tashqi savdoning afzalliklari va yutuqlarini ham tushuntirish uchun imkoniyat tug'uladi. Aynan, muayyan turdagi mahsulot mamlakatda ishlab chiqarilmasa, iste'molchilar o'z didiga mos tovarlarni import qilish orqali ta'minlash imkoniyatiga ega bo'ladi va bu jarayon tashqi savdoning muhim ahamiyatini ko'rsatib beradi. Bundan tashqari, miqyos samarasi shartlari asosida ishlab chiqarish faoliyatini uzluksiz davom ettirayotgan kompaniyalar bir tomondan eksport uchun ishlab chiqarishni kengaytirsa, ikkinchi tomondan esa ularning tovar birligiga to'g'ri keladigan o'rtacha xarajatlari kamayadi va resurslardan samarali foydalanishga erishadi.

Jahonda tarmoqichi savdoning ahamiyati dastlab, 20-asrning ikkinchi yarmida Yevropa iqtisodiy hamjamiyatini tuzilishi va unga a'zo davlatlar o'rtasida boj tariflari hamda boshqa tashqi savdo



cheklovlarini bartaraf qilinishi natijasida kelib chiqqan. Amaliy jarayon shuni ko'rsatdiki, mintaqadagi tovar ayirboshlashning liberallashuvi natijasida tashqi savdo hajmi sezilarli darajada ortgan. Lekin bu tashqi savdo hajmidagi o'sish asosan tarmoqichida tabaqalashtirilgan tovarlarning ayirbosh qilinishi hisobiga yuzbergan. Masalan, Germaniya Fransiya avtomashina eksport qilib, undan avtomashina import qilgan bo'lsa, Italiya, Germaniya va Gollandiya o'sha davrda yozuv mashinkalarini tashqi bozorga sotib, ulardan ham ana shu yozuv mashinkalarini xarid qilib olgan.

Shu bois xalqaro savdo jarayonlarini izohlovchi yangi nazariyalarni baholash uchun oldin tashqi savdo hajmini o'lchash va uning tarkibiy jihatlarini ko'rib chiqish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Xususan, tarmoqichi savdo – bu muayyan mamlakatning bir tarmoqqa tegishli tovarlarni ham eksport, hamda import qilishi tarzidagi savdosining umumiy talqini hisoblanadi. Bugungi kunda rivojlangan davlatlar o'rtasidagi jahon savdosining muhim qismi ana shunday xarakterga ega.

Tarmoqichidagi savdo bu ishlab chiqarish miqyosi samarasi va tovarlarni farqlashtirishdan kelib chiqayotgan natija sifatida ko'riladi. Zero, bir xil turdagi ishlab chiqarish omillariga va texnologiya taraqqiyotiga ega bo'lgan mamlakatlar o'rtasidagi tashqi savdo aloqalari asosan tarmoqichi savdo shaklida amalga oshadi. Tarmoqichi savdo o'lchamini aniqlash uchun Grubel-Lloyd¹⁾ indeksidan foydalaniladi va u formula quyidagicha: $T = 1 - \frac{|X-M|}{X+M}$. Ushbu formulada X muayyan tovar yoki tovarlar guruhi eksportini, M esa uning importini ifodalaydi. Kasrdagi tik-vertikal chiziqlar mutlaq qiymatlarni aks ettiradi. Shunga ko'ra, indeks 0 dan 1 gacha o'zgarib turadi.

Agar, mamlakat muayyan turdagi tovarni faqat import yoki eksport qilsa (ya'ni tarmoqichi savdo yo'q bo'lsa), indeks nolga teng bo'ladi. Agar bir xil tovarning importi va eksporti teng bo'lsa, indeks birga teng bo'lib, tarmoqichidagi savdo maksimal darajaga chiqqan hisoblanadi. Ushbu indeks muayyan tarmoqichidagi savdoning o'lchamini izohlaganidek mamlakatlar o'rtasidagi tarmoqichi savdo jarayonining o'lchamini ham aniqlashga va baholashga imkoniyat beradi. Biroq, mamlakatlar o'rtasidagi tarmoqichi savdoni taqqoslash uchun alohida tarmoqlar bo'yicha hisoblangan indekslarga asoslanish talab etiladi. Shuning uchun bu indeks shunday ko'rinishga ega bo'ladi: $T = 1 - \sum \frac{|X-M|}{X+M}$. Bu formulada $\sum$ (sigma) alohida tarmoqlar uchun hisoblangan $|X-M|$ qiymatning yig'indisini bildiradi.

Xalqaro amaliyotda tarmoqichi savdo asosan ishlab chiqarishda miqyos samarasiga va mahsulotlarni farqlashtirishga olib keladigan vaziyat hisoblanadi. Biroq, tarmoqichi tashqi savdoning muayyan qismi tovarlarning farqli qilinishi bilan bog'liq bo'lmagan holda gomogen mahsulotlar bo'yicha amalga oshirilishi mumkin. Gomogen tovarlar bo'yicha tarmoqichi savdoda qatnashadigan tovarlar ko'pincha og'ir va katta hajmda bo'lib, bu tur savdodan ko'zda tutilgan maqsad transport xarajatlarini tejashdan iboratdir.

Gomogeni tovarlarning tarmoqichidagi savdosi, ayniqsa, katta va uzoq geografik hudud hamda chegaraga ega bo'lgan mamlakatlar o'rtasida ko'p kuzatiladigan vaziyat hisoblanadi. Masalan, AQSh bilan Kanada o'rtasida sharqi-g'arbiy yo'nalishda juda uzun umumiy chegara chizig'i mavjud bo'lib, har ikkala mamlakat ham, amaliyotda kuzatilgani kabi, yaxshi yog'och va mebel mahsulotlari ishlab chiqaruvchi milliy iqtisodiyotlar hisoblanadi. Lekin, sharqiy mintaqalarda AQSh Kanadaga, g'arbiy hududlarda esa Kanada AQShga yog'och va yog'och mahsulotlarini

¹⁾Bu indeks Herbert Grubel va Peter Lloyd tomonidan ishlab chiqilgani uchun Grubel-Lloyd indeksi deyiladi.



eksport qiladi. Chunki, o'rmon va yog'och mahsulotlarini qayta ishlash sanoati AQShning g'arbida, uning yog'och borasida xomashyo bazasi sharqiy hududlarida joylashgan bo'lsa, qo'shni mamlakatda esa buning aksi mavjud.

Shuning uchun, bu hududlardagi ishlab chiqaruvchilari, yog'och xomashyosini chegaraning g'arbiy qismidagi Kanadadan import qilib olishni afzal ko'rishadi. Bundan tashqari, bir necha ming kilometr uzoqlikda faoliyat olib boradigan yog'och ishlab chiqaruvchilarning xomyog'ochlari, yog'ochning katta hajmga egaligi va tashish borasidagi qiyinchiliklar ham bunday savdo turini rag'batlantiruvchi omillar sirasiga kiradi. Demak, tarmoqichi savdoning gomogen tovarlar bo'yicha ham kelib chiqishida tashish xarajatlaridan tejash harakatlari to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatadi. Shu bois mamlakatlararo tashqi savdoning vujudga kelishi va rivojlanishida ta'sir ko'rsatuvchi omillar hamda shart-sharoitlar to'liq inobatga olinishi va ratsional xulosalar qilinishi talab etiladi.

Foydalanilgan va tavsiya etiladigan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'ZBEKISTON — 2030" strategiyasi to'g'risidagi (2023-yil 11-sentabr, PF-158-son) farmoni
2. Dominick S., International economics. Printed in the USA. – 13th ed. 2019. 720 p.
3. Thomas A. Pugel. International Economics. Printed in the USA /. – 18th Edition. 2024.
4. Krugman P., Obstfeld M., Melitz M. International economics: theory and policy. 12 th edition. Harlow, Essex: Pearson, 2023, 817 p.
5. Sirajiddinov N. Xalqaro iqtisodiy munosabatlar. Birinchi qism. Tashqi savdo nazariyasi va siyosati. O'quv qo'llanma. – T.: JIDU, 2017. – B. 182.
6. Seyidoğlu H. Uluslararası İktisat: Teori Politika ve Uygulama. Güzem can yayınları, İstanbul, 2022. - 22. baski
7. Tuxliyev N. Jahon iqtisodiyoti rivojlanishida yangi trendlar. Monografiya.– T.: "Ilm-Ziyo-Zakovat", 2021. – 72 b.
8. <https://www.stat.uz>
9. <https://www.cbu.uz>
10. <https://wdi.worldbank.org/tables>