

OCHIQ IQTISODIYOT SHAROITIDA SAVDO XIZMATLARINI KO'RSATISH IMKONIYATLARI

Kabilova Nigina Shuxratovna

Buxoro davlat texnika universiteti
tayanch doktoranti

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlari tahlil qilindi. Tadqiqot davomida savdo xizmatlari sektorining iqtisodiy o'sish, raqobatbardoshlik va eksport salohiyatiga ta'siri statistik ma'lumotlar hamda nazariy yondashuvlar asosida baholandi. Globallashuv jarayonlari, tashqi savdoning liberallashuvi, logistika infratuzilmasining rivojlanishi va raqamli texnologiyalarning joriy etilishi savdo xizmatlari bozorining tarkibiy o'zgarishlariga ta'sir ko'rsatgani aniqlandi. Elektron savdo platformalari va logistika xizmatlarining kengayishi savdo xizmatlari samaradorligini oshirgani kuzatildi. Tadqiqot natijalari savdo xizmatlarini diversifikatsiya qilish, logistika tizimini modernizatsiya qilish hamda raqamli savdoni rivojlantirish ochiq iqtisodiyot sharoitida xizmatlar eksportini kengaytirishga xizmat qilishini ko'rsatdi.

Kalit so'zlar: ochiq iqtisodiyot, savdo xizmatlari, globallashuv, xalqaro savdo, eksport salohiyati, raqamli transformatsiya, elektron savdo, logistika infratuzilmasi, raqobat muhiti, iqtisodiy integratsiya.

Аннотация

В данном исследовании был проведён анализ возможностей развития торговых услуг в условиях открытой экономики. В ходе исследования на основе статистических данных и теоретических подходов была оценена роль сектора торговых услуг в обеспечении экономического роста, конкурентоспособности и экспортного потенциала. Установлено, что процессы глобализации, либерализация внешней торговли, развитие логистической инфраструктуры и внедрение цифровых технологий оказывают влияние на структурные изменения рынка торговых услуг. Отмечено, что расширение электронной коммерции и логистических услуг способствует повышению эффективности торговых операций. Результаты исследования показали, что диверсификация торговых услуг, модернизация логистической системы и развитие цифровой торговли способствуют расширению экспорта услуг в условиях открытой экономики.

Ключевые слова: открытая экономика, торговые услуги, глобализация, международная торговля, экспортный потенциал, цифровая трансформация, электронная коммерция, логистическая инфраструктура, конкурентная среда, экономическая интеграция.

Abstract

This study analysed the opportunities for developing trade services under conditions of an open economy. Using statistical data and theoretical approaches, the research evaluated the role of trade services in ensuring economic growth, competitiveness, and export potential. The findings showed that globalization processes, trade liberalization, development of logistics infrastructure, and the

adoption of digital technologies influenced structural changes in the trade services market. The expansion of e-commerce platforms and logistics services contributed to improving the efficiency of trade activities. The results demonstrated that diversification of trade services, modernization of logistics systems, and the development of digital commerce supported the expansion of service exports in an open economy.

Keywords: open economy, trade services, globalization, international trade, export potential, digital transformation, e-commerce, logistics infrastructure, competitive environment, economic integration.

KIRISH

Zamonaviy jahon iqtisodiyoti tobora ochiqlik va integratsiyalashuv xususiyatlarini kasb etmoqda. Ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlarini kengaytirish har bir davlat uchun ustuvor vazifalardan biriga aylandi. Jahon savdo tashkiloti (JST) ma'lumotlariga ko'ra, xizmatlar sektori jahon yalpi ichki mahsulotining 70% dan ortig'ini tashkil etadi va bu ko'rsatkich yildan-yilga o'sib bormoqda. O'zbekiston Respublikasi 2017-yildan boshlab amalga oshirilayotgan tub islohotlar doirasida xalqaro savdo-iqtisodiy aloqalarni kengaytirishga alohida e'tibor qaratmoqda. Prezident Shavkat Mirziyoyev tomonidan e'lon qilingan "Yangi O'zbekiston" strategiyasi doirasida mamlakatni jahon iqtisodiy tizimiga yanada chuqurroq integratsiyalashtirishga yo'naltirilgan chora-tadbirlar keng ko'lamda amalga oshirilmoqda.

Biroq ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlari yetarlicha o'rganilmagan va bu sohadagi ilmiy-amaliy tadqiqotlarga ehtiyoj kuchli bo'lib qolmoqda. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot va globallashuv jarayonlarining jadal rivojlanishi sharoitida ushbu muammo yanada dolzarblik kasb etmoqda. Globallashuv jarayonlarining jadallashuvi va xalqaro iqtisodiy integratsiyaning chuqurlashuvi sharoitida ochiq iqtisodiyot modeli milliy rivojlanish strategiyasining muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda. Ochiq iqtisodiyot tashqi savdo, kapital harakati, texnologiyalar almashinuvi va xalqaro xizmatlar bozorida faol ishtirok etishni nazarda tutadi. Bunday sharoitda savdo xizmatlarini ko'rsatish sohasi iqtisodiy o'sishning muhim drayveri, ichki bozor barqarorligini ta'minlovchi hamda xalqaro raqobatbardoshlikni oshiruvchi omil sifatida namoyon bo'ladi.

Iqtisodiy nazariyada ochiq iqtisodiyot modeli tashqi savdo ustunliklari, komparativ afzalliklar va xalqaro mehnat taqsimoti nazariyalari bilan asoslanadi. D. Rikardoning komparativ ustunlik nazariyasiga ko'ra, mamlakatlar o'z nisbiy afzalliklariga ega bo'lgan sohalarda ixtisoslashgan holda samaradorlikni oshiradi. Zamonaviy yondashuvlarda esa savdo xizmatlari nafaqat mahsulot almashinuvi, balki logistika, distributsiya, elektron savdo va platforma iqtisodiyoti orqali qo'shilgan qiymat yaratish manbai sifatida ko'riladi.

Ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlari bir nechta yo'nalishlarda namoyon bo'ladi. Birinchidan, xalqaro savdo oqimlarining kengayishi ichki savdo infratuzilmasining modernizatsiyasini rag'batlantiradi. Ikkinchidan, xorijiy investitsiyalar va transmilliy kompaniyalar kirib kelishi savdo tarmog'ida

raqobatni kuchaytirib, xizmat sifati va samaradorligini oshiradi. Uchinchidan, raqamli texnologiyalar va elektron savdo platformalarining rivojlanishi kichik va o'rta biznes subyektlari uchun yangi bozor imkoniyatlarini yaratadi. Xalqaro amaliyot shuni ko'rsatadiki, savdo xizmatlari bozorining liberallasuvi iqtisodiy o'sish sur'atlarini tezlashtiradi. Bu borada World Trade Organization tomonidan ishlab chiqilgan xizmatlar savdosi bo'yicha kelishuvlar (GATS) xizmatlar bozorining ochiqqligini ta'minlashga xizmat qilmoqda. Shuningdek, World Bank va International Monetary Fund tadqiqotlarida ochiq iqtisodiyotning savdo xizmatlari rivojiga ijobiy ta'siri empirik jihatdan asoslab berilgan.

Shu bilan birga, ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini rivojlantirish muayyan muammolarni ham yuzaga keltiradi. Xalqaro raqobat bosimi, importga qaramlik, logistika xarajatlari va institutsional cheklovlar savdo sektorining barqaror rivojlanishiga ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu bois, savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlarini ilmiy asosda baholash, tashqi va ichki omillarni tizimli tahlil qilish hamda milliy manfaatlariga mos strategik yondashuvlarni ishlab chiqish dolzarb vazifa hisoblanadi. Mazkur tadqiqotning maqsadi ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlarini nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilish, ularning iqtisodiy samaradorligini baholash hamda rivojlantirish istiqbollarini aniqlashdan iborat. Ushbu masalaning ilmiy o'rganilishi savdo infratuzilmasini takomillashtirish, raqobat muhitini kuchaytirish va milliy iqtisodiyotning global bozor tizimidagi o'rnini mustahkamlashga xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ochiq iqtisodiyot nazariyasi Adam Smit va David Rikardo tomonidan erkin savdo va qiyosiy afzalliklar ta'limotlari sifatida asoslab berilgan. Keyinchalik Heckscher-Ohlin modeli ishlab chiqarish omillarining nisbiy ko'pligi asosida xalqaro savdo oqimlarini tushuntirish imkonini berdi. Zamonaviy tadqiqotlar esa xizmatlar savdosiga alohida e'tibor qaratmoqda. Savdo xizmatlari nazariyasi sohasida Bhagwati, Sampson va Snape hamda Stern va Hoekman tomonidan asosiy tushuncha va tasniflar ishlab chiqilgan. Ular xizmatlar savdosini tovar savdosidan farqlovchi asosiy belgilarni - ko'rinmaslik, saqlash mumkin emaslik, ishlab chiqarish va iste'molning bir vaqtdaligi - aniqlashgan.

Yaqin o'n yilliklarda raqamli texnologiyalar va platformaviy iqtisodiyotning xizmatlar savdosiga ta'sirini o'rganuvchi tadqiqotlar kuchayib bormoqda. Baldwin va Manyika va boshqalarning tadqiqotlari raqimsizlashuv jarayonlarining savdo xizmatlarida tub o'zgarishlarga olib kelishini ko'rsatadi. Gereffi esa global qadriyat zanjirlarining xizmatlar sektorini qamrab olishi jarayonini tahlil qilgan. MDH mamlakatlari va O'zbekiston bo'yicha tadqiqotlar orasida Khudoyberdiev, Ruziev va Webber hamda Yusupovning ishlari alohida ahamiyatga ega. Bu tadqiqotlar o'tish iqtisodiyoti mamlakatlarida savdo xizmatlarini rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilgan. Ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlarini o'rganish bo'yicha ilmiy adabiyotlar iqtisodiy nazariya, xalqaro savdo konsepsiyalari, xizmatlar iqtisodiyoti va institutsional yondashuvlar doirasida

shakllangan. Mazkur yoʻnalishdagi tadqiqotlar savdo xizmatlari sektorining iqtisodiy oʻsish, bandlik va raqobatbardoshlikni taʼminlashdagi oʻrnini asoslab beradi.

Klassik xalqaro savdo nazariyasida A. Smit va D. Rikardo tomonidan ilgari surilgan mutlaq va komparativ ustunlik gʻoyalari ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo aloqalarining iqtisodiy samaradorligini tushuntirib beradi. Keyinchalik Xeksher-Olin modeli ishlab chiqarish omillari bilan taʼminlanganlik darajasiga asoslanib savdo oqimlarini izohladi. Ushbu nazariyalar dastlab tovarlar savdosiga qaratilgan boʻlsa-da, zamonaviy talqinda xizmatlar savdosi, jumladan savdo xizmatlari ham xalqaro ixtisoslashuv va qoʻshilgan qiymat zanjirlarining tarkibiy qismi sifatida koʻrilmoqda.

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab xizmatlar iqtisodiyoti mustaqil ilmiy yoʻnalish sifatida shakllandi. D. Bell tomonidan ilgari surilgan postindustrial jamiyat konsepsiyasida xizmatlar sektori iqtisodiy tizimning yetakchi sohasi sifatida talqin qilindi. Savdo xizmatlari esa ishlab chiqaruvchi va isteʼmolchi oʻrtasidagi bogʻlovchi boʻgʻin sifatida qoʻshilgan qiymat yaratish jarayonining ajralmas qismi ekanligi taʼkidlandi. Ochiq iqtisodiyot va xizmatlar savdosining institutsional asoslari World Trade Organization tomonidan ishlab chiqilgan Xizmatlar savdosi boʻyicha Bosh kelishuv (GATS) doirasida keng yoritilgan. Mazkur kelishuv xizmatlar bozorining liberallashtirish, milliy rejim tamoyili va shaffoflik talablarini belgilab, savdo xizmatlarini koʻrsatishning xalqaro huquqiy asoslarini yaratdi.

Shuningdek, World Bank va International Monetary Fund tadqiqotlarida ochiq iqtisodiyot sharoitida xizmatlar sektorining rivojlanishi iqtisodiy oʻsish surʼatlari, investitsiyalar oqimi va mehnat unumdorligiga ijobiy taʼsir koʻrsatishi empirik jihatdan asoslab berilgan. Ularning tahlillarida savdo infratuzilmasining rivojlanishi, logistika samaradorligi va raqamli transformatsiya xizmatlar bozorining raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillar sifatida koʻrsatiladi. Raqobat muhitini tahlil qilishda Michael Porter tomonidan ishlab chiqilgan raqobat ustunligi nazariyasi alohida ahamiyatga ega. Porterning “milliy raqobat ustunligi rombi” modeli ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlari sektorining rivojlanishida talab omillari, resurs bazasi, tarmoq ichidagi raqobat va qoʻllab-quvvatlovchi tarmoqlarning oʻrnini izohlaydi.

Zamonaviy tadqiqotlarda elektron savdo va platforma iqtisodiyoti konsepsiyalari ham keng oʻrganilmoqda. Raqamli texnologiyalar savdo xizmatlari bozorida kirish toʻsiqlarini pasaytirishi, kichik biznes subyektlari uchun xalqaro bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirishi bilan birga, ayrim hollarda bozor konsentratsiyasining ortishiga olib kelishi mumkinligi ilmiy ishlarda qayd etilgan. Milliy iqtisodiyotlar kesimida olib borilgan tadqiqotlarda xizmatlar sektorini liberallashtirish, savdo infratuzilmasini modernizatsiya qilish va kichik biznesni qoʻllab-quvvatlash ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini rivojlantirishning muhim shartlari sifatida koʻrsatiladi. Biroq, mavjud adabiyotlarda hududiy darajada savdo xizmatlarini koʻrsatish imkoniyatlarini kompleks baholash, tashqi va ichki omillarni integratsiyalashgan holda tahlil qilish masalalari yetarli darajada yoritilmagan. Umuman olganda, adabiyotlar sharhi shuni koʻrsatadiki, ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini koʻrsatish imkoniyatlari nazariy va empirik jihatdan asoslangan boʻlsa-da, ularni milliy va hududiy darajada tizimli tahlil qilish, ayniqsa raqamli

transformatsiya va institutsional omillar bilan uyg'unlikda o'rganish dolzarb ilmiy vazifa bo'lib qolmoqda.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlardan foydalanilgan: taqqoslama tahlil, statistik usullar, SWOT-tahlil, shuningdek, JST, Jahon banki va O'zbekiston Statistika qo'mitasining rasmiy ma'lumotlariga asoslangan empirik tahlil. Tadqiqot 2015-2024 yillar davrasini qamrab oladi. Savdo xizmatlarini baholashda JST tomonidan ishlab chiqilgan GATS (Xizmatlar savdosi bo'yicha umumiy kelishuv) tasniflash tizimidan foydalanildi. Bu tizim xizmatlar savdosini to'rt xil shakl orqali amalga oshirilishi mumkinligini belgilaydi: chegaralar orqali yetkazib berish, xorijda iste'mol qilish, tijorat ishtirokini o'rnatish va jismoniy shaxslarning harakati.

TAHLIL VA NATIJALAR

Global iqtisodiyotda xizmatlar sektori so'nggi o'n yilliklarda barqaror o'sish sur'atlarini namoyon etib, yalpi ichki mahsulotning asosiy tarkibiy qismlaridan biriga aylandi. Xususan, savdo xizmatlari - chakana va ulgurji savdo, distributsiya, logistika, elektron savdo hamda savdo vositachiligi - global qo'shilgan qiymat zanjirining muhim bo'g'ini hisoblanadi. Raqamli transformatsiya, logistika infratuzilmasining rivojlanishi va xalqaro integratsiya jarayonlari ushbu bozorning kengayishiga kuchli turtki bermoqda. Xalqaro darajada xizmatlar savdosi liberallasuvi World Trade Organization tomonidan tartibga solinadigan GATS kelishuvi asosida amalga oshiriladi. Mazkur huquqiy asos xizmatlar savdosida milliy rejim va kamsitmaslik tamoyillarini mustahkamlab, bozorlarning ochiqqligini ta'minlaydi. Natijada, savdo xizmatlari sektori transmilliy kompaniyalar va global distribyutorlik tarmoqlari orqali tez sur'atlarda integratsiyalashmoqda.

World Bank va Organisation for Economic Co-operation and Development ma'lumotlariga ko'ra, xizmatlar sektori jahon YaIMining 60-70 foizini tashkil etadi, rivojlangan davlatlarda esa bu ko'rsatkich 70-75 foizgacha yetadi. Savdo xizmatlari esa xizmatlar sektorining yirik segmentlaridan biri bo'lib, ichki va tashqi iste'mol bozorini bog'lovchi mexanizm vazifasini bajaradi. Global savdo xizmatlar bozorining asosiy drayveri sifatida elektron savdo va platforma iqtisodiyoti namoyon bo'lmoqda. Raqamli platformalar orqali xalqaro savdo hajmi keskin oshib, kichik va o'rta biznes subyektlari uchun global bozorga chiqish imkoniyatlari kengaydi. Biroq, bu jarayon ayrim platformalarning yuqori bozor ulushiga ega bo'lishi natijasida konsentratsiya darajasining ortishiga ham olib kelmoqda. Shu jihatdan, raqobatni tartibga solish va adolatli bozor muhitini ta'minlash masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda.

Global savdo xizmatlar bozorida logistika samaradorligi hal qiluvchi omil hisoblanadi. Transport xarajatlari, bojxona jarayonlarining soddaligi va infratuzilmaning rivojlanganligi savdo oqimlarining tezligi va hajmiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Rivojlangan mamlakatlarda integratsiyalashgan logistika tizimlari va raqamli monitoring mexanizmlari savdo xarajatlarini kamaytirib, xizmatlar samaradorligini oshirmoqda. Shuningdek, pandemiya davri global savdo xizmatlari bozorining transformatsiyasini tezlashtirdi. An'anaviy chakana savdo qisqarib, onlayn savdo hajmi sezilarli darajada oshdi. Bu esa iste'molchilarning xulq-atvori va savdo

formatlarining o'zgarishiga olib keldi. Hozirgi bosqichda gibrid savdo modeli - ya'ni oflayn va onlayn savdo integratsiyasi keng tarqalmoqda.

Mintaqaviy jihatdan qaralganda, Shimoliy Amerika, Yevropa va Sharqiy Osiyo savdo xizmatlari bozorida yetakchi o'rin tutadi. Ushbu hududlarda yuqori darajadagi urbanizatsiya, raqamli infratuzilma va aholi daromadlarining yuqoriligi savdo hajmining o'sishiga xizmat qilmoqda. Rivojlanayotgan mamlakatlarda esa savdo xizmatlari bozori tez sur'atlarda kengayib, ichki iste'mol bozorining o'sishi va yosh demografik tarkib bilan bog'liq ravishda istiqbolli yo'nalish sifatida shakllanmoqda. Umuman olganda, global savdo xizmatlar bozori ochiq iqtisodiyot sharoitida dinamik rivojlanayotgan, yuqori raqobatli va texnologik transformatsiya jarayonlari bilan chambarchas bog'liq soha hisoblanadi. Raqamlashtirish, logistika infratuzilmasini takomillashtirish va institutsional islohotlar ushbu bozorning kelgusi rivojlanish yo'nalishlarini belgilovchi asosiy omillar bo'lib qolmoqda.

Jahon savdo xizmatlar bozori so'nggi o'n yilliklarda jadal sur'atlar bilan rivojlanib kelmoqda. JST statistikasiga ko'ra, 2023-yilda xizmatlar bo'yicha jahon eksporti 7,8 trillion dollarni tashkil etdi, bu 2015-yil ko'rsatkichidan 42% yuqoridir. Ushbu o'sishning asosiy harakatlantiruvchi kuchlari, raqimsizlashuv va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi, global qadriyat zanjirlarining kengayishi, rivojlanayotgan mamlakatlar o'rta sinfining o'sishi, erkin savdo bitimlari va mintaqaviy integratsiya.

Quyidagi jadvalda xizmatlar eksportining asosiy kategoriyalari bo'yicha taqsimoti ko'rsatilgan:

1-jadval.

Jahon xizmatlar eksportining kategoriyalar bo'yicha taqsimoti (JST, 2024 ma'lumotlari asosida)¹

Xizmat kategoriyasi	2015-yil (mlrd AQSH dollar)	2023-yil (mlrd AQSH dollar)	O'sish, foizda
Transport xizmatlari	890	1,120	25.8
Sayohat va turizm	1,250	1,640	31.2
Moliyaviy xizmatlar	720	1,050	45.8
Axborot-kommunikatsiya xizmatlari	480	960	100.0
Intellectual mulk huquqlari	350	580	65.7
Boshqa biznes-xizmatlar	855	2,450	186.5

O'zbekiston Statistika qo'mitasining ma'lumotlariga ko'ra, 2023-yilda mamlakatning xizmatlar bo'yicha eksporti 3,2 mlrd dollarni tashkil etdi. Bu ko'rsatkich 2018-yil bilan solishtirganda 2,4 baravar ko'p. Biroq MDH mamlakatlari orasida O'zbekistonning ulushi hali ham past bo'lib qolmoqda. SWOT-tahlil natijalariga ko'ra, O'zbekistonda savdo xizmatlarini rivojlantirishning quyidagi kuchli va zaif tomonlari, imkoniyat va tahdidlari aniqlandi:

¹ Muallif ishlanmasi

2-jadval.

O'zbekistonda savdo xizmatlarini rivojlantirishning SWOT-tahlili¹

KUCHLI TOMONLAR (S)	ZAIF TOMONLAR (W)
• Markaziy Osiyodagi qulay geografik joylashuv • Ko'p sonli va yosh ishchi kuchi • Turizm resurslari boyiligi • Islohotlarning jadal borishiga siyosiy iroda	• Logistika infratuzilmasining yetarli emasligi • Raqamli iqtisodiyot salohiyatining past darajasi • Xizmat ko'rsatish sifatining past bo'lishi • Kadrlar malakasining yetarli emasligi
IMKONIYATLAR (O)	TAHDIDLAR (T)
• WTO a'ziligini to'la qamrovda qo'llash • Erkin iqtisodiy zonalarini kengaytirish • "Bir kamar - bir yo'l" loyihasiga integratsiya • Raqamli xizmatlar eksportini oshirish	• Mintaqaviy raqobatchilarning kuchayishi • Geosiyosiy beqarorlik xavfi • Kiberjinoyatchilik va ma'lumotlar xavfsizligi • Global iqtisodiy inqirozlar ta'siri

Tadqiqot natijalariga ko'ra, ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatishning quyidagi asosiy mexanizmlari aniqlandi:

Birinchi mexanizm - raqamli platformalar va e-tijorat. Raqimsizlashuv jarayonlari savdo xizmatlarida inqilobiy o'zgarishlarga olib kelmoqda. Amazon, Alibaba, eBay singari global platformalar milliy chegaralarni yo'qotib, kichik va o'rta korxonalarga ham jahon bozoriga chiqish imkonini berib kelmoqda. O'zbekistonda UzumMarket, Zoodmall singari platformalar paydo bo'lishi bu tendensiyaning mamlakat miqyosidagi aksini ko'rsatadi. 2023-yil ma'lumotlariga ko'ra, e-tijorat bozori 2,1 mlrd dollarni tashkil etdi, bu esa 2020-yilga nisbatan 3 barobar ko'p.

Ikkinchi mexanizm - erkin iqtisodiy zonalar (EIZ) va maxsus iqtisodiy hududlar. EIZlar savdo xizmatlarini ko'rsatishda katalizator vazifasini o'taydi. Navoiy, Angren va Jizzax EIZlari O'zbekistondagi bunday hududlarning namunasi bo'lib, ular eksport yo'naltirilgan savdo xizmatlarini rivojlantirishga qaratilgan soliq va bojxona imtiyozlarini taqdim etadi.

Uchinchi mexanizm - logistika va transport xizmatlari infratuzilmasi. O'zbekistonning geografik joylashuvi - quruqlik bilan o'ralgan mamlakat sifatida - savdo xizmatlarini ko'rsatishda alohida qiyinchiliklar tug'diradi. Shu bilan birga, Markaziy Osiyo "Buyuk Ipak yo'li" chorrahasida joylashganligi mamlakatni tranzit logistika markazi sifatida rivojlantirish imkonini beradi.

To'rtinchi mexanizm - moliyaviy xizmatlar va raqamli to'lov tizimlari. Savdo xizmatlarini ko'rsatishning zaruriy sharti sifatida zamonaviy bank-moliya va to'lov tizimlari alohida o'rin tutadi. Payme, Click, Uzcard singari milliy to'lov tizimlarining rivojlanishi va xalqaro tizimlar bilan integratsiyasi savdo xizmatlarini kengaytirish uchun muhim omil bo'lib qolmoqda.

Tadqiqot natijalarini tahlil qilar ekanmiz, bir qator muhim xulosalarni ajratib ko'rsatish mumkin. Birinchidan, O'zbekistonning savdo xizmatlar bozorida o'sish

¹ Muallif ishlanmasi

salohiyati mavjud, biroq bu salohiyatni amalga oshirish bir qator tizimli muammolarni bartaraf etishni talab qiladi.

Maqolaning asosiy xulosasi shundaki, ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlari faqat makroiqtisodiy siyosat bilan emas, balki mikro darajadagi - korxonalar va tadbirkorlar - institutsional va texnologik tayyorligi bilan ham belgilanadi. Bu jihat ko'plab mavjud tadqiqotlarda yetarlicha e'tiborga olinmagan.

Ruziev va Webber tadqiqoti bilan solishtirganda, bizning ma'lumotlarimiz O'zbekistonda savdo xizmatlarining eksport qiymatida sezilarli o'sishni qayd etadi. Biroq muallif raqamli xizmatlar va intellektual mulk segmentidagi o'sish sur'ati boshqa MDH mamlakatlariga nisbatan past ekanligini ta'kidlagan - bu muammo bizning tadqiqotimizda ham tasdiqlandi.

Xudoyberdievning institutsional islohotlar rolini ta'kidlagan xulosalari bizning tadqiqotimiz tomonidan tasdiqlansa-da, bizning yangiligimiz shundaki, raqamli transformatsiya hozirgi kunda institutsional takomillashtirish bilan teng ahamiyatga ega omilga aylangan.

Tadqiqotning cheklangan jihatlari ham mavjud: birinchidan, ma'lumotlar asosan rasmiy statistikaga tayanib, norasmiy sektor operatsiyalarini to'liq aks ettirmaydi; ikkinchidan, so'rovnomaviy komponent tadqiqot dizayniga kiritmagan, bu esa gipotezalarni empirik tekshirishni cheklamoqda. Kelgusi tadqiqotlarda korxona darajasidagi ma'lumotlardan foydalanish tavsiya etiladi.

Fikrimizcha, mintaqa iqtisodiyotini rivojlantirishda savdo xizmatlarini kengaytirishning o'ziga xos xususiyatlari bo'lib, ushbu sohaning rivojlanishi ochiq iqtisodiyot sharoitida vujudga keladi. Biroq ochiq iqtisodiyotni avtarkiya, o'z-o'zini ta'minlash iqtisodiyoti, haddan tashqari o'z kuchiga suyanishning antipodi sifatida ham tushunish lozim. Ochiq iqtisodiyotning vujudga kelishi, bu - jahon rivojlanishining obyektiv tendensiyasidir. Ochiq iqtisodiyot tamoyillariga mos ravishda harakat qilish, bu - jahon bozori standartlarini tan olish, uning qonunlari asosida harakat qilishdir.

Ochiq iqtisodiyot ichki bozorning chet el kapitali, tovarlari, texnologiyalari, axborotlari, ishchi kuchining oqimi uchun aqlga to'g'ri keladigan darajada ochiqligini nazarda tutadi.

Ochiq iqtisodiyotning afzalliklari quyidagilardir:

- ishlab chiqarishning ixtisoslashuvi va kooperatsiyalashuvining chuqurlashishi;
- resurslarni mulohazakorlik bilan samaradorlik darajasiga qarab taqsimlash;
- xalqaro iqtisodiy aloqalar tizimi orqali jahon tajribasining tarqalishi;
- jahon bozoridagi raqobat tomonidan rag'batlantiriladigan milliy ishlab chiqaruvchilar orasida raqobatning kuchayishi.

Shakllanib bo'lgan ochiq iqtisodiyot va ochiq iqtisodiyotga o'tish bir xil narsa emas. Ochiq iqtisodiyot davlatning tashqi iqtisodiy aloqalarida nazoratsizlik va hamma narsa mumkin, chegaralar ochiq degani emas. Ochiq iqtisodiyot uning aqlga sig'adigan darajada amalga oshirish mexanizmini shakllantirishda davlatning sezilarli

aralashuvini talab qiladi. Hech bir mamlakatda iqtisodiyotning mutlaq (absolyut) ochiqqligi yo‘q.

Ochiqlik miqdorining birinchi darajali indikatoriga eksport va importning YaIMdagi ulushini kiritish mumkin. Ularning kombinatsiyasi alohida milliy iqtisodiyotlarning jahon bozori bilan aloqalarining miqyosi haqida tushuncha beradi. Shunday qilib, eksportning YaIMga munosabati eksport kvotasi sifatida aniqlanadi¹:

$$Ek = \frac{E}{YaIM} * 100\%$$

Bunda: Ek - eksport kvotasi;

E - eksport hajmi;

YaIM - yalpi ishki mahsulot.

Agar Ek 10% bo‘lsa, iqtisodiyotning ochiqqligi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Iqtisodiyot ochiqqligining boshqa ko‘rsatkichi import bilan YaIM munosabatidan kelib chiquvchi import kvotasi ko‘rsatkichidir:

$$Ik = \frac{I}{YaIM} * 100\%$$

Bunda: Ik - import kvotasi;

E - import hajmi;

YaIM - yalpi ishki mahsulot.

Ochiqlikning kompleks ko‘rsatkichlaridan biri deb odatda tashqi savdo kvotasi ko‘rsatiladi:

$$TSk = \frac{TS}{YaIM} * 100\%$$

Bunda: TSk - tashqi savdo kvotasi;

TS - tashqi savdo aylanmasining hajmi;

YaIM - yalpi ishki mahsulot.

Bu ko‘rsatkichning kamchiligi unda kapital eksporti kattaligining hisobga olinmaganligidir. Shuni ta’kidlash lozimki, ko‘rsatib berilgan koeffitsient va ko‘rsatkichlar har doim ham iqtisodiyot ochiqqligining holatini to‘liq ko‘rsata olmaydi. Masalan, tashqi savdo kvotasi ma’lum ma’noda iqtisodiyot ochiqqligini namoyish qilsa ham, uning sintetik ko‘rsatkichi bo‘la olmaydi. Tashqi savdo kvotasi asosan davlatning xalqaro mehnat taqsimotidagi ishtirokini ko‘rsatadi. Bu esa ochiq iqtisodiyot tushunchasining bir qismi xolos. Iqtisodiyot ochiqqligi ko‘rsatkichi esa murakkabroq kompleks ko‘rsatkichdir.

Endi savol tug‘uladi, mamlakatimizda eksport kvotasi, import kvotasi, tashqi savdo kvotasi yillar mobaynida qanday holatda bo‘lgan? Bevosita tashqi savdoni yuqorida ko‘rsatilgan ko‘rsatkichlar bo‘yicha Respublikamizda so‘ngi o‘n yil mobaynida o‘zgarishlar holatini tahlil qilishni maqsad qildik (2.1-jadval).

Tadqiqotlarimiz ko‘rsatishicha, 2015-yildan 2024-yilga qadar eksport kvotasi, import kvotasi va tashqi savdo kvotasi o‘shish tendensiyasida bo‘lgan. Biroq 2020-yilga

¹ Ismailova N.S., Shagazatov U.U. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. Darslik. - Toshkent: Noshir nashriyoti, 2019. B - 11.

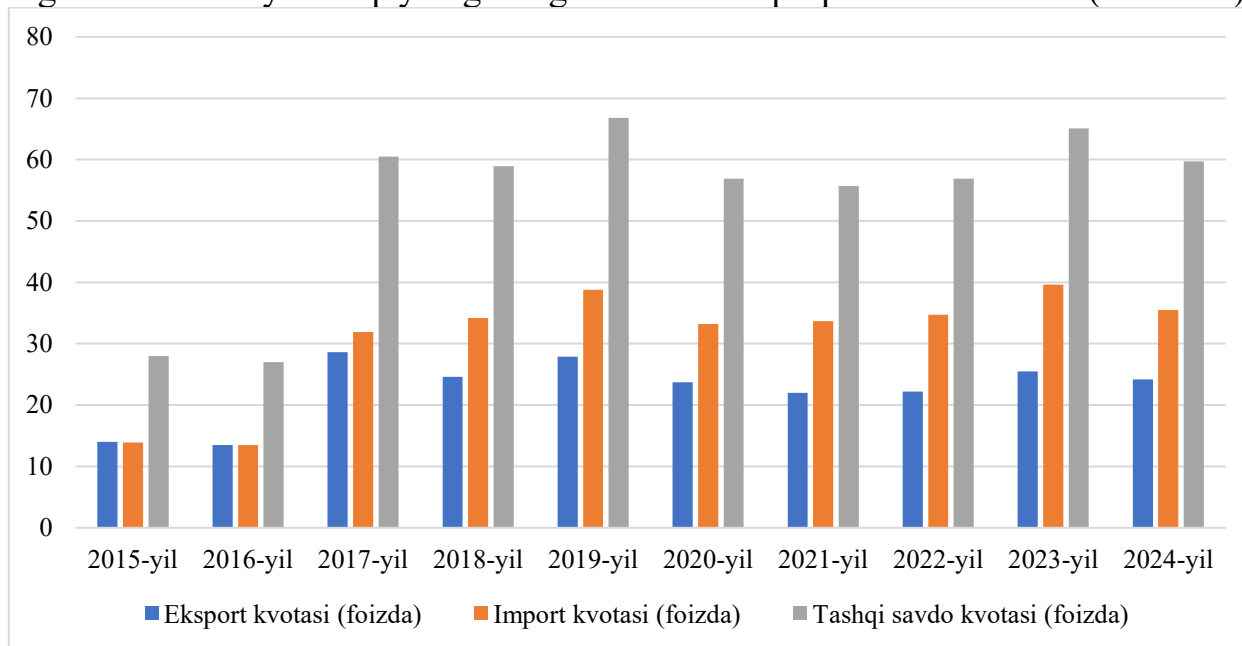
kelib yuqoridagi ko'rsatkichlar bo'yicha pasayish kuzatilgan. Ushbu pasayish Covid-19 pandemiyasining ta'siri natijasida vujudga kelgan desak adashmagan bo'lamiz.

3-jadval.

O'zbekiston Respublikasining iqtisodiyot ochiqlik darajasi¹

Yillar	Ko'rsatkichlar						
	Yalpi ichki mahsulot (mln.AQSH.doll.)	Eksport hajmi (mln.AQSH.doll.)	Import hajmi (mln.AQSH.doll.)	Tashqi savdo aylanmasi (mln.AQSH.doll.)	Eksport kvotasi (foizda)	Import kvotasi (foizda)	Tashqi savdo kvotasi (foizda)
2015	89 162,4	12507,4	2416,6	24924,0	14,0	13,9	28,0
2016	89 808,2	12094,6	12137,6	24232,2	13,5	13,5	27,0
2017	43 897,9	12553,7	14012,4	26566,1	28,6	31,9	60,5
2018	56 796,0	13990,7	19439,3	33430,0	24,6	34,2	58,9
2019	62 546,0	17458,7	24292,3	41751,0	27,9	38,8	66,8
2020	63 762,8	15102,3	21153,8	36256,1	23,7	33,2	56,9
2021	75 711,6	16662,8	25507,7	42170,5	22,0	33,7	55,7
2022	88 688,8	19732,5	30767,8	50500,3	22,2	34,7	56,9
2023	97 617,9	24869,5	38659,1	63528,6	25,5	39,6	65,1
2024	112 579,1	27270,1	39968,2	67238,2	24,2	35,5	59,7

Mamlakatimizda eksport kvotasi, import kvotasi va tashqi savdo kvotasining o'zgarish tendensiyasini quyidagi diogrammada aniqroq ko'rish mumkin (2.1-rasm).



1-rasm. O'zbekiston Respublikasining iqtisodiyot ochiqlik miqdorining indikatorlar darajasi²

Ushbu rasmdan ko'rinib turibdiki, mamlakatimizda eksport kvotasi 2015-yilda 14,0 foiz bo'lgan bo'lsa, 2024-yilga kelib, 24,2 foizga yetgan. Import kvotasi 2015-yilda 13,9 foizni tashkil qilgan bo'lsa, 2024-yilida esa ushbu raqam 35,5 foizni tashkil

¹ O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan hisoblab chiqilgan.

² Muallif ishlanmasi

etgan. Tashqi savdo kvotasi 2015-yilda 28,0 foiz darajasini tashkil qilgan bo'lsa, 2024-yilga kelib ushbu ko'rsatkich 59,7 foiz bo'lganligini kuzatishimiz mumkin. Bu esa o'z navbatida mamlakatimizda eksport kvotasi 10% ko'p bo'lib, iqtisodiyotning ochiqligini bildiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqot ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlarini har tomonlama tahlil qilgan holda quyidagi asosiy xulosalarga keldi:

Birinchidan, savdo xizmatlari zamonaviy global iqtisodiyotning strategik sektori bo'lib, uning o'sish sur'ati tovarlar savdosi o'sishidan barqaror ravishda ustunligini saqlab qolmoqda. Raqamli transformatsiya bu tendensiyaning yanada kuchaytirmoqda va xizmatlar savdosida ishtirok etish uchun kirish to'siqlarini pasaytirmoqda.

Ikkinchidan, O'zbekiston geografik joylashuvi, mehnat resurslari va tabiiy-turistik salohiyati jihatidan savdo xizmatlarini rivojlantirish uchun jiddiy asos va imkoniyatlarga ega. Ammo bu imkoniyatlarni amalga oshirish uchun maqsadli siyosat va institutsional muhitni takomillashtirish zarur.

Uchinchidan, raqamli iqtisodiyot, erkin iqtisodiy zonalar, logistika infratuzilmasi va moliyaviy xizmatlar - savdo xizmatlarini kengaytirishning to'rtta ustuvor yo'nalishi sifatida aniqlangan.

Amaliy tavsiyalar sifatida quyidagilar taklif etiladi:

Raqamli savdo platformalarini rivojlantirish va O'zbekiston ishlab chiqaruvchilarini global e-tijorat tizimlariga integratsiyalashtirishni rag'batlantirish;

Navoiy, Angren va Jizzax EIZlarida xizmat ko'rsatuvchi kompaniyalar uchun differensiallashtirilgan imtiyozlar tizimini joriy etish;

O'rta Osiyo tranzit yo'nalishlarida multimodal logistika markazlarini qurish va boshqarishga xalqaro investorlarni jalb etish;

Savdo xizmatlari sohasidagi kadrlar malakasini oshirish uchun davlat-xususiy sheriklik asosida o'quv markazlari tarmog'ini kengaytirish;

Savdo xizmatlariga oid ma'lumotlar yig'ish va tahlil qilish tizimini takomillashtirish, shu jumladan norasmiy sektor kuzatuvini yo'lga qo'yish.

Ushbu tadqiqot O'zbekistondagi kelajak ilmiy ishlar uchun asos bo'lib xizmat qilishi mumkin, ayniqsa savdo xizmatlari bozorining korxona darajasidagi tuzilishi va dinamikasini o'rganish istiqbolli yo'nalish hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Baldwin, R. (2016). The Great Convergence: Information Technology and the New Globalization. Harvard University Press.
2. Bhagwati, J. (1984). Splintering and Disembodiment of Services and Developing Nations. The World Economy, 7(2), 133-143.
3. Gereffi, G. (2018). Global Value Chains and Development: Redefining the Contours of 21st Century Capitalism. Cambridge University Press.
4. Hoekman, B., & Mattoo, A. (2008). Services Trade and Growth. Policy Research Working Paper No. 4461. World Bank.

5. Khudoyberdiev, A. (2021). Institutional Framework for Trade Services Development in Uzbekistan. *Journal of Central Asian Economics*, 14(3), 45-62.
6. Manyika, J. et al. (2016). *Digital Globalization: The New Era of Global Flows*. McKinsey Global Institute.
7. Ruziev, K., & Webber, D. (2019). Trade Structure and Economic Development in Transition Economies: Evidence from Central Asia. *Post-Communist Economies*, 31(4), 521-541.
8. Sampson, G., & Snape, R. (1985). Identifying the Issues in Trade in Services. *The World Economy*, 8(2), 171-182.
9. Stern, R., & Hoekman, B. (1987). Issues and Data Needs for GATT Negotiations on Services. *The World Economy*, 10(1), 39-60.
10. World Trade Organization. (2024). *World Trade Statistical Review 2024*. WTO Publications. Geneva.
11. Yusupov, N. (2022). Digital Transformation of Trade Services in Uzbekistan: Challenges and Opportunities. *Uzbekistan Economic Review*, 8(1), 12-28.
12. O'zbekiston Respublikasi Milliy Statistika qo'mitasi. (2024). *O'zbekiston raqamlarda 2024*. Toshkent: Statistika qo'mitasi nashriyoti.
13. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2022-yil 28-yanvar PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>
14. Jahon banki. (2024). *Uzbekistan: Trade and Competitiveness Report*. Washington D.C.: World Bank Publications.



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

2026-yil, fevral, 2-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**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**