

GLOBAL INTEGRATSIYA SHAROITIDA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI

Kabilova Nigina Shuxratovna

Buxoro davlat texnika universiteti
tayanch doktoranti

Annotatsiya

Mazkur maqolada global integratsiya sharoitida savdo xizmatlarini rivojlantirish imkoniyatlari tahlil qilindi. Tadqiqot davomida globallashuv, raqamli transformatsiya va xalqaro integratsiyaning savdo xizmatlariga ta'siri o'rganildi. Statistik va taqqoslama usullar asosida xizmatlar sektorining iqtisodiy o'sishdagi o'rni baholandi. Natijalar savdo xizmatlari iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi ekanini va elektron savdo hamda logistika infratuzilmasi rivoji imkoniyatlarni kengaytirganini ko'rsatdi. Raqobat muhiti va institutsional omillar samaradorlikka bevosita ta'sir ko'rsatgani aniqlandi. Tadqiqot savdo xizmatlarini rivojlantirishda tizimli yondashuv zarurligini asoslab berdi.

Kalit so'zlar: ochiq iqtisodiyot, savdo xizmatlari, globallashuv, elektron savdo, logistika, raqamli transformatsiya, raqobat muhiti.

Аннотация

В данной статье анализируются возможности развития торговых услуг в контексте глобальной интеграции. В ходе исследования изучено влияние глобализации, цифровой трансформации и международной интеграции на сферу торговых услуг. На основе статистических и сравнительных методов оценена роль сектора услуг в экономическом росте. Результаты показали, что торговые услуги выступают важным элементом экономики, а развитие электронной коммерции и логистической инфраструктуры расширило возможности рынка. Также выявлено влияние конкурентной среды и институциональных факторов на эффективность деятельности. Исследование обосновало необходимость системного подхода к развитию торговых услуг.

Ключевые слова: открытая экономика, торговые услуги, глобализация, электронная коммерция, логистика, цифровая трансформация, конкуренция.

Abstract

This article analyzes the opportunities for developing trade services in the context of global integration. The study analyzed the impact of globalization, digital transformation, and international integration on trade services. Using statistical and comparative methods, the role of the service sector in economic growth was evaluated. The results showed that trade services constituted a key component of the economy, while the development of e-commerce and logistics infrastructure expanded market opportunities. It was also identified that the competitive environment and institutional factors directly influenced efficiency. The study demonstrated the necessity of a systematic approach to the development of trade services.

Keywords: open economy, trade services, globalization, e-commerce, logistics, digital transformation, competition.

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 oshirilmog'ida.

Biroq ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlari yetarlicha o'rganilmagan va bu sohadagi ilmiy-amaliy tadqiqotlarga ehtiyoj kuchli bo'lib qolmoqda. 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'rildi.

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 ochiqligini ta'minlashga xizmat qilmoqda. Shuningdek, World Bank va International Monetary Fund tadqiqotlarida ochiq iqtisodiyotning savdo xizmatlari rivojiga ijobiy ta'siri empirik jihatdan asoslab berilgan.

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 istiqbollari 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 raqamlashtirish 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 yo'nalishdagi tadqiqotlar savdo xizmatlari sektorining iqtisodiy o'sish, bandlik va raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi o'rnini asoslab beradi.

Klassik xalqaro savdo nazariyasida A. Smit va D. Rikardo tomonidan ilgari surilgan mutlaq va komparativ ustunlik g'oyalari ochiq iqtisodiyot sharoitida savdo aloqalarining iqtisodiy samaradorligini tushuntirib beradi. Keyinchalik Xeksher-Olin modeli ishlab chiqarish omillari bilan ta'minlanganlik darajasiga asoslanib savdo oqimlarini izohladi. Ushbu nazariyalar dastlab tovarlar savdosiga qaratilgan bo'lsa-da, zamonaviy talqinda xizmatlar savdosi, jumladan savdo xizmatlari ham xalqaro ixtisoslashuv va qo'shilgan qiymat zanjirlarining tarkibiy qismi sifatida ko'rilmoqda.

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 liberallasuvi, 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, raqamli transformatsiya va institutsional omillar bilan uygʻunlikda oʻrganish dolzarb ilmiy vazifa boʻlib qolmoqda.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlardan foydalanilgan: taqqoslama tahlil, statistik usullar, SWOT-tahlil, shuningdek, JST, Jahon banki va Oʻzbekiston Statistika qoʻmitasining rasmiy maʼlumotlariga asoslangan empirik tahlil. Tadqiqot 2015-2024 yillar davrasini qamrab oladi. Savdo xizmatlarini baholashda JST tomonidan ishlab chiqilgan GATS (Xizmatlar savdosi boʻyicha umumiy kelishuv) tasniflash tizimidan foydalanildi. Bu tizim xizmatlar savdosini toʻrt 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. So'nggi yillarda 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‘shning asosiy harakatlantiruvchi kuchlari, raqamlashtirish 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‘sh, 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 AQSH 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:

2-jadval.

O‘zbekistonda savdo xizmatlarini rivojlantirishning SWOT-tahlili²

KUCHLI TOMONLAR (S)	ZAIF TOMONLAR (W)
<ul style="list-style-type: none"> • Markaziy Osiyodagi qulay geografik joylashuv • Ko‘p sonli va yosh ishchi kuchi • Turizm resurslari boyiligi • Islohotlarning jadal borishiga siyosiy iroda 	<ul style="list-style-type: none"> • Logistika infratuzilmasining yetarli emasligi • Raqamli iqtisodiyot salohiyatining past darajasi • Xizmat ko‘rsatish sifatining past bo‘lishi • Kadrlar malakasining yetarli emasligi

¹ Muallif ishlanmasi

² Muallif ishlanmasi

IMKONIYATLAR (O)	TAHDIDLAR (T)
<ul style="list-style-type: none"> • WTO a'ziligini to'la qamrovda qo'llash • Erkin iqtisodiy zonalarini kengaytirish • "Bir kamar - bir yo'l" loyihasiga integratsiya • Raqamli xizmatlar eksportini oshirish 	<ul style="list-style-type: none"> • 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. Raqamlashtirish jarayonlari savdo xizmatlarida inqilobiy o'zgarishlarga olib kelmoqda. Amazon, Alibaba, eBay singari global platformalar milliy chegaralarni yo'qotib, kichik va o'rta korxonalar ham jahon bozoriga chiqish imkonini berib kelmoqda. O'zbekistonda UzumMarket, Zoodmall singari platformalar paydo bo'lishi bu tendensiyaning mamlakat miqyosidagi aksini ko'rsatadi.

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. 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 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 (2019) 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 korxonada 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) ochiqligi 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;

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

YaIM - yalpi ishki mahsulot.

Agar *Ek* 10% bo'lsa, iqtisodiyotning ochiqligi maqsadga muvofiq hisoblanadi. Iqtisodiyot ochiqligining 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 ochiqligining holatini to'liq ko'rsata olmaydi. Masalan, tashqi savdo kvotasi ma'lum ma'noda iqtisodiyot ochiqligini 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 ochiqligi 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 3-jadval).

3-jadval.

O'zbekiston Respublikasining iqtisodiyot ochiqlik darajasi¹

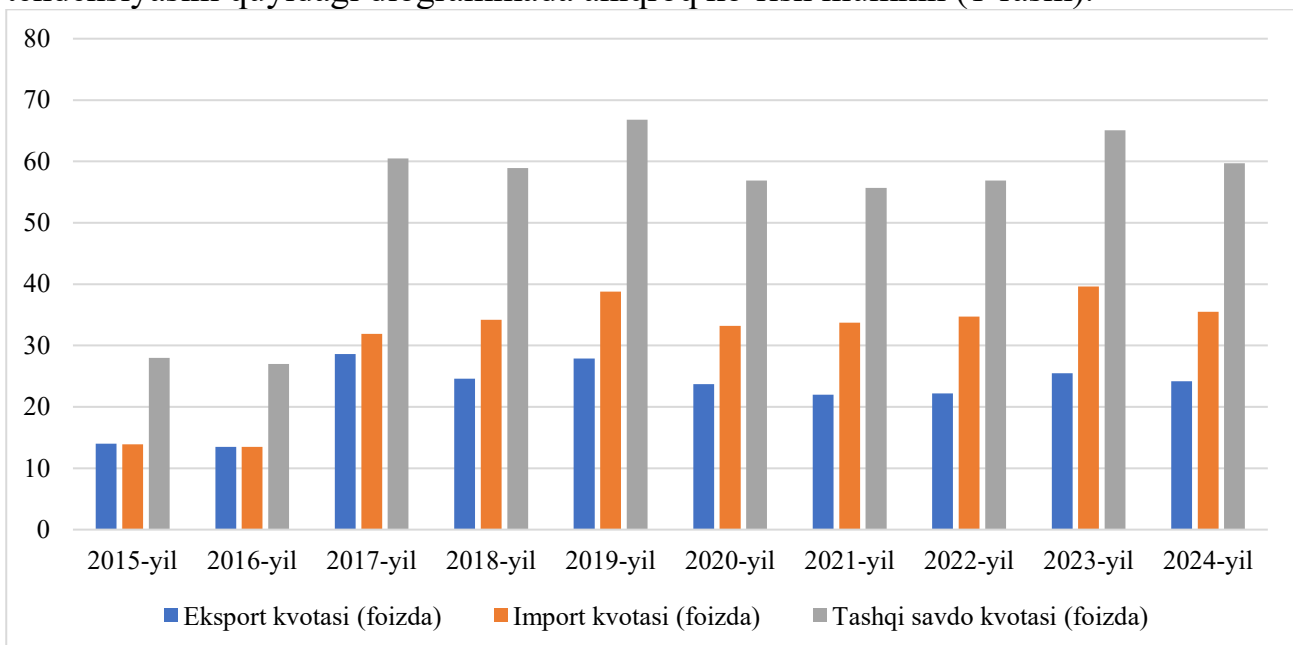
Yillar	Yalpi ichki mahsulot, mln.AQSH.doll	Eksport hajmi, mln.AQSH.dollar	Import hajmi, mln.AQSH.dollar	Tashqi savdo aylanmasi, mln.AQSH.dollar	Eksport kvotasi, foizda	Import kvotasi, foizda	Tashqi savdo kvotasi, foizda
2015	89 162,4	12507,4	2416,6	24924,0	14,0	13,9	28,0
2016	89 808,2	12094,6	12137,6	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

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

Yillar	Yalpi ichki mahsulot, mln.AQSH.doll	Eksport hajmi, mln.AQSH.dollar	Import hajmi, mln.AQSH.dollar	Tashqi savdo aylanmasi, mln.AQSH.dollar	Eksport kvotasi, foizda	Import kvotasi, foizda	Tashqi savdo kvotasi, foizda
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

Tadqiqotlar ko‘rsatishicha, 2015-yildan 2024-yilga qadar eksport kvotasi, import kvotasi va tashqi savdo kvotasi o‘shish tendensiyasida bo‘lgan. Biroq 2020-yilga kelib yuqoridagi ko‘rsatkichlar bo‘yicha pasayish kuzatilgan. Ushbu pasayish Covid-19 pandemiyasining ta‘siri natijasida vujudga kelgan desak adashmagan bo‘lamiz.

Mamlakatda eksport kvotasi, import kvotasi va tashqi savdo kvotasining o‘zgarish tendensiyasini quyidagi diogrammada aniqroq ko‘rish mumkin (1-rasm).



1-rasm. O‘zbekiston Respublikasining iqtisodiyot ochiqlik miqdorining indikatorlar darajasi¹

Ushbu rasmdan ko‘rinib turibdiki, mamlakatda 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 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.

¹ Muallif ishlanmasi

XULOSA VA TAKLIFLAR

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

Birinchiidan, 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.

Ikkinchiidan, 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.

Uchinchiidan, 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, savdo xizmatlari bozorining korxonalar 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 Prezidentining 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:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhah:

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, mart, 3-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**