

5-MAVZU. JAHON SAVDOSI XALQARO IQTISODIY ALOQALARNING ETAKCHI SHAKLI SIFATIDA

1. Raqamlashtirish sharoitida xalqaro iqtisodiy aloqalar
2. Tovar va xizmatlarning jahon savdosi
3. Tashqi savdo siyosati
4. Tovar va xizmatlarning jahon bozorlari
5. Tashqi savdo oldi-sotdi operatsiyalari

*TIQXMM Milliy tadqiqot universiteti
Iqtisodiyot kafedrası dotsenti
Saidova Madina Xamidovna*



1. Raqamlashtirish sharoitida xalqaro iqtisodiy aloqalar

An'anaviy (sanoat) iqtisodiyot davrida ishlab chiqarishning o'sishi korxonaning jismoniy hajmi va resurs bazasining oshishi bilan bog'liq.

O'sish faqat katta resurslarga ega bo'lgan eski o'yinchilar yoki yangi kelganlarga qodir bo'lgan moliyaviy xarajatlar asosida ta'minlandi.

Raqamli iqtisodiyot davrida vaziyat o'zgarmoqda:

- axborot asosiy manbaga aylanadi va bu manba foydalanishdan qurib ketmaydi;
- onlayn chakana savdo maydoni cheksiz;
- kompaniya muvaffaqiyatli raqobat qilish uchun katta bo'lishi shart emas;
- bir xil jismoniy resurs turli xizmatlarni ko'rsatish uchun cheksiz ko'p marta ishlatilishi mumkin;
- operatsion faoliyat ko'lami faqat Internet hajmi bilan cheklangan;
- mijoz “xudo”ga aylanadi.



Jahon iqtisodiyotini raqamlashtirishning rivojlanish bosqichlari

Chakana savdo landshaftiga ta'sir qiluvchi muammolarning *birinchi to'lqini* kitoblar, disklar va kichik kompyuter komponentlarini sotadigan onlayn-do'konlarning paydo bo'lishi edi (2000-yillarning boshlari).

Ikkinchi to'lqin (2000-yillarning o'rtalari) - onlayn sotish (kiyim-kechak, poyabzal, yirik maishiy texnika) doirasini kengaytirish.

Uchinchi to'lqin (2010-yillarning boshi) yirik onlayn platformalarni (Amazon, Ebay, Taobao, Ozon) yaratish bo'lib, bu yerda assortimentning kengligi ularga an'anaviy chakana savdo mega zanjirlari (masalan, Walmart) bilan raqobatlashish imkonini beradi. Uchinchi to'lqin davomida sotib olish va konsolidatsiya onlayn savdoda ham, an'anaviy va onlayn chakana sotuvchilar o'rtasida ham sodir bo'ladi. Chakana savdo kompaniyalari hozirda uchinchi to'lqinning ta'sirini boshdan kechirmoqda. Misol uchun, 2018 yilda an'anaviy va dunyodagi eng yirik chakana supermarketlar va gipermarketlar operatori Walmart Hindistonning eng yirik onlayn-do'koni Flipkartni o'zlashtirdi.

To'rtinchi to'lqin an'anaviy do'konlarning qisqarishi va tovarlarni etkazib berishning ko'plab punktlarining ochilishi bilan tavsiflanadi.

Raqamli iqtisodiyotning afzalliklari

Raqamli iqtisodiyot (*Digital economy*) ijtimoiy rivojlanishga progressiv ta'sir ko'rsatadi va munosabatlarning barcha ishtirokchilari uchun tranzaktsiyalar qulayligini oshiradi:

- kichik biznes;
- odamlardan;
- o'rta va yirik korxonalar;
- davlat organlari.
- Ko'pgina xizmatlar, tovarlar yoki ishlarni Internetda topish, onlayn to'lash va kerakli joyda olish mumkin. Bu resurslar va vaqtni tejaydi. Boshqa afzalliklar qatorida quyidagi afzalliklarni ta'kidlash kerak:
- Mijozlarning ehtiyojlariga e'tibor qarating - arzon narxlarda to'g'ri xizmatni tanlashdan tortib, ijtimoiy ahamiyatga ega muammolarni hal qilishgacha.
- Jismoniy va yuridik shaxslar tomonidan har qanday xizmatlarni olish jarayonini soddalashtirish – elektron va axborot texnologiyalarining rivojlanishi tufayli yetkazib beruvchi xaridor bilan bevosita muloqotda bo'lishi mumkin. Vositachilarni jalb qilishning hojati yo'q. Deyarli hamma narsani (ozuq-ovqat mahsulotlaridan tortib chiptalargacha, imtiyozlardan tortib pasportgacha) Internet orqali chiqarish mumkin.
- Yangi startap g'oyalari, tendentsiyalari, sohalarining tug'ilishi – raqamli xizmatlar, dasturiy ta'minot va texnologik tadqiqotlar bilan bog'liq barcha loyihalarga investitsiyalarning keskin o'sishi kuzatilmoqda. Bu yangi ish o'rinlari yaratilishiga, shu sababli mehnat unumdorligini oshirishga xizmat qilmoqda.
- Onlayn biznes uchun xarajatlarni kamaytirish - o'zgarishlarni qabul qilgan va raqamli texnologiyalarga o'tgan kompaniyalar rivojlanmoqda. To'g'ridan-to'g'ri sotish o'sib bormoqda, sotish, marketing, transport va logistika xarajatlari kamaymoqda.
- Biznesning shaffofligi – raqamli iqtisodiyotdagi aksariyat tranzaktsiyalar onlayn rejimda amalga oshiriladi, xaridlar haqidagi ma'lumotlar soliq organlariga uzatiladi. Bu "qora" daromadlar hajmini kamaytirish va korrupsiya va firibgarlik sxemalariga qarshi kurashishga yordam beradi.
- Mahalliy ishlab chiqarishning raqobatbardoshligini oshirish, biznes geografiyasini kengaytirish.

Raqamli iqtisodiyotning kamchiliklari

Raqamli iqtisodiyotning asosiy muammosi axborot oqimi va qonunchilikning ayrim sohalarida cheklovlar mavjudligi bilan bog'liq.

Iqtisodiyotni global raqamlashtirish quyidagi kamchiliklarga ega:

- Firibgarlik darajasining oshishi - ma'lumotlarni huquqiy, texnik, jismoniy va kriptografik himoya qilish nuqtai nazaridan axborot xavfsizligi ta'minlanishi kerak.
- Ishsizlikning ortib borishi - yangi kasblar va ish o'rinlari paydo bo'lishi fonida boshqa mutaxassisliklar va butun sanoat tarmoqlari, aksincha, o'z ahamiyatini yo'qotib, o'tmishda qolmoqda.
- Texnologik bo'shliq – tegishli o'zgarishlar bo'lsa, raqamli texnologiyalarning iqtisodiyotga to'liq kirib borishini ta'minlash mumkin.
- Raqamli uzilish - universal raqamlashtirish hamma uchun mavjud emas. Masalan, davlat xizmatlarini olish uchun shaxs Internetga kirishi va tasdiqlangan hisob yaratishi kerak. Hamma ham buni qilish imkoniyatiga ega emas, bu ularning farovonlik darajasiga bevosita ta'sir qiladi.
- Raqamli qullik - foydalanuvchi Internetda faol muloqot qilishni boshlashi bilanoq, u kamroq erkin bo'ladi. Siz doimiy ravishda shaxsiy ma'lumotlaringizni kiritishingiz kerak, har bir qadamni kuzatish mumkin; manfaatlar - suiiste'mol qilish. Insonning o'zi, nimagadir e'tibori va sadoqati tovarga aylanadi.

Xulosa:

Raqamlashtirish va u bilan bog'liq robototexnika va sun'iy intellekt texnologiyalari aholining ko'pchiligi o'rtasida ishonchsizlik va tashvish hissini kuchaytiradi.

– aholi sog'liqni saqlash, ta'lim, atrof-muhitni muhofaza qilish, ijtimoiy faollikni rivojlantirish va ijtimoiy boshqaruv jarayonlariga jalb qilish kabi sohalarni raqamlashtirish natijasida rivojlanishning ijobiy istiqbollarini ko'rmoqda.

- shu bilan birga, aholi: ishsizlikning yanada kuchayishi, moddiy turmush sharoitining yomonlashishi, jismoniy muloqotning qisqarishi tufayli jamiyatga ishonchning pasayishi va virtual makonda izolyatsiya qilinishidan qo'rqishadi.



2. Tovar va xizmatlarning jahon savdosi

Jahon savdosi an'anaviy bo'lib, tarixan birinchi va hozirda XIM ning asosiy shakllaridan biri hisoblanadi.

U xalqaro mehnat taqsimotining miqdoriy ifodasi bo'lib xizmat qiladi, uning foydalari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish va iqtisodiy manfaatlarni eng yaxshi qondirishni izlash bilan bog'liq.

Eksport qilishda mamlakat yuqori jahon narxi va past ichki narx o'rtasidagi farq bilan o'lchanadigan foyda oladi.

Import qilishda muayyan turdagi mahsulotni milliy ishlab chiqarishdan voz kechish asosida ichki xarajatlar tejaladi, chunki chet eldan import qilinadigan tovarlarning narxlari ularni mamlakat ichida ishlab chiqarish xarajatlariga nisbatan pastroqdir.

Bir tomondan, tashqi savdo iqtisodiy o'sishning kuchli fakti bo'lsa, ikkinchi tomondan, bu mamlakatlarning xalqaro valyutaga qaramligini oshiradi.



Xalqaro savdoning klassik nazariyalari:

1. Mutlaq ustunlik nazariyasi, xalqaro savdo nazariyasining asoslari Adam Smit tomonidan 1776-yilda yozilgan “Xalq tabiati va boyligini o‘rganish” kitobida qo‘yilgan. Agar mahsulot birligi uchun boshqa mamlakatlarga qaraganda ko‘proq ishlab chiqara oladigan tovar mavjud bo‘lsa, mamlakat mutlaq ustunlikka ega.

Mutlaq afzalliklar tabiiy omillar, ya‘ni maxsus iqlimiy tabiiy sharoitlar yoki tabiiy resurslarning mavjudligi bilan yaratilishi mumkin. Tabiiy afzalliklar qishloq xo‘jaligi va sanoatda alohida o‘rin tutadi.

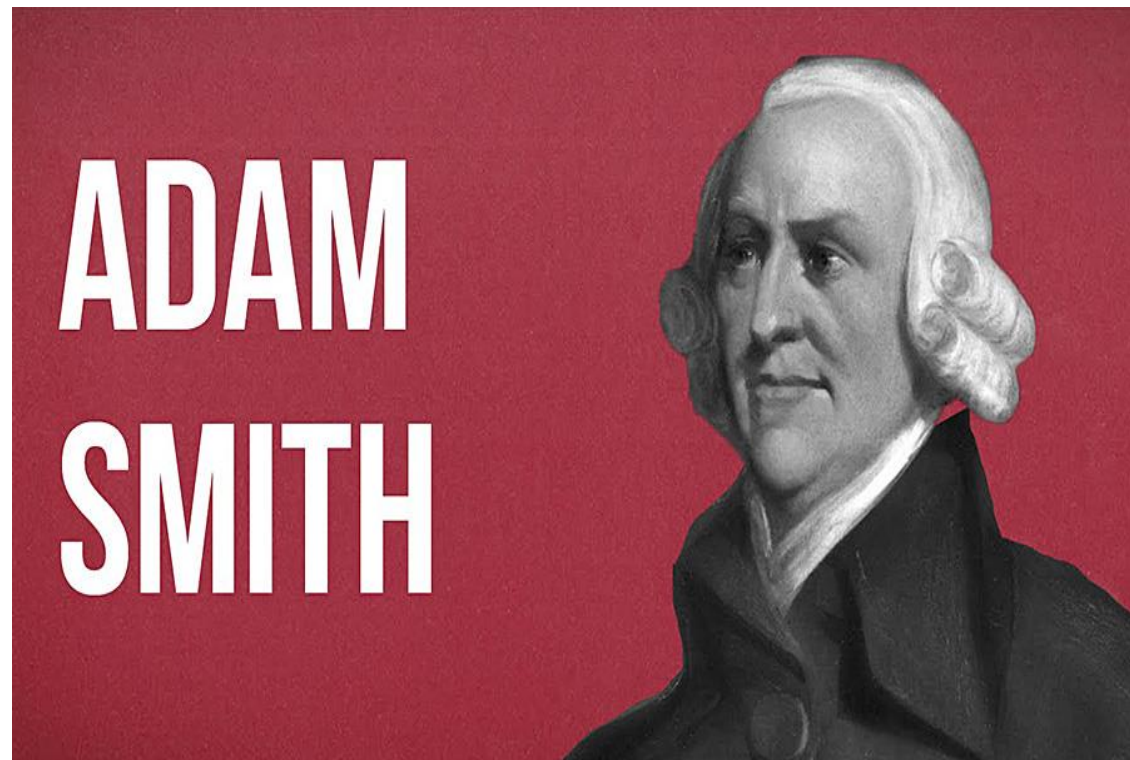
Savdo foydali bo‘lishi uchun mahsulotning tashqi bozordagi narxi eksport qiluvchining ichki bozoridagi narxidan yuqori va import qiluvchining ichki bozoridagi narxidan past bo‘lishi kerak.

Nazariyaning mohiyati: mamlakatlar o‘zlari ishlab chiqaradigan tovarlarni (ishlab chiqarishda mutlaq ustunlikka ega) eksport qiladilar va boshqa mamlakatlar tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlarni (ishlab chiqarishda ular bilan savdo qiladigan hamkorlar afzalliklarga ega) import qiladilar.).

Smitning fikricha, har bir mamlakat biron bir mahsulotda mutlaq ustunlikka ega. Biroq, davlat ikkita tovar bo‘yicha mutlaq ustunlikka ega bo‘lgan yoki hech birida mutlaq ustunlikka ega bo‘lgan holatlar mumkin.

Nazariyaning afzalligi: Mutlaq ustunlik nazariyasi mehnat qiymatiga asoslanadi va xalqaro darajada allaqachon mehnat taqsimotining aniq afzalliklarini ko‘rsatadi.

Nazariyaning kamchiligi: mutlaq ustunlik nazariyasi - nima uchun mamlakatlar ma‘lum tovarlarni ishlab chiqarishda mutlaq ustunlik bo‘lmagan taqdirda ham bir-biri bilan savdo qiladi degan savolga javob bermaydi



2). D.Rikardo Devid Rikardoning qiyosiy ustunlik nazariyasi 1817-yilgi “Siyosiy iqtisod va soliqqa tortishning boshlanishi” asarida mutlaq ustunlik umumiy qoidaning alohida holati ekanligini isbotlab berdi va qiyosiy ustunlik nazariyasini asoslab berdi.

Qiyosiy ustunlik nazariyasining mohiyati shundan iboratki, agar davlatlar boshqa mamlakatlarga nisbatan nisbatan arzonroq xarajat bilan ishlab chiqarishi mumkin bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashgan bo'lsa, u holda savdo ularning mavjud yoki ushbu tovarlarni ishlab chiqarishda mutlaq ustunlikyo'qligidan qat'i nazar, har ikki davlat uchun ham o'zaro manfaatli bo'ladi..



Xalqaro savdoning neoklassik nazariyalari:

3. *Xeksher-Olin xalqaro savdo nazariyasi.* Mamlakatlar o'rtasidagi savdo oqimlari qanday belgilanishi haqidagi zamonaviy g'oyalarning asoslari 1919 yilda nazariyaning dastlabki tamoyillarini shakllantirgan shved olimlari Elli Xeksher va Bertil Olin tomonidan qo'yilgan.

Xeksher-Olin nazariyasi nisbiy xarajatlardagi mamlakatlararo farqlar nima uchun paydo bo'lishini tushuntiradi. Bu nazariyaning sabablari quyidagilardan iborat: Turli tovarlar ishlab chiqarishda ishlab chiqarish omillari (mehnat, kapital) har xil nisbatda qo'llaniladi. Turli mamlakatlarda ishlab chiqarish omillarining nisbiy ta'minlanishining turli darajalari mavjud.

Nazariyaning mohiyati: mamlakatlar o'zlarida ko'p bo'lgan ishlab chiqarish omillarining sezilarli sarfini talab qiladigan tovarlarni va mamlakatda etarli miqdorda bo'lmagan ishlab chiqarish omillarining kichik kirishlarini talab qiladigan tovarlarni eksport qilishga intiladi.



Muhimi, mavjud omillar soni emas, balki ularning nisbiy mavjudligi. Agar mamlakatda nisbatan ko'proq ishlab chiqarish omillari mavjud bo'lsa, unda uning narxi nisbatan past bo'ladi: demak, ishlab chiqarishda ushbu nisbatan arzon ishlab chiqarish omili qo'llaniladigan tovarning nisbiy narxi ham boshqa mamlakatlarnikidan past bo'ladi.

4. Leontiev paradoksi. 1950-yillarning o'rtalarida amerikalik iqtisodchi Vasiliy Leontyev Xeksher-Olin nazariyasini empirik tarzda rad etdi. 1947 yildagi AQSHning kirish-chiqish modelidan foydalanib, u AQSH eksportida nisbatan ko'p mehnat talab qiladigan tovarlar, import esa ko'proq kapital talab qiladigan tovarlar ustunlik qilishini ko'rsatdi.

Urushdan keyingi birinchi yillarda AQSHda dunyoning aksariyat davlatlaridan farqli o'laroq kapital nisbatan ortiqcha ishlab chiqarish omili bo'lganligi va ishchilarning ish haqi darajasi sezilarli darajada yuqori bo'lganini hisobga olsak, bu empirik natija AQSHning asosiy qoidalariga aniq zid edi. Heckscher-Ohlin nazariyasi va shuning uchun paradoks V. Leontyev nomini oldi.

Leontievning asarlariga ko'ra, AQSHda hal qiluvchi rol o'ynagan yangi omil - ilm-fan intensivligi paydo bo'ldi. Bu amerikalik ishchilarning ishi boshqa mamlakatlardagi ishchilarning mehnatiga qaraganda murakkabroq bo'lganligi va ular yuqori darajadagi murakkablikdagi tovarlarni eksport qilganligi bilan izohlandi, ya'ni. yuqori texnologiyali mahsulotlar.

Nazariyaning mohiyati: ishlab chiqarish omillari nisbati haqidagi Xeksher-Olin nazariyasi amalda tasdiqlanmagan: mehnatga to'yingan mamlakatlar kapital ko'p bo'lgan mahsulotlarni eksport qiladi, kapitalga to'yingan mamlakatlar esa mehnat talab qiladigan mahsulotlarni eksport qiladi.

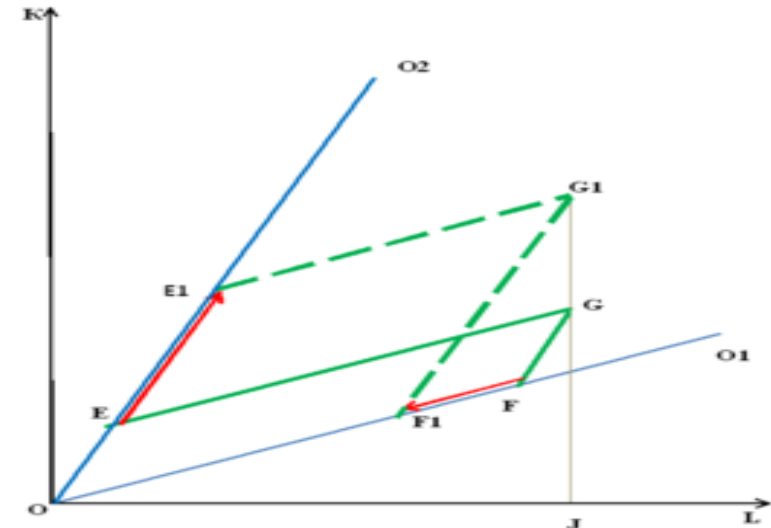
Leontiev paradoksini tushuntirishga qaratilgan ko'plab urinishlar bir qator qo'shimcha holatlarni hisobga olgan holda Xeksher-Olin nazariyasini kengaytirish imkonini berdi. Ishlab chiqarish omillarining tyrliligi, masalan: ishchi kuchi malaka darajasida farqlanadi. Ishlab chiqarish jarayonlarida faqat katta miqdordagi kapital bilan birgalikda ishtirok etishi mumkin bo'lgan tabiiy resurslar muhim rol o'ynaydi. Davlat tashqi savdo siyosatining savdo oqimlari yo'nalishiga ta'sir qiladi, kabilar.





20-asr boshlarida Robert Torrans va Devid Rikardolar tomonidan 1815-1817 yillarda taklif qilingan tashqi savdoning klassik modeli tanqid qilina boshladi. Eski model Xeksher-Olin-Samuelson tashqi savdosining neoklassik modeli bilan almashtirildi. Yangi model doirasida 1955 yilda ingliz iqtisodchisi Tadeush Ribchinskiyning "Boshlang'ich omillar ta'minlanishi va tovarlarning nisbiy narxlari" maqolasi nashr etilgan. Maqolada ishlab chiqarish omillarining o'sishining mahsulot ishlab chiqarishga ta'siri teoremasi aniqlandi, bu Ribchinskiy teoremasi deb nomlandi.

5. Ribchinskiy teoremasi. Ishlab chiqarish omillarining notekis o'sishini hisobga olish ingliz iqtisodchisi T.Ribchinskiyga o'z teoremasini shakllantirishga imkon berdi: agar o'zgarmas narxlarda va faqat ikkita ishlab chiqarish omili mavjud bo'lsa, omillardan birining ko'payishi sodir bo'lsa, bu ortiqcha omilga nisbatan ko'proq sig'imga ega bo'lgan va shunga mos ravishda ushbu omilga nisbatan kam sezgir bo'lgan sanoatda ishlab chiqarishni kamaytiradigan mahsulot ishlab chiqarishni ko'paytirishga muqarrar ravishda olib keladi.



Xalqaro savdoning muqobil nazariyalari

6. XX asrning 60-yillarida amerikalik iqtisodchi R.Vernon tomonidan ishlab chiqilgan mahsulotning hayot aylanishi nazariyasi.

U tovarning hayot aylanish bosqichlari asosida savdoning rivojlanishini tushuntirishga harakat qildi. *Nazariyaga ko'ra, har qanday mahsulot o'z rivojlanishida to'rt bosqichdan o'tadi: joriy etish, o'sish, etuklik, pasayish.*

"Joriy etish" bosqichida mamlakat ichida paydo bo'lgan ehtiyojga javoban yangi mahsulotlar ishlab chiqiladi. Yangi mahsulot ishlab chiqarish kichik hajmda bo'lib, yuqori malakali ishchilarni talab qiladi va innovatsiyalar mamlakatida to'planadi va faqat kichik bir qismi tashqi bozorga chiqadi.

"O'sish" bosqichi. Mahsulotga talab ortadi, ishlab chiqarish kengayadi, asta-sekin boshqa mamlakatlarga o'tadi, mahsulot yanada standartlashtiriladi. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat kuchayadi.

"Yetuklik". Bu bosqichda narx hal qiluvchi omilga aylanadi, ishlab chiqarish keng miqyosda bo'ladi, innovatsiya mamlakati raqobatdosh ustunliklarini yo'qotadi va ishlab chiqarish standartlashtirilgan ishlab chiqarish jarayonlarida arzon ishchi kuchidan samarali foydalanish mumkin bo'lgan rivojlanayotgan mamlakatlarga o'ta boshlaydi.

"Pasayish". Ayniqsa rivojlangan mamlakatlarda talab pasayib boradi. Mahsulot ishlab chiqarish va sotish pasayadi. Ushbu bosqichda ko'pincha ushbu mahsulot o'rnini bosadigan yangi mahsulot paydo bo'ladi.



7. Raqobat ustunligi nazariyasi Bu konsepsiya 80-yillar oxirida amerikalik tadqiqotchi **Maykl Porter tomonidan ishlab chiqilgan**. Porterning fikricha, mamlakatning xalqaro almashinuvdagi raqobatbardoshligi to'rtta asosiy komponentning ta'siri va o'zaro bog'liqligi bilan belgilanadi:

- **omilli shartlar**. Masalan, er kabi omilning etishmasligi Yaponiyada keyinchalik jahon bozorida talabga ega bo'lgan ixcham texnologik jarayonlarning rivojlanishiga asos bo'ldi.

- **talab shartlari**. M.Porter kompaniya faoliyati uchun ichki bozor talablari muhim ahamiyat kasb etishini qayd etadi.

Masalan, Amerikaning tez ovqat tayyorlash tizimi birinchi navbatda mamlakatda keng ommalashdi, keyin esa tegishli turdagi Amerika texnologiyasini jahon bozoriga eksport qilish boshlandi.

-xizmat ko'rsatish va unga aloqador tarmoqlarning holati; Shunday qilib, charm buyumlar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi yaqin aloqalar va Italiyada terini qayta ishlashning yuqori darajasi jahon bozorida etakchi bo'lgan Italiya poyabzal kompaniyalariga sezilarli afzalliklarni beradi.

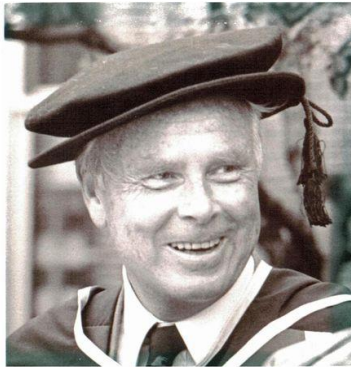
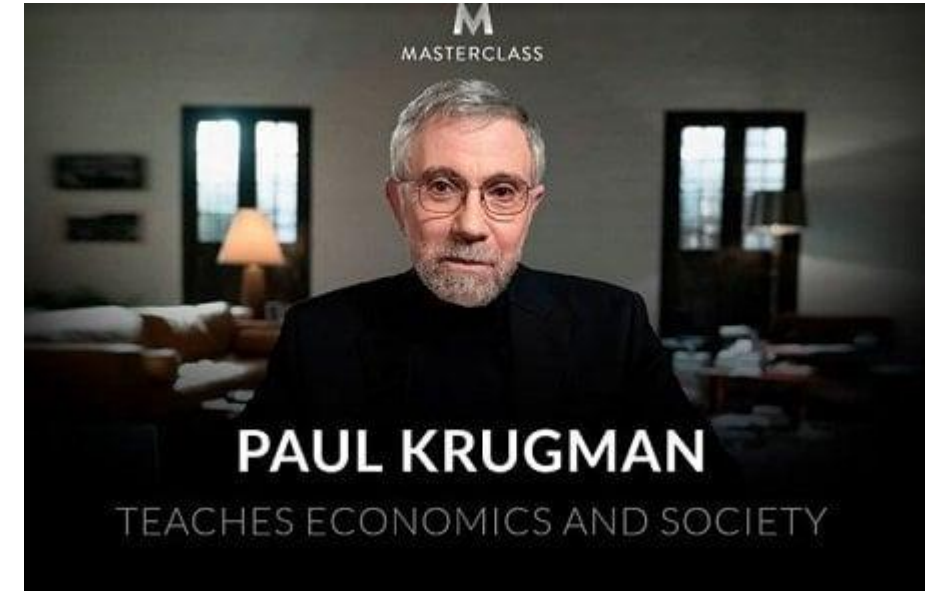
- kompaniya strategiyasi va tashkiliy tuzilmasi bilan bog'liq bo'lgan muayyan raqobat sharoitida kompaniyaning strategiyasi. Masalan, optika ishlab chiqaruvchi Germaniya kompaniyalari markazlashgan boshqaruvning qattiq tizimi bilan, mebel va qadoqlash mashinalari ishlab chiqaruvchi Italiya kompaniyalari esa dinamikligi va boshqaruvning qattiq shakllarining yo'qligi bilan ajralib turadi. Juda muhim rag'bat ichki bozorda etarli raqobatdir.

M.Porter ishlab chiqarishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanadigan yagona milliy firmaga jamlashning foydaliligini qat'iyankor inkor etadi, bu esa resurslardan samarasiz foydalanishga va past mahsuldorlikka olib keladi. Ichki bozordagi shiddatli raqobat korxonani xorijga chiqishga, tashqi bozorlarni izlashga rag'batlantirmoqda.



8. Masshtab effekti nazariyasi. Masshtab iqtisodlari nazariyasi 1980 yilda olimlar P.Krugman va K.Lankaster tomonidan ilgari surilgan. Ushbu nazariyaga ko'ra, mamlakatlar bir xil nisbatda ishlab chiqarishning asosiy omillari bilan ta'minlanganda, ular uchun ommaviy ishlab chiqarish ta'siri bilan ajralib turadigan tarmoqlarga ixtisoslashgan holda o'zaro savdo qilish foydalidir.

Ishlab chiqarish miqyosidagi iqtisodlar ishlab chiqarish tannarxini kamaytirishga va hosildorlikni oshirishga yordam beradi. Ishlab chiqarishning o'sishi; mamlakat tor ichki bozorga duch keladi - ichki bozor tomonidan o'zlashtirilmagan tovarlar ortiqcha mavjud, shuning uchun tashqi bozorga chiqish zarurati tug'iladi.



*In memory of
Professor Kelvin John Lancaster,
one of the greatest economics professors who ever lived.
Regardless of this book's title, professors like
Kelvin Lancaster could never fail us!*

Ushbu nazariyaga ko'ra, mamlakatlar bir xil nisbatda ishlab chiqarishning asosiy omillari bilan ta'minlanganda, ular uchun ommaviy ishlab chiqarish ta'siri bilan ajralib turadigan tarmoqlarga ixtisoslashgan holda o'zaro savdo qilish foydalidir.

Ishlab chiqarish miqyosidagi iqtisodlar ishlab chiqarish tannarxini kamaytirishga va hosildorlikni oshirishga yordam beradi.

Ishlab chiqarishning o'sishi; mamlakat tor ichki bozorga duch keladi - ichki bozor tomonidan o'zlashtirilmagan tovarlar ortiqcha mavjud, shuning uchun tashqi bozorga chiqish zarurati tug'iladi.

GLOBAL SAVDO XIZMATLARI

Xizmat - bu bir tomon boshqasiga taklif qilishi mumkin bo'lgan va asosan nomoddiy bo'lgan va hech narsaga egalik qilishga olib kelmaydigan har qanday faoliyat yoki imtiyozdir.

Xizmatlarni ishlab chiqarish uning moddiy shaklida mahsulot bilan bog'liq bo'lishi mumkin yoki bo'lmasligi mumkin.

Xizmatlar savdosining asosiy o'ziga xosligi quyidagilardan iborat:

- *xizmat nomoddiy;*
- *ishlab chiqarish va iste'molning uzluksizligi;*
- *sifatning xilma-xilligi yoki o'zgaruvchanligi;*
- *saqlay olmaslik va hokazo.*

Jahon savdosida quyidagi xizmatlar turlari ajratiladi:

Ijtimoiy-madaniy: fan, ilmiy xizmatlar, ta'lim, tibbiyot, jismoniy tarbiya, ijtimoiy xizmatlar, san'at, madaniyat, turizm, boshqa xizmatlar.

Sanoat va maishiy: qurilish, transport, aloqa, omborxonalar, kommunal xizmatlar, savdo, reklama, birja, vositachilik, ko'chmas mulk bilan bog'liq operatsiyalar, ijara, shu jumladan. uskunalari, bozor tadqiqotlari xizmatlari, sifat nazorati, sotishdan keyingi xizmat ko'rsatish.

Ijtimoiy xizmatlar: maishiy xizmat, umumiy ovqatlanish, mehmonxona xizmatlari.

Moliyaviy va sug'urta: moliyaviy, bank, sug'urta va boshqalar.

Professional: konsalting, muhandislik, yuridik, buxgalteriya, axborot va hisoblash xizmatlari.

Xizmatlarni ko'rsatish orqali ilmiy va texnik bilimlarning xalqaro almashinuvi amalga oshiriladi:

notijorat asosda:

- bilimlarni nashrlar orqali uzatish, konferentsiyalar, simpoziumlar va boshqalarda ishtirok etish;
- tekin ilmiy-texnik yordam ko'rsatish, shu jumladan davlat yoki xalqaro tashkilotlar orqali, xalqaro hamkorlik;
- treningni tashkil etish;
- shaxsiy aloqalar darajasida bilim almashish.

tijorat asosda - tovarlar shaklida ifodalangan intellektual mehnat mahsulotlarini sotib olish va sotish (yoki haq evaziga foydalanish uchun topshirish):

- ilmiy-texnik salohiyatni o'z ichiga olgan tayyor mahsulotlar;
- patentga layoqatli bilimlar (ixtirolar, tovar belgilari, sanoat namunalari, foydali modellar, tovar nomlari, joylashuv ko'rsatkichlari va boshqalar);
- patentga ega bo'lmagan bilimlar (nou-xau, muhandislik xizmatlari).

учно-техническое сотрудничество

международный обмен
научно-техническими знаниями
(патентами, лицензиями)



совместные научные
разработки, проекты
МКС, «Интеркосмос»,
защита окружающей среды)

Texnologiyani uzatishning quyidagi shakllari ajratiladi:

- *muhandislik* - sotib olingan yoki ijaraga olingan mashina va uskunalarni sotib olish, o'rnatish va ulardan foydalanish uchun zarur bo'lgan texnologik bilimlarni ta'minlash.

- *patent shartnomasi* - bu patent egasining ixtirodan foydalanish huquqini patent xaridoriga o'tkazishi bilan bog'liq bitim.

- *nou-xauni uzatish* - texnik tajriba va/yoki ishlab chiqarish sirlarini, shu jumladan texnologik, iqtisodiy, ma'muriy xarakterdagi ma'lumotlarni taqdim etish, ulardan foydalanish ma'lum afzalliklarni beradi (odatda tijorat qiymatiga ega bo'lgan patentlanmagan ixtirolar).

- *litsenziya shartnomasi* - bu ixtiro yoki texnik bilim egasi boshqa shaxsga o'z huquqlaridan ma'lum chegaralarda foydalanishga ruxsat beradigan bitim.

Litsenziyalangan savdo ob'ektlari quyidagilar bo'lishi mumkin:

- ixtirolar va (yoki) texnik nou-xaularni o'z ichiga olgan fan va texnika yutuqlari;
- ixtirolardan sanoat yoki tijorat maqsadlarida foydalanish huquqi, tashkiliy, boshqaruv, iqtisodiy, moliyaviy, bozor holati, nou-xau bo'lgan huquqiy va boshqa ma'lumotlar;
- sanoat namunalari, modellari va (yoki) ulardan sanoat foydalanish huquqi;
- tovar belgilaridan tijorat maqsadlarida foydalanish huquqi,
- Mualliflik huquqi.

Дунёда тан олинган ахборот-коммуникация компаниялари билан ҳамкорлик ҳолати



1 000
дастурий таъминот
калитлари

ИНХА талабалари учун
дастурий таъминот
калитлари берилди

100 000
дан ортиқ
лицензиялар

Давлат, хўжалик ва тижорат
ташкилотларининг
компьютерларини лицензиялаш
лойиҳаси бошланди

Таълимда
5та лойиҳа

1000 дан ортиқ
талабалар ва ёшларга замонавий
дастурлаш технологияларини
ўргатиш ишлари бошланди



2та йирик
лойиҳа

«Хавфсиз шаҳар» ва
«Таълим» йўналишларини
ривожлантириш
келишилди

«Хавфсиз шаҳар»
пилот лойиҳаси

Сергели туманида «Хавфсиз шаҳар»
пилот лойиҳасида Cisco
технологиялари ва экспертлар
тажрибалари тадбиқ қилинди

10 дан ортиқ янги лойиҳалар



Ўрта ва кичик бизнес ва
аёл тадбиркорларни
қўллаб-қувватлаш



Ёшлар ва тадбиркорларни
Рақамли маркетинг
қўникмаларига ўргатиш



Мобиль иловалар электрон
бозорлари орқали дастурчиларга
мобил иловаларни чет элда сотиш



Мақтаб ва коллеж ўқувчилари
учун Oracle академияси
дастурини йўлга қўйиш



\$1,6 млн.дан ортиқ
грант ажратилди



\$3 млн.
грант ажратилади



3та лойиҳа
Сунъий интеллект
тизими бўйича

- Ўзбек тили нутқини
дастурий таҳлил қилиш
- Суд қарорларини таҳлил
қилиш ва мувофиқлаштириш
- Янгиликларни Интернет
тармоғида мониторинг қилиш

2та лойиҳа
Таълим ва банк йўналишида
амалга ошириш режалаштирилди

- Булутли технологияларни
талабаларга ўргатиш
- Банк соҳасида аҳолига
рақамли хизматлар кўрсатиш



\$7,1 млн.

4 та йирик лойиҳа амалга
оширилган

\$11,4 млн.

“Миллий умумтаълим электрон
кутубхона” лойиҳаси амалга
оширилмоқда



1 000га
маҳаллий мутахассислар
ўргатилади

2018-2019 йилларда маҳаллий
мутахассисларни дастурий таъминот
маҳсулотларини ишлаб чиқаришга
тайёрлаш режалаштирилди

3. Tashqi savdo siyosati

Tashqi savdo siyosati - bu tashqi savdoni tartibga solishning davlat vositalari va usullari majmui bo'lib, uning asosi milliy iqtisodiyotni muvaffaqiyatli rivojlantirish va mamlakat maksimal foyda olish uchun eksport va importni tartibga solishdir.

Davlatlarning zamonaviy savdo siyosati ikkita tendentsiyaning rivojlanishi va qarama-qarshiligi bilan ajralib turadi: proteksionizm va erkin savdo (erkin savdo).

Proteksionizm (fransuzcha *protectnisme* lotincha *ptotectio* — himoya qilish, homiylik) — davlatning savdo to'loqlari, yuqori bojxona to'lovlari va ayrim turdagi mahsulotlarni mamlakatga olib kirish uchun past kvotalar, eksportni rag'batlantirish orqali ichki iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan iqtisodiy siyosati. tovarlarni

Erkin savdo (inglizchada *free trade*) - bojxona to'lovlarini kamaytirish va kvotalar miqdorini oshirish, chet el mahsulotlarini import qilishni rag'batlantirish siyosatini anglatadi.



Xalqaro savdoni davlat tomonidan tartibga solish quyidagilar shartnomalar asosida bo'lishi mumkin:

- **bir tomonlama**, davlat tomonidan tartibga solish vositalari mamlakat hukumati tomonidan o'zining savdo hamkorlari bilan kelishilmagan holda bir tomonlama ravishda qo'llanilganda. Odatda, bir tomonlama chora-tadbirlar boshqa mamlakatlarning shunga o'xshash harakatlariga javoban qabul qilinadi va mamlakatlar o'rtasida siyosiy keskinlikka olib kelishi mumkin.

- **ikki tomonlama**, savdo hamkorlari bo'lgan mamlakatlar o'rtasida savdo siyosati choralari kelishilganida. Masalan, mamlakatlar markalash, qadoqlash bo'yicha texnik talablarni uyg'unlashtirishi, sifat sertifikatlarini o'zaro tan olish to'g'risida kelishib olishlari mumkin va hokazo.

- **ko'p tomonlama**, savdo siyosati ko'p tomonlama bitimlar bilan kelishilgan va tartibga solinganida. Tariflar va savdo bo'yicha Bosh kelishuv (GATT - *General Agreement on Tariffs and Trade*), Yevropa Ittifoqiga a'zo mamlakatlarning savdo shartnomalari bunga misol bo'la oladi.



Turli davlatlarning xalqaro iqtisodiy siyosatini yaxshilash, xalqaro iqtisodiy hamjamiyatlarni birlashtirishga qaratilgan tashkilotlardan biri JSTning asoschisi bo'lgan Tariflar va Savdo bo'yicha Bosh Bitim (GATT) bo'lib, ishtirokchi davlatlarni o'zaro savdo munosabatlarida boshqariladigan harakatlar, huquqiy normalar va tashkilotlarni o'z ichiga oladi. U 1947-yil 30-oktabrda Jenevada imzolangan va 1948-yil 1-yanvar 23 ta davlat uchun kuchga kirgan

GATT faoliyati quyidagi tamoyillarga asoslanadi:
eng qulay davlat va milliy rejim asosida kamsitilmasdan savdo qilish;
tarifsiz tartibga solish vositalaridan bosqichma-bosqich voz kechgan holda bojxona to'lovlarini belgilash orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilarni himoya qilish;
ko'p tomonlama muzokaralar natijasida bojxona tariflari stavkalarini pasaytirish va ularni kelajakda hamkorlar bilan kelishilmagan holda oshirish imkoniyatini bartaraf etish;
ishtirokchi mamlakatlarga savdo muammolarini hal qilish uchun maslahatlar berish;
halol raqobatga asoslangan xalqaro savdoni rivojlantirish;
rivojlanayotgan mamlakatlar uchun imtiyozlar berish;
mintaqaviy savdo shartnomalarini tuzish;
to'qimachilik va kiyim-kechak uchun xalqaro savdoni tartibga solishning maxsus qoidalarini belgilash.

1995-yil 1-yanvarda kuchga kirgan JSTning huquqiy asosi 1994-yilda tuzatilgan GATT (shuning uchun yangi tashkilot ko'pincha JST/GATT deb ataladi), shuningdek:

Xizmatlar savdosi bo'yicha Bosh kelishuv (GATS);
Intellectual mulk huquqlarining savdo bilan bog'liq jihatlari to'g'risidagi bitim (TRIPS).
Investitsion chora-tadbirlarning savdo-sotiq bilan bog'liq jihatlari to'g'risidagi bitim (TRIMS).

Bu, shuningdek, a'zo mamlakatlar uchun teng kuchga ega bo'lgan bir necha o'nlab kelishuvlar, kelishuvlar, qarorlar, protokollar va deklaratsiyalarni o'z ichiga oladi.

JSTning qarorgohi Jeneva (Shveysariya). Hozirgi vaqtda u 164 davlatni o'z ichiga oladi; Rossiya 2012 yilda JSTga qo'shilgan.

JSTning asosiy maqsadi savdo qoidalarini takomillashtirish orqali tovarlar va xizmatlar savdosini yanada erkinlashtirishdan iborat.

Tashqi savdo bilan bog'liq bo'lgan investitsiyalarni tartibga solish sohasidagi eng muhim vazifa tashqi savdodagi mavjud ko'p tomonlama qoidalarga o'xshash ko'p tomonlama qoidalarni ishlab chiqishdir.

Xalqaro savdoni tartibga solish uchun davlat tomonidan qo'llaniladigan vositalarni quyidagilarga bo'lish mumkin:

tariflar, ya'ni, bojxona tariflaridan foydalanish asosida;

tarifsiz, ya'ni, kvotalar, subsidiyalar, litsenziyalar va boshqalar.

Bojxona tarifi - bojxona chegarasi orqali olib o'tiladigan tovarlarga nisbatan qo'llaniladigan bojxona to'lovlari stavkalari yig'indisi yoki boj undiriladigan tovarlarning tizimlashtirilgan ro'yxati.

Har qanday davlatning bojxona tarifi import yoki eksport qilinadigan tovarlarga soliq solish uchun qo'llaniladigan bojxona to'lovlarining aniq stavkalaridan iborat.

Bojxona to'lovi tovarlarni olib kirish yoki olib chiqishda bojxona organlari tomonidan undiriladigan majburiy soliqdir.



Bojxona to'lovlarning tasnifi

1. Yig'ish usuliga ko'ra:

a) advalor - soliq solinadigan tovarlarning bojxona qiymatiga nisbatan foiz sifatida hisoblanadi (masalan: bojxona qiymatining 10 foizi);

b) o'ziga xos - soliq solinadigan tovarlar birligiga belgilangan miqdorda undiriladi (masalan: 1 tonna uchun 15 AQSh dollari);

c) kombinatsiyalangan - bojxona soliqqa tortishning ikkala nomini birlashtirish (masalan: bojxona qiymatining 20%, lekin bir tonna uchun 5 dollardan oshmasligi kerak).

2. Soliq solish ob'ekti bo'yicha:

a) import - import qilinadigan tovarlar mamlakat ichki bozorida erkin muomalaga chiqarilganda undiriladigan bojlar;

b) eksport - eksport tovarlari davlat bojxona hududidan tashqariga chiqarilganda undiriladigan bojlar;

c) tranzit - ma'lum bir mamlakat hududi orqali tranzitda olib o'tiladigan tovarlarga qo'yiladigan bojlar. Ular kamdan-kam qo'llaniladi va asosan savdo urushi vositasi sifatida.

3. Belgisi bo'yicha:

a) mavsumiy, mavsumiy mahsulotlar savdosini tartibga solish uchun foydalaniladi;

b) antidemping - tovarlar eksport qiluvchi mamlakatdagi yoki jahon bozoridagi odatdagi narxidan past narxda mamlakatga olib kirilayotganda qo'llaniladigan bojlar;

c) kompensatsiya bojlari - ishlab chiqarishda subsidiyalar to'g'ridan-to'g'ri yoki bilvosita foydalanilgan tovarlar importi uchun olinadigan bojlar, agar ularni olib kirish milliy ishlab chiqaruvchilarga zarar etkazsa.

4. Kelib chiqishi bo'yicha:

a) avtonom (umumiy) - davlat hokimiyati organlarining bir tomonlama qarorlari asosida yuklanadigan majburiyatlar;

b) an'anaviy (kelishiladigan) - ikki tomonlama yoki ko'p tomonlama bitimlar, masalan, GATT asosida belgilanadigan majburiyatlar;

c) imtiyozli - odatda amalda bo'lganidan pastroq bo'lgan bojlar.

Ushbu tariflarning maqsadi eksportni oshirish orqali rivojlanayotgan mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishini qo'llab-quvvatlashdir.

5. Tikish turi bo'yicha:

a) *doimiy* - stavkalari davlat organlari tomonidan bir vaqtning o'zida belgilanadigan va sharoitga qarab o'zgartirilishi mumkin bo'lmagan bojxona tarifi; dunyoning aksariyat mamlakatlarida doimiy stavkali tariflar mavjud;

b) *o'zgaruvchan* - stavkalari davlat organlari tomonidan belgilangan hollarda (jahon yoki ichki narxlar darajasi yoki davlat subsidiyalari darajasi o'zgarganda) o'zgarishi mumkin bo'lgan bojxona tarifi. Bunday tariflar juda kam uchraydi, ammo mamlakatlarning umumiy qishloq xo'jaligi siyosatining bir qismi sifatida qo'llaniladi.

6. Hisoblash usuli bo'yicha:

a) nominal - bojxona tarifida ko'rsatilgan tarif stavkalari;

b) samarali - ushbu tovarlarning olib kiriladigan butlovchi qismlari va qismlariga undiriladigan bojlar darajasini hisobga olgan holda hisoblangan yakuniy mahsulot bo'yicha bojxona to'lovlarining real darajasi.

Importga bojxona tarifining joriy etilishi import bilan raqobatlashayotgan mahalliy ishlab chiqaruvchilar manfaatiga xizmat qiladi.

Ular mumkin: sotishni kengaytirish, chunki import qilinadigan mahsulotlar narxining oshishi tufayli iste'molchilar mahalliy mahsulotlarga talab ortib borayotganini ko'rsatmoqda. narx oshishi sababli qo'shimcha yutuqlarni olish.

Bojxona muhofazasining haqiqiy darajasi turli tarmoqlarni texnologik jihatdan bir-biriga bog'lashi mumkinligi bilan bog'liq; davlat bir tarmoqni bojxona tarifi bilan himoya qilgan holda, bir vaqtning o'zida turdosh tarmoqlarni himoya qiladi.

Tarifsiz cheklovlar xalqaro shartnomalar bilan deyarli tartibga solinmaydi va ulardan foydalanadigan davlatlar JST tomonidan tartibga solinadigan tarif cheklovlarini joriy qilishdan ko'ra erkinroq his qiladilar.

Tarifsiz cheklovlar turlari

I. Ma'muriy:

1. *Importni taqiqlash*, masalan, embargo - ma'lum bir mahsulot yoki mahsulot savdosini to'liq taqiqlash. Embargo ham embargo qo'ygan mamlakatga, ham embargo qo'yilgan mamlakatga iqtisodiy zarar keltiradi. Embargoga qo'shilmagan uchinchi davlatlar uchun qo'shimcha imtiyozlar olish imkoniyati mavjud. Embargoning maqsadi: iqtisodiy foyda olish emas, balki muayyan siyosiy maqsadlarga erishish uchun mamlakatga bosim o'tkazish.

2. Miqdoriy cheklovlar:

a) *kvotalar* - ma'lum bir davr uchun mamlakatga import qilish (import kvotasi) yoki mamlakatdan eksport qilish (eksport kvotasi) uchun ruxsat etilgan mahsulotlar hajmini miqdoriy yoki pul ko'rinishida cheklash. Kvotalar, qoida tariqasida, davlat cheklangan hajmdagi mahsulotlarni olib kirish yoki olib chiqish uchun litsenziyalar bergan va shu bilan birga litsenziyasiz savdoni taqiqlagan taqdirda, savdoni litsenziyalash orqali amalga oshiriladi. Kvota importning ma'lum miqdordan oshmasligini ta'minlaydi, chunki u xorijiy raqobatchilarni narxlarni pasaytirish orqali bozorda sotishni kengaytirish imkoniyatidan mahrum qiladi. Kvotalar tashqi siyosatning yanada moslashuvchan operativ quroli hisoblanadi, chunki ular litsenziyalarni taqsimlash orqali tashqi savdo siyosatini yanada tanlab oladi.

b) *litsenziyalash* - davlat organlari tomonidan ma'lum muddatga ma'lum miqdorda tovarlarni olib kirish yoki olib chiqish uchun ruxsatnoma berish.

Litsenziya olingan kvota doirasida tovarlarni olib kirish yoki eksport qilish huquqini tasdiqlovchi hujjat sifatida harakat qilishi mumkin yoki u bir qator aniq shakllarni oladi:

- bir martalik - ma'lum bir kompaniya uchun bitta bitimni amalga oshirish uchun 1 yilgacha bo'lgan muddatga litsenziya;

- umumiy – bitimlar sonini cheklamagan holda yil davomida tovarlarni olib kirish yoki olib chiqish uchun ruxsatnoma;

- global - ma'lum bir mahsulotni miqdori yoki narxini cheklamagan holda, ma'lum muddatga dunyoning istalgan davlatiga import qilish yoki eksport qilish uchun ruxsatnoma;

- avtomatik - eksportyor yoki importerdan ariza olingandan so'ng darhol beriladigan ruxsatnoma.

c) "ixtiyoriy" eksport cheklovlari - tovarlarni eksport qilish uchun kvotalar belgilash to'g'risidagi rasmiy yoki norasmiy kelishuvning bir qismi sifatida qabul qilingan, savdo sheriklaridan birining eksport hajmini cheklash yoki kengaytirmaslik majburiyatiga asoslangan eksportni miqdoriy cheklash. . Aslida, bunday cheklovlar ixtiyoriy emas, ular import qiluvchi mamlakatning siyosiy bosimi natijasida yoki yanada qattiqroq proteksionistik choralarni qo'llash tahdidi ta'siri ostida kiritiladi.

II. Iqtisodiy:

1) *Moliyaviy:*

a) valyutani tartibga solish choralari;

b) subsidiyalar - milliy eksportchilarni qo'llab-quvvatlashga va importga nisbatan bilvosita diskriminatsiyaga qaratilgan naqd pul to'lovlari. Subsidiyalar import bilan raqobatlashadigan tovar ishlab chiqaruvchilarga (ichki subsidiyalar) va eksport uchun sotiladigan tovar ishlab chiqaruvchilarga (eksport subsidiyalari) berilishi mumkin.

Import tarifining savdo siyosati vositasi sifatida eksport subsidiyasining asosiy farqi shundaki, import tarifi import qilinadigan tovarlarning ichki narxini oshiradi, eksport subsidiyasi esa eksport qilinadigan tovarlarning ichki narxini eksport qilinadigan tovarlar narxiga nisbatan oshishiga olib keladi. jahon bozorida yaxshi.

GATT-JST qoidalariga ko'ra, eksport subsidiyalaridan foydalanish taqiqlanadi va agar ular qo'llanilsa, import qiluvchi mamlakatlarga kompensatsion import bojlarini undirish orqali javob qaytarishga ruxsat beriladi.

Eksport subsidiyalarining ekstremal holati dempingdir - eksport narxlarini eksport qiluvchi mamlakatda mavjud bo'lgan odatdagi narxlar darajasidan pastga tushirish orqali tovarlarni tashqi bozorlarga chiqarish.

Dempingning iqtisodiy ma'nosi oddiy narxni pasaytirish emas, balki narxni diskriminatsiyalash, ya'ni. bir xil mahsulotni turli bozorlarda turli narxlarda sotish. U:

1) Eksport qiluvchi subsidiya olganida davlat tashqi savdo siyosatining natijasidir;

2) Bu bozorda monopol mavqega ega bo'lgan, ichki bozorda talab egiluvchan bo'lmagan eksportchi firma o'z daromadlarini narxlarni ko'tarish orqali oshirsa, raqobatbardosh tashqi bozorda esa etarli darajada elastik bo'lgan narxlarni diskriminatsiyalash monopolistik amaliyoti natijasidir. u narxlarni pasaytirish va sotish hajmini kengaytirish orqali daromadni oshiradi.

GATT-JST qoidalariga muvofiq, dempingdan himoya qilish uchun import qiluvchi davlat antidemping bojlarini qo'llashi mumkin, bundan oldin maxsus antidemping tekshiruvi o'tkazilishi kerak.

c) moliyaviy manfaatlar;

d) import va/yoki import soliqlarini oldindan to'lash talablari.

2) *Yashirin usullar (texnik, noiqtisodiy):*

a) texnik to'siqlar - milliy standartlarga muvofiqligi, import qilinadigan mahsulotlar uchun sifat sertifikatini olish, tovarlarning o'ziga xos qadoqlanishi va markalanishi, muayyan sanitariya-gigiyena me'yorlariga muvofiqligi talablari;

b) asosan mahalliy mahsulotlarni davlat xaridi va xorijiy mahsulotlarga nisbatan kamsitish;

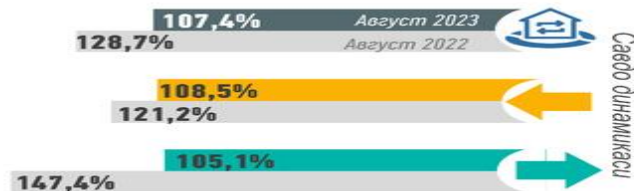
c) bandlikni qo'llab-quvvatlash va importni cheklash uchun ishlab chiqarilgan mahsulotlar tarkibida mahalliy komponentlar bo'lishi talabi;

d) paratariflar - import qilinadigan tovarlar tannarxini oshiradigan bilvosita soliqlar, yig'imlar va to'lovlar (QQS, aktsiz solig'i va boshqalar).

Ташқи савдо Ўзбекистон - Россия

Январь-август 2023

Умумий ташқи савдо ҳажмидаги улуши



Савдо таркиби (миллион доллар)



Ўзаро савбосаги улуши

Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги статистика агентлиги маълумотлари асосида

CERR

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ

4. Tovar va xizmatlarning jahon bozorlari

Jahon bozori talab va taklif sohasini, shuningdek, tovar va xizmatlarning tijorat almashinuvini ifodalovchi jahon iqtisodiyotining ajralmas qismidir; davlatlar, tadbirkorlar, tijorat tashkilotlari, turli davlatlarning firmalari o'rtasidagi xalqaro mehnat taqsimotida ishtirok etish orqali o'zaro bog'langan barqaror tovar-pul munosabatlari tizimi.

Globalashuv, jahon xo'jalik munosabatlarining kengayishi va chuqurlashishi sharoitida tovar bozorlari milliy va hududiy chegaralarini yo'qotib, jahon tovar bozorlariga aylanib bormoqda, ularda barcha mamlakatlardan savdogarlar qatnashmoqda.

Jahon bozori turli xil turdagi tovar bozorlari, xizmatlar bozorlari, moliya bozorlari, resurs bozorlari, shu jumladan. va mehnat. Jahon tovar va xizmatlar bozorlari faoliyati xalqaro tovar shartnomalari bilan tartibga solinadi.

Har bir tovar bozorida o'z savdo markazlari - "asosiy bozorlar" mavjud bo'lib, ularning narxlari tegishli tovarlar savdosida asosiy narxlar sifatida tan olinadi.

Savdoni tashkil etish usuliga ko'ra bozorlarning alohida turlari ajratiladi: *tovar birjalari, auktsionlar, savdolar, xalqaro konsertlar, ko'rgazmalar va yarmarkalar.*



TOVAR BIRJALARI

Birjaning iqtisodiy munosabatlar tizimidagi o'rnini turli tarixiy bosqichlarda deyarli bir xilda namoyon bo'ladi va qonuniylik xarakteriga ega. Ularning namoyon bo'lishi quyidagicha:

a) iqtisodiy islohotning dastlabki bosqichida naqd pul bilan savdo qiluvchi tovar birjalari paydo bo'ladi; bu davrda birjalar soni tez sur'atlar bilan oshib boradi va fyuchers savdosi bo'lmaydi;

b) tovar birjalarining tashkil etilgan tarmog'i savdo tarmog'i va yangi iqtisodiy aloqalarni shakllantirish markazi vazifasini bajaradi;

v) fond birjasi bozor infratuzilmasini shakllantirish katalizatori va transformatsiyalarning "lokomotivi"ga aylanadi.

d) naqd tovar ayirboshlash bozori shakllangandan keyin yuzaga keladigan keyingi bosqich fyuchers bozorining rivojlanishi hisoblanadi;

e) ma'lum bir bosqichda valyuta bozorida raqobat kuchayadi, birja bozorlarining kontsentratsiyasi va yagona tizimga birlashishi sodir bo'ladi;

f) yakuniy bosqichda (agar birjalar raqobatga dosh bergan bo'lsa) ichki birjalar elektron xalqaro birja savdo tizimiga birlashtiriladi.



Shunday qilib, shuni aytish mumkinki, tovar birja bozori iqtisodiy munosabatlar uchun katta ahamiyatga ega,

birinchidan, sotuvchilar va xaridorlar o'rtasida kooperativ aloqalarni o'rnatish uchun tashkiliy bo'g'in va markaz sifatida;

ikkinchidan, sanoat va savdoni, bozor infratuzilmasini rivojlantirish katalizatori sifatida, tarqatish xarajatlarini kamaytiradigan, ilmiy-texnika taraqqiyoti rivojiga turtki beradigan va talabni rag'batlantiradigan institut.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, birja bozori ma'lum turdagi tovarlarga narx belgilash omillari to'g'risidagi tijorat ma'lumotlarini yig'ish va qayta ishlash markazidir; boshqacha qilib aytganda, birjalar bozorning elementi bo'lib, olingan turli xil ma'lumotlarni tovarlarning aniq narxlariga aylantiradi va o'tmishdagi va hozirgi voqealar haqidagi ma'lumotlar, shuningdek prognoz ma'lumotlari hisobga olinadi.

Shunday qilib, fond birjasi nafaqat bozordagi zaxiralarni, balki yaqin kelajakda kelishi kutilayotgan istiqbolli ishlab chiqarish zaxiralarini ham hisobga oladi.

Shu bilan birga, birja tadbirkorlari ma'lum bir mahsulotning iste'mol hajmini, ya'ni ma'lum bir bozor sig'imini yaxshi bilishadi. Bu omil birja bozorining moslashuvchanligini va uning yaxshi bashorat qilish imkoniyatlarini belgilaydi (birja bozorlar holatining etakchi ko'rsatkichidir).

Ўзбекистон республика товар-хонашё биржасида тadbirkorлар учун яратилган шароит ва имкониятлар

- Биржа савдоларида юқори ликвид товарларни харид қилиш ёки сотиш**
 - Битимлар ижросини кафолатланганлиги
 - Қўшимча даромад манбаи
 - Биржа товарлари савдоси
- «D-харид» электрон тизими орқали товарни бюджет ташкилотларига сотиш**
 - Мижозларнинг кенг базаси
 - Паст операцион харажатлар
 - Интерактив хизматлар
- Электрон корпоратив харидларда иштирок этиш**
 - Йирик буюртмалар
 - Содалаштирилган ҳисоб-китоб усули
 - Ривожланган рақобат муҳити
- Электрон дўкон (КЯС) орқали товарни сотиш ёки харид қилиш**
 - Электрон тижоратни B2B модели
 - Товар ва хизматларнинг кенг ассортименти
 - Кеча-кундуз давом этадиган савдолар
- Савдо майдончаларни очиш**
 - Ягона электрон биржа савдолар тармоғига боғланиш
 - UzEx брендидан эркин фойдаланиш
 - Савдо майдонча биржа томонидан доим қўллаб-қувватланиши
- Электрон каталогда товарни 48 соат мобайнида сотиш**
 - Харидларнинг тезкор усули
 - Замоनावий савдо технологиялари
 - Нархлар сўрови механизми

UZBEK COMMODITY EXCHANGE

Ўзбекистон, 100090, Тошкент ш., Бобур кўчаси, 77 www.uzex.uz

Тел.: (+998 71) 213-33-30, (+998 71) 213-33-00
Факс: (+998 71) 213-33-00

Auksion

Kim oshdi savdosi - bu oldindan belgilangan kim oshdi savdosi qoidalariga muvofiq amalga oshiriladigan tovarlar, qimmatli qog'ozlar, korxonalar mulki, san'at asarlari va boshqa ob'ektlarning ochiq savdosi. Barcha auksionlar uchun umumiy tamoyil potensial xaridorlar o'rtasidagi raqobat tamoyilidir.

Tovarni sotib olish huquqi uchun xaridorlar o'rtasidagi raqobat jarayonida kim oshdi savdosi g'olibi aniqlanadi. Kim oshdi savdosida uning qoidalariga muvofiq g'olib chiqqan shaxs kim oshdi savdosining g'olibi hisoblanadi. Bunday holda, ob'ekt kim oshdi savdosi g'olibi tomonidan sotib olinadi.



Ushakovning lug'ati lotincha so'zning lotincha kelib chiqishini ko'rsatadi. auksion - ko'paytirish.

Zamonaviy izohli lug'at (tahrir. "Buyuk Sovet Entsiklopediyasi") ham lat. auksion, lekin uni "ommaviy auksion orqali sotish" deb tarjima qiladi.

Xalqaro auksionlarda sotiladigan va sotib olinadigan asosiy tovarlar quyidagilardir:

mo'yna mahsulotlari (xom va qayta ishlangan),

yuvilmagan jun,

choy,

tamaki,

kesish uchun etishtirilgan gulli o'simliklar

sabzavotlar,

mevalar,

tropik o'rmon turlari,

otlar,

baliq,

ishlatilgan mashinalar,

antiqa buyumlar,

ishlatilgan va yangi mobil qurilmalar,

boshqa iste'mol tovarlari va tovarlari.

Noyob xususiyatlarga ega bo'lgan tovarlar ham kim oshdi savdolarida sotiladi: *san'at asarlari, tarixiy noyob narsalar, kolleksiyalar va antiqa buyumlar.*

Kimoshdi savdolarida turli xil moliyaviy aktivlar ham sotilishi mumkin: *aktsiyalar, obligatsiyalar va boshqalar.*



Gonoluludagi baliq auksioni, Gavayi



*Gullar auksioni ombori
Aalsmeer, Gollandiya*

Auksion turlari

Auksion turlari

tashabbus turlari bo'yicha: majburiy (u yoki bu qonuniy asosda musodara qilingan mol-mulkni sotish) va ixtiyoriy auksionlar (sotuvchining o'zi tashabbusi bilan o'tkaziladi).

ishtirokchilar tarkibi bo'yicha: ochiq (hamma ishtirok etishi mumkin) va yopiq (faqat kim oshdi savdosi tashkilotchisi tomonidan maxsus taklif qilingan shaxslar ishtirok etishi mumkin).



Ochiq kim oshdi savdosi - bu kim oshdi savdosi bo'lib, unda ishtirokchilar barcha raqiblarning takliflarini ko'rishadi. Klassik misol - ingliz ochiq kim oshdi savdosi.

Yopiq auksion - bu kim oshdi savdosi bo'lib, unda ishtirokchilar o'z raqiblarning takliflarini ko'ra olmaydilar va takliflarini o'zgartira olmaydilar. Takliflar yopiq (konvertlarda) taqdim etiladi - har bir ishtirokchi to'g'ridan-to'g'ri, ochiq oshkor qilmasdan, kim oshdi savdochisiga o'z taklifi hajmini ma'lum qiladi. Masalan, Rossiyadagi xususiyashtirish auksionlari.

Birinchi narx auksioni yopiq kim oshdi savdosi bo'lib, unda eng yuqori narxga ega bo'lgan ishtirokchi g'olib hisoblanadi va bu narx to'lanishi kerak. Odatda, muhrlangan auksionlar birinchi narx auksionlari hisoblanadi.

Ikkinchi narx auksioni yopiq kim oshdi savdosi bo'lib, unda g'olib eng yuqori narxga ega bo'lgan ishtirokchi hisoblanadi, lekin uning eng yaqin raqobatchisining narxi bo'lgan "ikkinchi narx" ni to'lashi kerak. Bugungi kunda u keng qo'llanilmaydi.

Ikki tomonlama kim oshdi savdosi - bu kim oshdi savdosining umumlashtirilgan shakli bo'lib, unda bir nechta sotuvchi va bir nechta xaridor kim oshdi savdosida ishtirok etishi va bir vaqtning o'zida auksionerga o'z takliflarini taqdim etishi, so'ngra kim oshdi savdosi ishtirokchilari o'rtasida bitimlar amalga oshiriladigan muvozanat narxini belgilaydigan holatni anglatadi. Takliflari ushbu narxdan yomonroq bo'lmagan sotuvchilar va xaridorlar. .

Ingliz auksioni eng keng tarqalgan kim oshdi savdosi turi bo'lib, unda xaridorlar bitta auksionchi qolmaguncha - g'olib bo'lgunga qadar buyumning narxini bosqichma-bosqich oshirishni o'z ichiga oladi. U shuningdek, "ko'tarilish auksioni" deb ataladi.

Gollandiya auksioni - bu kim oshdi savdosi bo'lib, unda savdolar juda yuqori narxda boshlanadi va belgilangan narxda sotib olishga tayyor bo'lgan xaridor topilmaguncha pastga qarab davom etadi. Odatda, bu turdagi teskari ulgurji kim oshdi savdosi xaridorning narxida buyumning bir necha birligini sotish zarur bo'lganda qo'llaniladi. Gollandiya auksioni ko'pincha qimmatli qog'ozlar, gullar va ishlatilgan tovarlarni sotish, tugallanmagan qurilish loyihalarini sotish va litsenziyalar berish uchun ishlatiladi.

Sanoat auksionlari

Avtomobil auksioni - bu eski va yangi avtomobillar sotiladigan kim oshdi savdosi.

Radioto'lqinlar auksioni - bu radio to'lqinlaridan (VHF diapazoni) tijorat maqsadlarida foydalanish huquqini beruvchi kim oshdi savdosi.

Yuk egasi kim oshdi savdosi - bu narxlarni pasaytiradigan onlayn auksion bo'lib, unda yuk egalari yuklarni joylashtiradilar va tashuvchilar tashishni amalga oshirish huquqiga taklif qiladilar.

Valyuta kim oshdi savdosi - bu kim oshdi savdosi bo'lib, unda chet el valyutasidagi aktivlar (ko'pincha kim oshdi savdosini o'tkazuvchi kompaniyaning hisobvaraqlarida joylashgan) sotiladi.

Veksel auksioni - bu g'aznachilik veksellari sotiladigan kim oshdi savdosi.

Depozit auksioni – tijorat banklari tomonidan lotlar (yuridik shaxslarning depozitlari) bo'yicha taklif etilayotgan foiz stavkasini oshirish yo'li bilan o'tkaziladigan onlayn-auksion.

Garov kim oshdi savdosi - bu majburiy sotilgan hollarda, asosan, berilgan kredit uchun garov bo'lgan mol-mulkni sotishda qo'llaniladigan kim oshdi savdosi[9].

Oltin auksioni - bu oltinni sotish uchun maxsus ishlab chiqilgan kim oshdi savdosi.

Rossiya Federatsiyasida o'rmon kim oshdi savdosi - bu o'rmon maydonidan qisqa muddatli foydalanish huquqini ommaviy sotish shakli. O'rmon kim oshdi savdosi - bu o'rmon foydalanuvchilarini aniqlash usuli.

Mo'ynali kiyimlardan auksion - bu kiyinmagan ("xom") mo'ynalarni ommaviy sotish shakli.

Nemis vino auksionlari Germaniyada Reyn sharobini sotish bo'yicha yillik auksionlardir.

Ko'chmas mulk kim oshdi savdosi - bu tijorat va turar-joy ko'chmas mulklari sotiladigan kim oshdi savdosi.

Turistik auksion - bu turistik paketlar va tegishli xizmatlarni sotishga qaratilgan kim oshdi savdosi.

Freelancer auksioni - bu mijoz tomonidan taklif qilingan vazifa/ishning boshlang'ich narxini pasaytiradigan frilanserlarga qaratilgan teskari (Gollandiyalik) auksion.



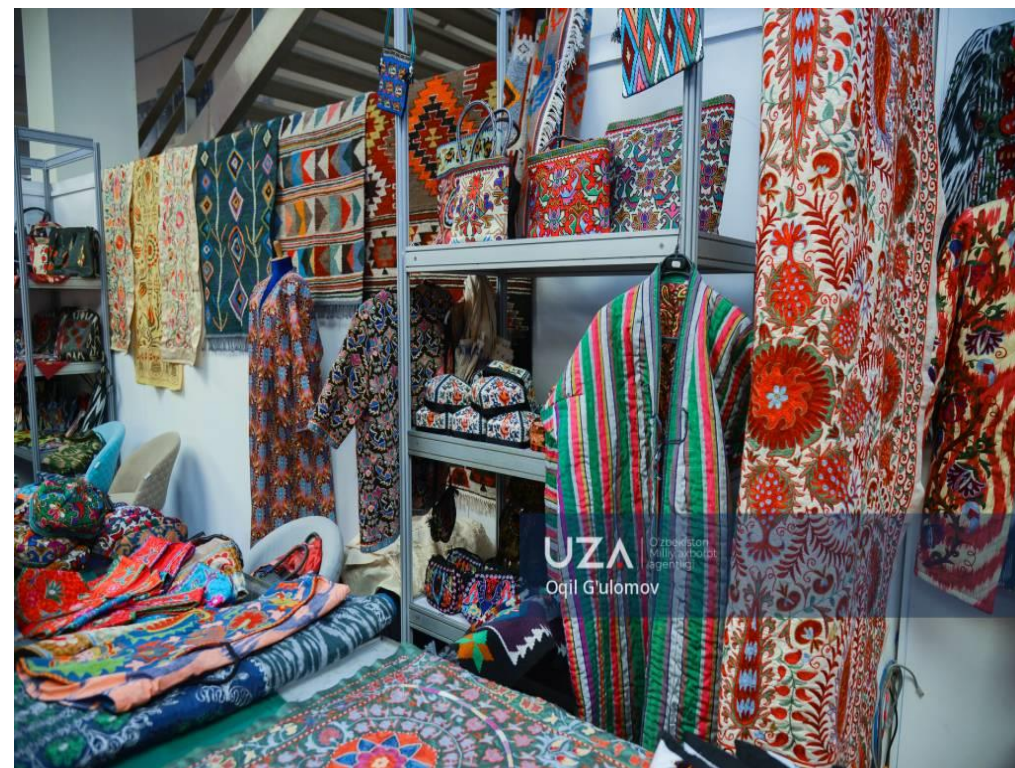
Ko'rgazmalar va yarmarkalar

Ko'rgazma va yarmarkalar marketing kommunikatsiyalari vositalaridan biridir.

Ko'rgazma - bu odatda vaqti-vaqti bilan bir joyda o'tkaziladigan qisqa muddatli tadbir bo'lib, unda ko'plab korxonalar (eksponentlar) namunalardan (eksponatlardan) foydalangan holda potensial iste'molchilarni o'z kompaniyalari haqida xabardor qilish uchun bir yoki bir nechta sanoatning yangi mahsulotlarini namoyish etadilar. sotishni rag'batlantirish maqsadida o'z mahsulotlarini

Yarmarka - bir yoki bir nechta sanoat korxonalarini (eksponentlarni) namoyish qilish, tanishtirish va xulosa qilish uchun o'z tovarlari (eksponatlar) namunalarini taqdim etish uchun jalb qilish maqsadida, odatda, vaqti-vaqti bilan bir joyda o'tkaziladigan qisqa muddatli tadbir. savdo operatsiyalari.

Yarmarkaning asosiy maqsadlaridan biri namunalar asosida to'g'ridan-to'g'ri savdo bitimlarini tuzish bo'lsa, ko'rgazmaning asosiy maqsadi – namunalar asosida tovarlarni sotish uchun qulay shart-sharoitlar yaratishdir. Shu bilan birga, yarmakalarning asosiy xaridorlari ulgurji savdo vakillari, ko'rgazmalarning xaridorlari esa yakuniy iste'molchilardir.



Tashqi savdo oldi-sotdi operatsiyalari

Tashqi savdo bitimi, tashqi iqtisodiy faoliyat doirasida amalga oshiriladigan, tomonlardan kamida bittasi xorijiy fuqaro yoki yuridik shaxs bo'lgan ikki tomonlama yoki ko'p tomonlama bitim.

Tashqi savdo bitimi tijorat tashqi iqtisodiy faoliyatining bir turi bo'lib, uning mazmuni daromad olish maqsadida tovarlarni, ishlarni, xizmatlarni, intellektual faoliyat natijalarini eksport qilish, import qilish, shuningdek tovar birjasi (barter) bo'yicha operatsiyalarni o'z ichiga oladi. foyda)

Tashqi savdo operatsiyalarining turlaridan tovarlarni oldi-sotdi shartnomalari (kontraktlari), ish shartnomalari, komissiyalar va boshqa bir qator bitimlar (kontraktlar) mavjud.

Tashqi savdo operatsiyalarining turlaridan biri tashqi savdo ayirboshlash bitimi bo'lib, u tovar, xizmatlar, ishlar, intellektual mulk ob'ektlarini ayirboshlash bo'yicha ikki tomonlama bitim hisoblanadi.

Shuningdek, tashqi savdo ayirboshlash operatsiyalariga ko'rsatilgan birja bilan bir qatorda uni amalga oshirishda pul va/yoki boshqa to'lov vositalaridan foydalanishni nazarda tutuvchi operatsiyalar kiradi.

