



MOLIYA VA BANK ISHI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI BANK-MOLIYA AKADEMIYASI ILMIY JURNALI



Savdoni moliyalashtirishning tashqi savdo miqdoriga ta'sir etish yo'nalishlari

Ishandjanov Sardor Tulashbekovich

Mustaqil izlanuvchi

Yozishmalar uchun elektron pochta: sardori@mail.ru

Maqola haqida ma'lumot

Topshirilgan vaqti: 16.12.2022
Qabul qilingan vaqti: 29.12.2022

Tayanch so'z va iboralar: savdo, savdoni moliyalashtirish, tashqi savdo, ekspart, import, merkantilizm, qiyosiy ustunlik, mutlaq ustunlik, Xeksher-Olinning omillar ta'minoti, Xalqaro mahsulot hayotiy sikli, Yangi savdo nazariyasi.

Annotatsiya

Mazkur maqolada savdoni moliyalashtirishning tashqi savdo operatsiyalariga ta'siri tadqiq etilgan. Xalqaro savdoni moliyaviy qo'llab-quvvatlash uzoq tarixga ega hisoblanadi. Eramizdan oldingi davrda ham Mesopotamiyada tashqi savdoni moliyaviy qo'llab-quvvatlanganligini isbotlovchi faktlarni arxeologlar tomonidan topilgan. Qadimdan tashqi savdoni moliyalashtirishda ayriboshlash hujjati asosida xaridorlarga yoki sotuvchilarga kredit yoki qarz mablag'lari tadqim etilgan. Xalqaro savdoni moliyalashtirish riskli va uzoq vaqt oladigan jarayon hisoblanadi. Shuning uchun ham savdo sheriklari mahsulot va xizmatlarning faqatgina narxi va xususiyatlarini emas, balki yetkazib berish shartlari hamda puli to'lash vaqtlarini ham kelishishlari kerak bo'ladi. Risklarni taqsimlash va ishlab chiqarish va sotish orasidagi davr mobaynida moliyalashtirish uchun turlicha moliyalashtirish bitimlari tuziladi.

Directions of influence of trade financing on the amount of foreign trade

Ishandjanov Sardor Tulashbekovich

Independent researcher

Corresponding author: email: sardori@mail.ru

ARTICLE INFO

Received: 16.12.2022
Accepted: 29.12.2022

Key words: trade, trade financing, foreign trade, e-export, import, mercantilism, comparative advantage, absolute advantage, Heckscher-Ohlin factor supply, International product life cycle, New trade theory.

Abstract

This article examines the impact of trade financing on foreign trade operations. Financial support for international trade has a long history, with archaeologists having found evidence that foreign trade was financially supported in Mesopotamia even BC. Since ancient times, credit or debt funds have been provided to buyers or sellers based on a bill of exchange to finance foreign trade. However, international trade financing is a risky and time-consuming process. Therefore, trading partners need to agree not only on the price and features of products and services, but also on the terms of delivery and payment. Various financing arrangements are made to share risks and provide financing during the period between production and sale.

Kirish

Insonlarning o'zaro tovarlarni ayriboshlashi insoniyatning ilk savdo faoliyatlaridan hisoblanadi. Insoniyat paydo bo'lganidan beri bir-biri bilan o'zaro

savdo qilishga tovar va xizmatlar ayriboshlashga ehtiyoj sezadi. Ilk savdo ko'rinishi barter shaklida amalga oshirilgan bo'lsa, insoniyatning muhim kashfiyoti pul muomalaga kiritilgandan so'ng insonlarning o'zaro savdosi yanada kengaydi. Savdo insonlar o'zlari yashab

turgan makonda mavjud bo'lmagan ammo ehtiyoji bo'lgan tovarlarni uzoq masofalarda bo'lsa ham erishish imkonini bermoqda. Shuning uchun ham savdo iqtisodiy adabiyotlardagi qadimiy mavzulardan biri hisoblanadi [1], [2]. David Rikardoning fikriga ko'ra, xalqaro savdo-sotiqda ishtirok etayotgan millatlar hatto bir xil mahsulot ishlab chiqarganda ham o'zaro manfaatli bo'ladi [2]. Rikardoning fikrini rivojlantirgan holda Ohlin va Heckscher o'z tadqiqotlarida davlatlar tashqi savdoda ishtirok etish bilan umumiy samaradorligini isbotlashgan.

Tashqi savdoning ichki savdodan muhim farqi mavjud bo'lib, sotuvchi va xaridor bir-birdan bir necha ming kilometr uzoqda joylashgan bo'ladi. Bu o'z navbatida mahsulotlarni yetkazib berishda uchinchi tomon ham mavjud bo'lishini taqazo etadi. Bundan tashqari, mahsulot uchun to'lov va uni yuborish bo'yicha ham vaqt farqi bo'ladi. Sotuvchi to'lovni olmasdan turib mahsulotni yuborishni, xaridor esa mahsulotni qabul qilmasdan oldin pulni to'lash riski haqida o'ylashi kerak va qaror qabul qilishi kerak. Xaridor mahsulotni sotib olish uchun buyurtma berishda kredit olishi mumkin, o'z navbatida sotuvchi ham to'lov amalga oshirilguncha bo'lgan muddatda ishlab chiqarishda uzluksizlikni ta'minlash uchun kredit olishi mumkin. Banklar to'lovlarda uchinchi tomon bo'lib qatnashganda, endi to'lovlar va mahsulotlar yetkazilishi bo'yicha samarali mexanizm ishlab chiqilishi va o'rtadagi risk minimalashtirilishi kerak. Bu o'z navbatida, ishonch, vaqt va kreditni hisobga olgan holda xalqaro darajadagi tijorat banklarining munosabatlarini samarali mexanizmini ishlab chiqishni talab qiladi.

Xalqaro savdoni moliyaviy qo'llab-quvvatlash uzoq tarixga ega hisoblanadi. Eramizdan oldingi davrda ham Mesopotamiyada tashqi savdoni moliyaviy qo'llab-quvvatlanganligini isbotlovchi faktlarni arxeologlar tomonidan topilgan. Qadimdan tashqi savdoni moliyalashtirishda ayriboshlash hujjati asosida xaridorlarga yoki sotuvchilarga kredit yoki qarz mablag'lari tadqim etilgan.

Hozirgacha bo'lgan davrda barcha huquqiy asosga ega bo'lgan jamiyatlar tashqi savdo bilan shug'ullanuvchilar uchun bir qator qonuniy asoslar bilan ularning huquq va majburiyatlarini belgilab qo'ygan. Insoniyat tarixi ushbu tashqi savdo ishtirokchilari haq-huquqlari va majburiyatlarini davlatlararo o'zaro uyg'unlashtirish harakatiga guvoh bo'lib kelmoqda. Hozirgi davrda ham bu harakatlar to'xtagani yo'q. Xususan, 1966-yilda tashkil etilgan Birlashgan Millatlar Tashkilotining Xalqaro Savdo Huquqi bo'yicha Komissiyasi xalqaro savdoni, unga tegishli tranzaksiyalarni, mahsulotlarning xalqaro transportirovkasi, xalqaro tijorat arbitraji, xalqaro to'lovlar, elektron tijorat va cheragalararo to'lov bilan bog'liq muamolarni yechimini uyg'unlashtirish bo'yicha bir qator ishlarni amalga oshirmoqda. Ushbu kommissiya "model" qonunlarni tavsiya qilgan bo'lib, ko'plab davlatlar ularni o'zlarining qonunchiliklariga tadbir etishgan (<https://uncitral.un.org/>).

Savdo bu ikki tomon ixtiyoriy ravishda mahsulot va xizmatlarni oldi-sottisi asosida amalga oshiriladi va bunda agar har ikki tomon ushbu ayriboshlashdan manfaatdor bo'lishiga ko'zi yetmasa unda bu savdo amalga oshmaydi. Ichki va tashqi savdo bir-biriga juda o'xshasada, xalqaro savdoning murakkablik darajasi mahallik savdoga

qaraganda ancha yuqori.

Samaradorlikning qiymat yaratish zanjirida ichki va tashqi savdoning har ikkalasi ham ma'lum bir tarmoqqa ixtisoslashish va o'zaro bog'liqlikni keltirib chiqaradi. Shuningdek, ishlab chiqarish hajmi oshishiga olib keladi. Xalqaro darajada savdo qilish unda ishtirok etayotgan barcha tomonlarning iqtisodiy faravonligiga ijobiy ta'sir qiladi. Chunki, tashqi savdo tufayli mamlakatlar ma'lum bir tarmoqqa yoki mahsulotga ixtisoslashib, samarali va tez ishlab chiqarish yo'llarini izlab topa boshlaydi. Bu o'z navbatida ishlab chiqarish xarajatlarining pasayishiga olib keladi. Tashqi savdoga bunday yondashuv Rikardoning tadqiqotlaridan iqtisodiyotga kirib kelgan bo'lib, unga ko'ra savdodan hamma yutadi.

Ammo, Rikardoning ushbu qarashlariga qo'shilmaydigan Merkantelistlar ham mavjud bo'lib, ularning fikricha, tashqi savdo "nolga-yig'indi-o'yin" hisoblanadi, ya'ni kimnidir yutig'i albatta boshqa tomonning yutqazishi evaziga keladi [4].

Savdoga qarshi turuvchi guruhlarining siyosiy argumentlari negizida asosan siyosiy va iqtisodiy natijalar yotadi. Bu guruhlar odatda savdo va proteksionizm siyosatini qo'llagan holda maxsus imtiyozlar orqali manfaatga ega bo'lishga harakat qilishadi. Albatta, bu manfaatlarning o'z naxrlari mavjud bo'lib, uni to'lovchilar odatda import qiluvchi mamlakatda iste'molchilar bo'lsa, eksporter davlatlarda ishchilar hisoblanadi. O'z navbatida savdo proteksionizm siyosatidan jabr ko'rgan davlatlar ham bunday siyosatlarni qo'llashni boshlasa, endi oyna effekti kabi import qiluvchi davlatlarning ishchilari, eksport qiluvchi davlatlarning iste'molchisi zarar ko'radi [5].

Savdo urushlarini oldini olish unning salbiy tomonlarini bartaraf etgan holda erkin savdo siyosatini qo'llab quvvatlash uchun davlar xalqaro kelishuvlar, masalan Jahon Savdo Tashkiloti (JST), NAFTA, APEC, va boshqalariga erishishga harakat qilishadi. Savdoga qo'yilgan taqiqlar xoh mahalliy darajada xoh xalqaro darajada "negativ-yig'indi-o'yin" hisoblanadi, ya'ni har ikki tomon ham yutqazadi. Shuning uchun, erkin savdo tarafdorlari uchun bu kuchli argument sifatida ishlatilib keladi [6].

Savdo har bir davlatning milliy hisoblar tizimida o'lchanadi va u mamlakat valyutasining qiymati bilan kuchli bog'liqlikka ega hisoblanadi. "Savdo balansi" mamlakatdagi eksport va import o'rtasidagi farq bo'lib, to'lov balansining bir qismi hisoblanadi. Agar mamlakatning importi eksportidan oshsa unda mamlakatda savdo defitsiti yuzaga kelgan hisoblanadi. Agar eksport hajmi import ko'p bo'lsa, unda mamlakatda savdo profitsiti mavjud deyiladi.

Import va eksport qilinayotgan tovar va xizmatlarga bo'lgan talab va taklif omillari ham mamlakat valyutasiga ta'sir qiladi. Milliy valyutalarning xarid qilish quvvati ayriboshlash kursiga ta'sir qiladi. Boshqa bir sabab esa milliy valyutalarni jamg'arma vositasi sifatida ishlatilishiga nisbatan talab va taklif ham valyuta kursiga ta'sir qiladi. Ko'proq insonlar tomonidan jamg'arma sifatida ishlatiladigan valyuta va ushbu valyutaning taklif egri chizig'i kurs shakllanishida, shuningdek, eksport va import hajmiga ta'sir qiladi. Insonlar tomonidan jamg'arma sifatida foydalaniladigan valyutalar odatda

qattiq valyuta, talab past bo'lgan valyutalar esa yumshoq valyuta deb yuritiladi. Milliy valyutaning yumshoqlashishi eksporterlar foydasiga ishlaydi, chunki ularning mahsulotlari xorijiy bozorlarda raqobatchilarnikiga qaraganda arzonroq bo'ladi. Ammo, bu holat importerlar zarariga ishlaydi, chunki ular mahsulot import qilish uchun milliy valyutada ko'proq to'lashi kerak bo'ladi. Milliy valyutaning qattiqlashishi yuqoridagilarning teskarisi yuzaga kelishiga olib keladi [7, 8, 9].

So'nggi yillarda dematerilizatsiya tushunchasi tashqi savdo va tashqi savdoni moliyalashtirish sohasida keng qo'llanilmoqda. Ayniqsa, Covid-19 dan keyin ushbu jarayon yanada sezilarli darajada tezlashdi. Dematerilizatsiya tushunchasi tashqi savdo operatsiyalarida qog'oz hujatlarni o'rnini ularning elektron shaklini egallashi tushuniladi. Hozirgi paytda davlatlar blokchain, sun'iy intellekt va boshqa turli texnologiyalardan foydalanaganda tashqi savdo va uni moliyalashtirishni raqamlashtirishmoqda. Tashqi savdo jarayonining raqamlashtirilishi mamlakatlarga savdo kelishuvlarini samarali va ta'sirchan yo'lar bilan boshqarilishida misli ko'rilmagan darajada yordam beradi. Tashqi savdo jarayonlarining so'nggi texnologiyalar yordamida raqamlashuvi nafaqat tashqi savdoni moliyashtirish balki mahsulot yetkazib berilishidan tortib uni standartlar boyicha tekshiruvlardan o'tishi va bojxonada rasmiylashtirishiga bo'lgan juda ko'p vaqt hamda resurs sarf bo'ladigan jarayonni avtomatlashishiga olib keladi.

Adabiyotlar sharhi

Xalqaro savdo nazariyalari nima uchun davlatlar bir-birilari bilan savdo qiladi, nega aynan ma'lum bir davlat bilan savdo amalga oshiriladi va xalqaro savdoga ta'sir etuvchi omillar nimalar iborat degan savollarga javob berishga harakat qiladi. Umuman olganda xalqaro savdo nazariyalari 7 ta bo'lib, ularni tarixiy rivojlanish ketma-ketligida quyida keltirib o'tamiz.

Merkantilizm nazariyasi

Merkantilizm nazariyasi xalqaro savdoning eng qadimiy nazariyasi hisoblanadi. Merkantilistlar xalqaro savdoni keng qo'llab-quvvatlovchilar bo'lishgan. Ushni nazariya XV-asrda italiyalik iqtisodchi Antonio Serra tomonidan tizimli ravishda ishlab chiqilgan bo'lib, 300 yildan ortiqroq davrda rivojlangan va amalda bo'lgan. Merkantilistlar nazariyasiga ko'ra, davlatlar eksportni iloji boricha oshirishi va importni iloji borishi kamaytirishi kerak degan g'oyani ilgari surishadi.

Merkantilistlar davrida oltin, kumush va boshqa qimmatbaho metallar asosiy ayriboshlash vasitasi sifatida muommalada bo'lgan hamda qaysi davlatda ushbu metallar ko'p bo'lsa, usha davlatlar kuchli davlatlar sanalagan. Shundan kelib chiqqib, agar ma'lum bir davlat ko'p eksport qilsa o'sah davlatda oltin, kumush va qimmatbaho metallar ko'proq oqib kelgan. Import qiluvchi davlatlar esa o'z qimmatbaho metallariga tovar va xizmatlarni boshqa davlatlar sotib olish evaziga o'zlarining kuchsizlanishiga sabab bo'lgan.

Merkantilistlarning asosiy g'oyasi eksportni qo'llab-quvvatlab, importni turli usullar bilan, ya'ni savdo cheklavlari, kvotalar va davlat nazorati kabi usullar bilan

cheklashga qaratilgan. Uning asosiy maqsadi mamalakatning boyligini chetga chiqib ketishini oldini olishga qaratilgan bo'lib, bu o'z navbatida proteksionizm deb ham yuritiladi. Nazariyaga ko'ra tashqi savdo bu yig'indisi nolga teng bo'lgan o'yin hisoblanadi, ya'ni ikki davlat xalqaro savdoda o'zaro ishtirok etayotgan bo'lsa, demak ulardan birining yutug'i albatta ikkinchisining o'shancha miqdorda yutqazishi evaziga bo'ladi.

Mutloq ustunlik nazariyasi

Ushbu nazariyaning asoschisi Adam Smith bo'lib, u merkantilizm nazariyasining kamchiliklariga e'tibor qaratgan. U erkin savdo tushunchasini kiritgan bo'lib, u merkantilizmni to'liq ignor qiladi.

Mutloq ustunlik nazariyasiga ko'ra, bir xil ishlab chiqarish omillaridan foydalangan holda qaysi davlat mahsulotlarni samarali ishlab chiqara olsa o'sha davlat boshqa davlatlarga qaraganda mutloq ustunlikka ega bo'ladi. Nazariyaga ko'ra, mamlakatlar mutloq ustunlikka ega bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqarishga ixtisoslashi kerak, mustal qaram bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqarishga urinmasligi kerak. Mutloq ustunlikka ega bo'lgan mamlakatlar o'zlari ixtisoslangan mahsulotlarni eksport qilishi kerak. Ixtisoslashmagan va mutloq ustunlikka ega bo'lmagan mahsulotlarini esa mamlakatlar import qilishi kerak deydi.

Adam Smith tashqi savdoni yig'indisi nolga teng bo'lgan o'yin ekanligini inkor etadi va u tashqi savdo ijobiy yig'indiga teng bo'lgan o'yin deydi. Chunki, ikki mamlakat o'zaro mutloq ustun bo'lgan va o'zlari ixtisoslashgan mahsulotlarni o'zaro ayriboshlashdan manfaat ko'radi. Mutloq ustunlikka ega bo'lmagan davlatlar o'zlarida ishlab chiqargandan ko'ra arzonroqqa mahsulotlarni boshqa davlatlardan sotib oladi. Adam Smith davlat bu yerda jarayonni yengilashtiruvchi sifatida maydonga chiqishi kerak deydi.

Qiyosiy ustunlik nazariyasi

Adam Smithning mutloq ustunlik nazariyasini David Rikardo o'zining qiyosiy ustunlik nazariyasi rad etadi. Uning fikricha mamalakatlar tashqi savdoda ishtirok etishi uchun mutloq ustunlikka ega bo'lishi shart emas, balki boshqa davlatlarga nisbatan ishlab chiqarishda qiyosiy ustunlikka ega bo'lishi yetarli deydi.

Rikardoning fikriga ko'ra mutloq ustunlikka ega bo'lgan davlatlar o'zaro savdo qilmaydi. Shuning uchun ham davlatlar qaysi mahsulotni ishlab chiqarishda qiyosiy ustunlikka ega bo'lsa o'shani ishlab chiqarishi kerak deydi. U fikriga ko'ra ishlab chiqarish jarayoni va xarajatlari diqqat bilan o'rganilishi va qiyosiy ustunlik beradigan mahsulotgina ishlab chiqarilishi kerak deydi.

Rikardo Adam Smithning mutloq ustunlik nazariyasiga qarshi chiqani bilan boshqa tushunchalar, ya'ni erkin savdo, ijobiy-yi'indi o'yin va davlat aralashuvi bo'lmasligi kabilarda Adam Smith bilan bir xil fikrda bo'lgan.

Xeksher-Olinning omillar ta'minoti nazariyasi

Svedsiyalik iqtisodchilar Eli Xeksher 1919 yilda va Bertil Olin 1933 yilda omillar ta'minoti nazariyasini ishlab chiqarishgan va Rikardoning qiyosiy ustunlik nazariyasini yanada takomillashtirgan. Ushbu nazariya Xeksher-Olin modeli ham deb yuritilib, mamlakatlar qansi ishlab chiqarish omillariga boy bo'lsa o'sha mahsulotlarni ishlab chiqarishi va eksport qilishi kerak deydi.

Nazariyaga ko'ra, ishlab chiqarish omillari, ya'ni yer,

kapital va ishlab chiqarish kuchidan qaysi biriga boy bo'lsa, o'shani ishlab chiqarishi va eksport qilishi kerak. Masalan, ishlab chiqarish kuchi ko'p bo'lgan davlatlar ishchi kuchi intensiv bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarishi kerak, kapitlaga boy bo'lgan davlatlar esa kapital intensiv ishlab chiqarishni yo'lga qo'yishi kerak [10]. Chunki agar mehnat ko'p bo'lsa, mehnat narxi kapital va yerga qaraganda arzon bo'ladi. Agar mehnat kam bo'lsa uning narxi kapital va yerdan ko'ra qimmat bo'ladi. Omillar narxining bunday qiyosiy farqi mamlakatlarning ishlab chiqarishni optimalashtirish va eksport qilishga chorlaydi. Nazariyaga ko'ra ishlab chiqarish omillarining turlicha narxi mamlakat o'rtasida ishlab chiqarish xarajatlari turlicha bo'lishiga olib keladi. Bu o'z navbatida mahsuldorlik bo'yicha farqlarni ham kelib chiqishiga olib keladi.

Leontif paradoksiga ko'ra, Xekshir-Olin modeli har doim ham ishlamaydi. Chunki Leontif tomonidan 1953 yilda amalga oshirilgan tadqiqotga ko'ra, AQSh kapital intensiv mahsulotlarinigina emas mehnat intensiv bo'lgan mahsulotlarni ham eksport qiladi. Shunigdek, AQShni o'zi ham kapital intensiv mahsulotlarni import qilgan. Xuddi shunday holatlarni Xekshir-Olin nazariyasi bo'yicha Yaponiy, Germaniya yoki boshqa kapital intensiv mahsulot eksport qilishi kerak bo'lgan davlatlar uchun ham aytsa bo'ladi.

Xalqaro mahsulot hayotiy sikli (XMHS) nazariyasi

Xalqaro mahsulot hayotiy sikli nazariyasi 1966 yilda Reymond Vernon tomonidan ishlab chiqilgan. U ma'lum bir yangi mahsulot qanday qilib ichki bozorda mashhur bo'lishi va tashqi bozorda o'z mijozlarini topa boshlashi va eksport bo'lishi, yakunda esa ushbu mahsulot endi ichki bozorga import bo'lishigacha bo'lgan bosqichlarni tushuntirib bergan.

Reymondga ko'ra, ma'lum bir yangi mahsulot ishlab chiqarilganda va eksport qilinganda, eksport qilgan davlatlar ushbu mahsulotlarni arzonroq va samaraliroq ishlab chiqarishni o'rgangandan keyin uni o'zlari arzonroq narxi eksport qila boshlaydi. Natijada birinchi navbatda mahsulot ishlab chiqarilgan davlat ham u mahsulotni import qila boshlaydi.

Reymondga ko'ra, xalqaro mahsulotning hayot sikli 4 ta bosqichdan iborat:

Kirish bosqichi - yangi yoki innovatsion mahsulot joriy etiladi. Asosan mehnat talab qiladigan. Sotish yoki eksport toshbaqa tezligida o'sadi.

O'sish bosqichi - eksport ko'payadi. Musobaqa o'tkaziladi. Kapital talab qiluvchi vositalar nazarda tutiladi.

Yetuklik bosqichi - Eksport yuqori darajaga etadi va doimiy bo'lib qoladi. Kuchli raqobat. O'rnini bosuvchi mahsulotlarning mavjudligi. Eksport pasayishni boshlaydi.

Pasayish bosqichi - o'z mamlakatidan yangi mahsulotlar eksporti tez pasayadi. Mamlakatda mahsulotni ishlab chiqarish, import qilish yoki butunlay yangi bozorga kirish kabi uchta variant bor.

Milliy raqobat ustunligi nazariyasi: Porter olmosi

1990-yilda Maykl Porter milliy raqobat ustunligi nazariyasini kiritdi, unda mamlakatlar xarqaro raqobatda qanday qilib muvaffaqiyatga erishishini izohlab bergan. Porterning asosiy maqsadi qanday omillar ma'lum bir firmaning bozorda yoki mamlakatda raqobatda ustunlikka ega bo'lishiga olib kelishini aniqlashga qaratilgan edi. U 10 ta davlatdagi 100 lab sanoat tarmoqlarini tadqiq

qilish orqali korxonalarning raqobatda ustunlikka erishishiga yordam beradigan 4 ta omilni aniqlaydi.

Ushbu 4 omilni qisqacha qilib quyidagicha ta'riflasha bo'ladi:

Talab bo'yicha sharoitlar - ichki bozor talabi qanchalik kuchli bo'lsa, shuncha yuqori sifatli mahsulotlar ishlab chiqarilishi va eksportga erishish mumkin.

Omillar ta'minoti - Yaxshi ishlab chiqarish omillariga ega bo'lgan davlat xalqaro bozorda yaxshiroq ishlaydi.

Tegishli va yordamchi tarmoqlar - masalan, maktablar universitetlar uchun yordamchi muassasalardir.

Firma tuzilishi, strategiyasi va raqobati - firma strategiyasi va tuzilishi qanchalik yaxshi bo'lsa, firma raqobatchilardan shunchalik yaxshi g'alaba qozonadi.

Yangi savdo nazariyasi

Yangi savdo nazariyasi 1970-yillarning oxirlarida Pol Krugman tomonidan ishlab chiqilgan. Krugman o'z nazariyasida iqtisodiy ko'lam qaytimi va birinchi-harakat qiluvchi ustunligi tushunchalari kiritadi va uning fikricha ushbu omillar korxonalarga xalqaro bozorda muvaffaqiyat qozonishida muhim rol o'ynagan.

Iqtisodiy ko'lam orqali korxonalar ko'p miqdorda ishlab chiqarish orqali mahsulot tannarxini pasaytirishga erishadi. Bunda korxonalar ko'p miqdorda ishlab chiqarish bilan bitta mahsulot tannarxidagi o'zgarish xarajatlarini minimallashtirishga erishadi. Birinchi-harakat-qiluvchi korxonalar yangi bozorda birinchi kirganlari uchun ham ko'proq manfaat olishadi. Uning fikricha omillar ta'minoti yoki tuzilmalar tashqi savdoda iqtisodiy ko'lamchalik muhim rol o'ynamaydi. Agar ma'lum bir mamlakat ma'lum bir mahsulotga ixtisoslashsa u mamlakat iqtisodiy ko'lam qaytimiga erishadi va yanada ixtisoslashuv yanada kuchayadi. Natijada mamlakat iqtisodiy ko'lam qaytimi tufayli arzonroq narxda ishlab chiqaradi va eksport qilishni boshlaydi.

Korxonalararo savdoni moliyalashtirish ham rivojlanayotgan ham rivojlangan davlatlarda keng ko'lamda qo'llaniladi. Savdoni kreditlash bitimlari tovar va xizmatlari sotish va sotib olish bilan bog'liq hisoblanadi. Savdoni kreditlash rivojlanishining uzun o'tmishiga nazar soladigan bo'lsak, ishlab chiqaruvchilar qisqa muddatli savdo faoliyatlarini moliyalashtirishda uning o'rnini alohida e'tiborga olishganligiga guvoh bo'lishimiz mumkin. Korxonalar nega savdoni moliyashtirishlari bo'yicha ko'plab nazariyalar vujudga keldi, ularning ayrimlari savdoni kreditlovchi, kreditlanuvchi yoki ikkalasini ham tadqiq etganligini ko'rish mumkin. Ushbu nazariyalar natijalari empirik ham tadqiq etilgan bo'lib, ko'plab tadqiqotlarga duch kelish mumkin. Jumladan, Petersen va Rajan [11], García-Teruel va Martínez-Solano [12], Long va boshqalar [13] tomonidan amalga oshirilgan empirik tadqiqodlarni misol sifatida keltirish mumkin.

Savdo krediti turlicha shakllarda amalga oshirilishi mumkin. Korxona mijoziga tovar va xizmatlarni yetkazib bergan zahoti to'lov amalga oshirilmaganda korxona mijoziga kredit berayotgan bo'ladi (debitorlik qarzdorligi yoki yetkazib beruvchi tomonidan kredit). Agar korxona mahsulotni qabul qilgandan keyin to'lovni amalga oshirmasa unda u yetkazib beruvchidan kredit olayotgan bo'ladi va u kreditorlik qarzdorligi deb yuritiladi [14, 15,

16]. Bundan tashqari agar xaridor mahsulot uchun to'lovni hali mahsulot yetkazib berilishidan oldin to'liq yoki qisman amalga oshirsa, unda xaridor korxonada kredit berayotgan bo'ladi [17, 18]. Ayrim adabiyotlarda bu amaliyot teskari savdo krediti deb ham yuritiladi [19, 20]. Savdoni kreditlashning mahsulot yetkazib berilishidan oldin to'liq to'lanishi amaliyotda kamdan-kam uchraydigan hodisa hisoblanadi. An'anaviy kreditiga qaraganda savdo krediti cheklangan moliyalashtirish shakli hisoblanadi, chunki u mahsulot yoki xizmatlar savdosiga bog'langan bo'ladi [21]. Tijorat banklari pul mablag'larini kreditga bersa, korxonalar mahsulotlarni kreditga beradi. Standart buxgalteriya qoidasiga ko'ra, savdo krediti korxona balansining joriy aktivlarida debitorlik qarzdorlik va joriy majburiyatlarida kreditorlik qarzdorlik sifatida aks ettiriladi. Shuning uchun ham ma'lum bir korxona bir vaqtning o'zida savdo kreditini taqdim etuvchi yoki oluvchi bo'lishi mumkin va u quyidagi ko'rinishda modellastirilishi mumkin.

Tadqiqot metodologiyasi

Tashqi savdo nazariyalari va amaliyotlari, shuningdek, statistik ma'lumotlar asosida tizimli tahlil, analiz, sintez, taqqoslash, induksiya va deduktsiya, tizimli yondashuv, statistik, iqtisodiy tahlil va boshqa bir qancha tadqiqot usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi

Xalqaro savdoni moliyalashtirish riskli va uzoq vaqt oladigan jarayon hisoblanadi. Shuning uchun ham savdo sheriklari mahsulot va xizmatlarning faqatgina narxi va xususiyatlarini emas, balki yetkazib berish shartlari hamda puli to'lash vaqtlarini ham kelishishlari kerak bo'ladi. Risklarni taqsimlash va ishlab chiqarish va sotish orasidagi davr mobaynida moliyalashtirish uchun turlicha moliyalashtirish bitimlari tuziladi. Ushbu moliyashtirish bitimlarini uchta katta guruhga bo'lish mumkin. Birinchisi, eksportyor moliyalashtirishi, ya'ni ochiq hisobraqamlar usulida moliyalashtirish. Bunda mijoz mahsulot va xizmatlarni sotib olishda to'lovni kechiktirib to'laydi. Ikkinchisi, importyor moliyashtirishi deb yuritiladi, bunda mahsulot yoki xizmatlarni sotib olayotgan mijoz to'lovni oldindan amalga oshiradi. Uchinchisi esa bank moliyalashtirishi deb nomlab, unda akkreditiv orqali tijorat banklari savdo moliyalashtirishni amalga oshiradi.

Bitim bo'yicha muvozanat mahsulot yoki xizmatlarning ishlab chiqaruvchi va mijoz joylashgan hududdagi moliyaviy bozor xususiyatiga va bitimlar yuzasidan mavjud tizimga bog'liq bo'ladi. Tim Schmidt-Eisenlohr tomonidan ishlab chiqilgan modelga ko'ra, savdoni moliyalashtirishni moliyaviy xizmatlar narxi past bo'lgan va kuchsiz shartnomani bajarish tizimiga ega bo'lgan tomon amalga oshirishi kerak. Bu o'z navbatida foiz stavkalar bo'yicha xarajatlarni va savdo hamkori shartnoma bo'yicha o'z majburiyatlarini bajarmaslik ehtimoligini minimallashtirishga olib keladi. Agar har ikki savdo hamkorining mamlakati shartnomani bajarish tizimida nuqsonga ega bo'lsa, unda ular uchun eng ishonchli usul bu akkreditiv orqali savdoni moliyalashtirish hisoblanadi.

Savdoni moliyalashtirish korxonalarga mahsulot ishlab chiqarish va yetkazib berish vaqtini mahsulotlar uchun to'lovlar amalga oshirilish vaqtidan ajratish imkonini beradi. Bu o'z navbatida mahsulotni qabul qiluvchiga mahsulotlar sifatini tekshirish uchun vaqt qolishiga olib keladi. Mahsulot sifatini tekshirish o'z navbatida mahsulot turiga, xususiyatlariga va murakkablik darajasiga bog'liq bo'ladi. Shuning uchun ham korxonalar o'zaro savdoni moliyalashtirayotganda savdoni moliyalashtirish hajmi va shartlari mahsulot yoki xizmatlarga bevosita bog'liq bo'ladi. Mahsulot turi va iqtisodiyot tarmog'idan kelib chiqqan holda sotib oluvchi korxonalar savdoni moliyalashtirishda diskontlar berilishini mahsulot sifatidagi nuqsonlarga bog'lashadi. Mahsulot ishlab chiqarish vaqti va uning sifati odatda ijobiy bog'liqlikka ega deb qaralsa, uning sifati bilan teskari bog'liqlikka ega deb qaraladi. Chunki, tez ishlab chiqarilgan va yetarli ishlab chiqarish jarayonlaridan o'tmagan mahsulot yoki xizmatlar odatda past sifatli bo'ladi.

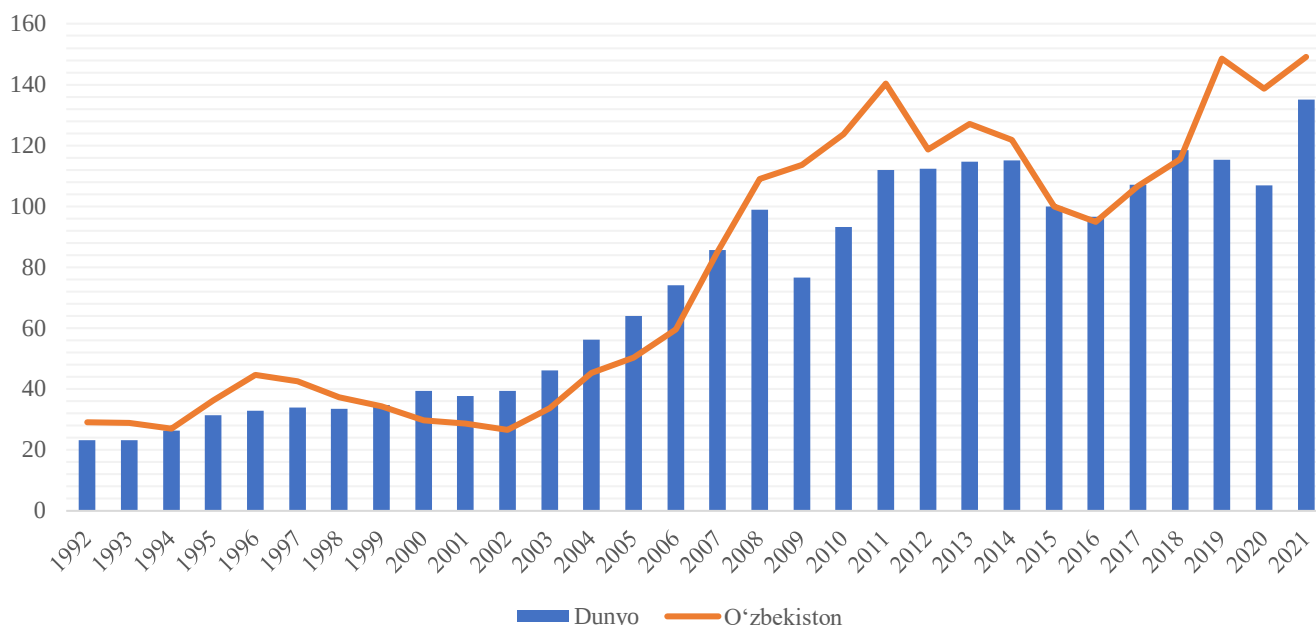
Savdoni moliyalashtirishdan foydalanishning bir qator sabablari mavjud. Korxona darajasida olganda korxona savdoni moliyalashtirish orqali boshqa korxonalar va bizneslar bilan mustaham aloqani ushlab turishni xohlaydi. Shuningdek, moliyaviy nuqtayi nazardan olganda savdoni moliyalashtirish xom-ashyo sotib olishda boshqa turdagi moliyaviy instrumentlarga qo'shimcha sifatida mayonga chiqadi hamda korxonaning savdo hajmi oshishiga yordam beradi. Bu o'z navbatida korxonalarning foydasi oshishiga xizmat qiladi.

Savdoni moliyalashtirish korxonalarga bozorni qamrab olish darajasini oshirishga yordam beradi.

Quyidagi rasmda mamlakatimiz va butun dunyodagi eksport ko'rsatkichi 2015-yil narxlarida indekslangan holda keltirilgan. Eksport miqdorining 2015-yilga nisbatan indeksda berilishining afzalligi shundaki, indeks inflyatsiya sababli eksport hajmining asossiz shishirilishini oldini oladi. Rasmdan ko'rish mumkinki, 1992-2000-yillarda butun dunyodagi eksport miqdori real narxlarda olganda yirik o'zgarishlarga yuz tutmagan va nisbatan barqaror bo'lgan. Bu davrni tashqi savdodagi turg'unlik davri deyish mumkin. Shunday bo'lsada, dunyo eksport hajmi 2000-yilda 1992-yilga qaraganda bir barobar oshganligini ko'rish mumkin. Bunga sabab sifatida nisbatan tashqi savdoga yopiq bo'lgan sobiq sovet parchalanishidan keyin mustaqillikka erishgan davlat o'z iqtisodiyotini ehtiyotkorlik bilan bo'lsada erkinlashtirish yo'lidan borgan. Ammo, O'zbekistondagi eksport 1996-yildan so'ng 2002-yilgacha real narxlarda olganda pasaygan. Shuningdek, nafaqat O'zbekistonda balki butun dunyoda 2002-yildan keyin tashqi savdoning eksponensial tarzda o'sganligini ko'rish mumkin. Sabablar sifatida texnologik o'zgarishlar tufayli tasqi savdoni tezlashishi va ko'plab mamlakatlar, ayniqsa Xitoyning eksportga katta e'tibor bera boshlashi kabilarni keltirish mumkin. Ammo, ushbu davrdagi O'zbekistondagi eksportning o'sishi butun dunyodagi eksportning o'sishi kabi yuqori bo'lmagan. Ammo, O'zbekistonning eksport o'sishi butun dunyodagi eksport miqdori o'sishi global moliyaviy inqiroz davrida, ya'ni 2009-2010-yillarda ham o'sishda davom etgan. 2016-yilda Hukumat o'zgargandan so'ng boshlangan iqtisodiy islohotlar va iqtisodiyotning liberallashtirish fonida O'zbekistondagi eksport miqdori katta tezlikda o'sishga

ega bo'lgan. Pandemiya sharoitida butun dunyoda eksport hajmida yirik pasayish kuzatilgan va 2020-yilda 2015-yilgi darajagacha eksport hajmi pasaygan. O'zbekistonda eksport hajmiga pandemiyaning ta'siri sezilarli darajada

bo'lgan bo'lsada, eksport hajmining pasayishi butun dunyodagi kabi kuchli bo'lmaganligini yuqoridagi rasmdan ko'rish mumkin.



Rasm-1. O'zbekiston va dunyodagi eksport miqdori indeksining 2015-yilga nisbatan o'zgarishi.

O'zbekiston eksporti uchun kuzatilgan qiziq holat shuki, O'zbekistondagi eksport real hajmi oltinning real narxi bilan deyarli birga harakatlangan. Quyidagi rasmda oltinning butun dunyodagi tovar birjalardagi real narxlar

keltirilgan. Ikki rasmini oddiy qiyoslash orqali ko'rish mumkinki, har ikkala o'zgaruvchi juda yuqori o'xshashlik bilan harakat qilgan.



Rasm-2. Oltinning real narxi o'zgarishi.

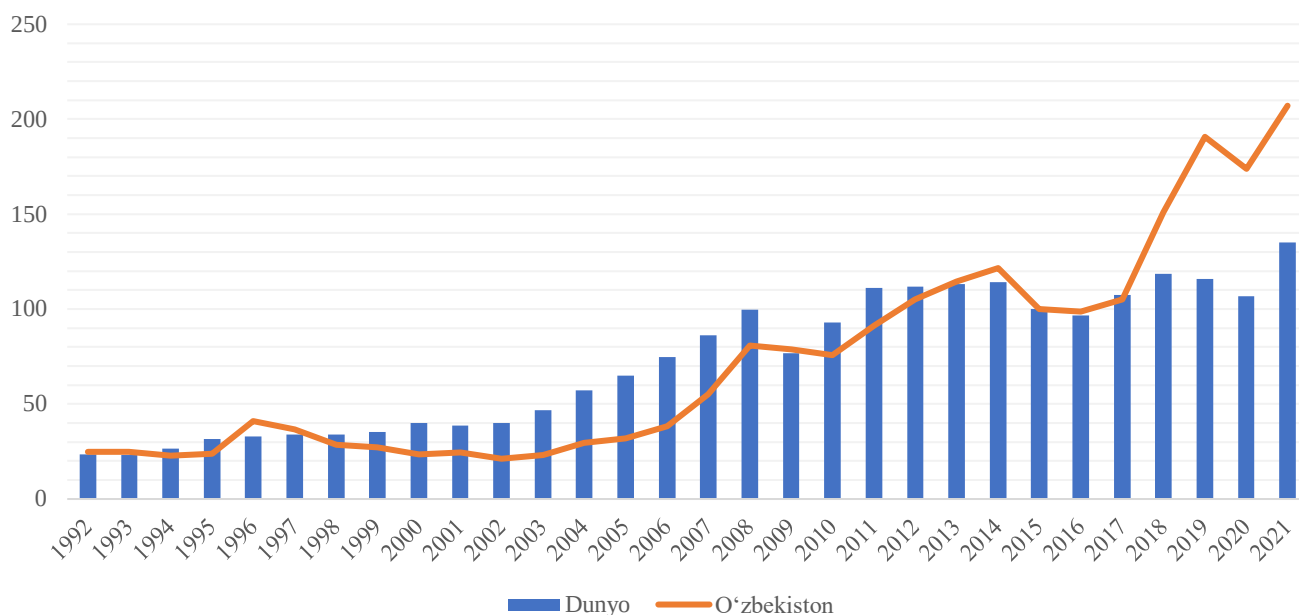
Oltinning real narxlaridan ko'rish mumkinki, oltin narxi inqirozlar davrida keskin oshgan. Oltinning real narxi va O'zbekistonning eksport indeksini harakatining o'xshashligiga izoh sifatida oltinning O'zbekiston eksportida yuqori ulushga egaligini keltirish mumkin. Inqiroz davrlarida oltin narxining oshishining sababi sifatida oltin hali ham investorlar va oddiy insonlar uchun eng xavfsiz va yuqori likvidli aktiv sanalishini keltirish

mumkin.

Quyidagi rasmda O'zbekistondagi va butun dunyodagi import hajmining 2015-yilga nisbatan indeksi keltirilgan. O'zbekistonning import indeksidan ko'rish mumkinki, import miqdori 2016-yilgacha juda sekinlik bilan o'zgargan. 1996-yildan 2003-yilgacha bo'lgan davrda esa import miqdori asta-sekinlik bilan sezilarli darajada qisqargan. Import hajmining sekin o'sishining asosiy

sababi sifatida hukumat tomonidan import cheklovlarini o'rnatganligini keltirish mumkin. 2016-yilgacha bo'lgan davrda Hukumat kuchli mahalliyashtirish siyosati, qattiq valyuta siyosati va importni cheklash siyosatini olib borgan. Agar raqamlarga qaraydigan bo'lsak, 1992-yilda

import miqdori indeksi 20 atrofida bo'lgan bo'lsa, 2015-yilga kelib u 100 ga tenglashgan. Butun dunyodagi import miqdori indeksiga qaraydigan bo'lsak, 1992-yilda O'zbekiston bilan indeks bir xil bo'lgan va 2008-yilga kelib 100 ga tenglashgan.



Rasm-3. O'zbekiston va dunyodagi import miqdori indeksining 2015 yilga nisbatan o'zgarishi.

Shuningdek, butun dunyodagi import miqdori indeksi 2011-2018-yillarda deyarli kuchli o'zgarishga yuz tutmagan. Pandemiya davrida esa 20 ga kamaygan. 2021-yilda esa yirik o'sishga ega bo'ldi. O'zbekistonda holat biroz boshqacharoq. 2017-yildagi valyuta liberalizatsiyasidan so'ng pandemiya davridagi biroz pasayishni hisobga olmaganda, keskin eksponensial o'sish bilan o'sganligini ko'rish mumkin.

Quyidagi ikki rasmda butun dunyodagi va O'zbekistondagi eksport va import hajmlari indeksini qiyosiy tahlil qilamiz. Miqdori bo'yicha indeks inflyatsion o'zgarishlarni hisobga olsada, mukammal darajada narx o'zgarishini o'zida aks ettira olmaydi. Shuning uchun ham eksport va import hajmlariga ko'ra indekslar yordamida ham qiyosiy tahlil amalga oshirilmoqda. Eksport va import hajmiga ko'ra indekslar ham kamchilikdan xoli emas. Masalan, biror bir mahsulotning eksport yoki import soni o'zgarishi mahsulotdagi sifat o'zgarishlarni o'zida aks ettira olmaydi.

Xulosa va takliflar

Savdoni moliyalashtirishning turli usullarining bo'lishi, faqat bir yoki ikki turini mavjudligidan ko'ra yaxshiroq. Chunki agar moliyaviy vaziyat o'zgaradigan bo'lsa, masalan, moliyaviy inqiroz tufayli foiz stavkalarining oshsa, unda savdo bo'yicha sheriklar boshqa moliyalash turini o'tishlari ularning savdosiga inqirozning ta'sirini yumshatadi. Ammo, agar har ikkala davlatda ham moliyaviy inqiroz kuzatilayotgan bo'lsa unda moliyalashtirish usulini o'zgartirish unchalik ham manfaatli bo'lmaydi. Chunki har ikkala savdo hamkorning moliyaviy holati yomonlashgan bo'ladi. Shuning uchun

ham xalqaro darajadagi yoki ma'lum davlat kesimida inqirozlarning yuz berishi faqat bir davlatdagi moliyaviy inqirozdan ko'ra kattaroq salbiy ta'sirga ega bo'ladi.

Korxonalar o'rtasidagi savdo krediti bo'yicha ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilgan, bunda savdo krediti deganda taklif zanjiridagi korxonalarning o'zaro bir-birini faoliyatini moliyalashtirishi tushunaladi. Bu turdagi kredit faqatgina mahalliy darajada bo'lmay, xalqaro darajada ham amalga oshiriladi. Xalqaro dajaradagi savdo kreditlari odatda yuqorida keltirilgan ochiq hisobraqamlar usulida amalga oshiriladi. Mahalliy darajadagi savdo kreditlari, ya'ni ma'lum mamlakatdagi korxonalarning o'zaro tijoriy hamkorligi tufayli yuzaga keladigan savdo krediti yuzasidan ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilgan.

O'zbekistonning tashqi savdo hajmini butun dunyo savdo hajmini va uning dinamikasi bilan qiyosiy tahlil qilinganda, mamlakatimiz tashqi savdo hajmi 2017-yildan so'ng butun dunyoda real savdo hajmi pasayganda ham O'zbekistonning tashqi savdoning real hajmi o'sishda davom etgan. Bundan xulosa qilish mumkinki, iqtisodiyotning erkinlashivi sharoitida tasqhi savdo hajmi butun dunyo savdo hajmi dinamikasidan ayri holda ijobiy o'zgarishga uchrangan.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Leamer, Edward E., and James Levinsohn. "International trade theory: the evidence." Handbook of international economics 3 (1995): 1339-1394.
2. Markusen, James R., et al. *International trade: Theory and evidence*. New York: McGraw-Hill, 1995.
3. Feenstra, Robert C. *Advanced international trade: theory and evidence*. Princeton university press, 2015.

4. Zhang, Wei-Bin. "International trade theory." *Capital, knowledge, economic structure, money* (2008).
5. Krugman, Paul R. "On the relationship between trade theory and location theory." *Review of international economics* 1.2 (1993): 110-122.
6. Krugman, Paul R. *International trade: Theory and policy*. Pearson, 2018.
7. Carter, Colin. *Imperfect competition and political economy: the new trade theory in agricultural trade research*. CRC Press, 2019.
8. Gârleanu, Nicolae, Stavros Panageas, and Jianfeng Yu. "Impediments to financial trade: Theory and applications." *The Review of Financial Studies* 33.6 (2020): 2697-2727.
9. Вахабов, А. В., Н. Х. Жумаев, and Э. А. Хошимов. "Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози: сабаблари, хусусиятлари ва иқтисодиётга таъсирини юмшатиш йўллари." *Т.: "Академнашр"* 141 (2009).
10. Жумаев, Н. "Рақамли иқтисодиёт нега керак ва у нима беради." *Jumaev N. Why digital economy is needed and what it provides* <https://review.uz> (2020).
11. Petersen, Mitchell A., and Raghuram G. Rajan. "Trade credit: theories and evidence." *The review of financial studies* 10.3 (1997): 661-691.
12. García-Teruel, P. J. & Martínez-Solano, P. M. (2010). Determinants of trade credit: a comparative study of European SMEs. *International Small Business Journal*, 28(3), 215-233
13. Long, M. S., Malitz, I. B. & Ravid, A. (1993). Trade credit, quality guarantees, and product marketability. *Financial Management*, 22(4), 117-127.
14. Emery, G. W. (1984). A pure financial explanation for trade credit. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 19(3), 271-285.
15. Ng, C. K., Smith, J. K. & Smith, R. L. (1999). Evidence on the determinants of credit terms used in interfirm trade. *The Journal of Finance*, 54(3), 1109-1129
16. Carvalho, C.J.D. & Schiozer, R.F. (2015). Determinants of supply and demand for trade credit by micro, small and medium-sized enterprises. *Revista Contabilidade and Finanças*, 26(68), 208-222.
17. Schwartz, R. A. (1974). An economic model of trade credit. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 9(04), 643-657
18. Ferris, J. S. (1981). A transactions theory of trade credit use. *The Quarterly Journal of Economics*, 96(2), 243-270.
19. Khannaev, Sherzod. "O 'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARI MONOPOL KUCHINI LERNER INDEKSI ASOSIDA BAHOLASH." *SCIENCE AND INNOVATIVE DEVELOPMENT* 2 (2020): 16-23.
20. Daripa, A. & Nilsen, J. (2011). Ensuring sales: A theory of inter-firm credit. *American Economic Journal: Microeconomics*, 3(1), 245-279
21. Mateut, S. (2014). Reverse trade credit or default risk? Explaining the use of prepayments by firms. *Journal of Corporate Finance*, 29, 303-326.
22. Nadiri, M. I. (1969). The determinants of trade credit in the US total manufacturing sector. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 37(3), 408-423
23. Khannayev, S. K. "EFFICIENCY ANALYSIS OF ACTIVITIES OF BANKS OF DIFFERENT PROPERTY." *Economics and Innovative Technologies* 2019.1 (2019): 12.
24. Burkart, M. & Ellingsen, T. (2004). In-kind finance: A theory of trade credit. *The American Economic Review*, 94(3), 569-590. 10.1257/0002828041464579.