Mintaqa iqtisodiy salohiyatidan foydalanish asosida eksportni diversifikatsiyalash, raqamlashtirish va xizmatlar eksportini rivojlantirish yo'nalishlari

Xudoyberdiyeva Asila

Qarshi Xalqaro universiteti

assistent- o'qituvchisi

Gmail: asikhudayberdiyeva@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur tezisda O'zbekistonda mintaqa iqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanish orqali eksport geografiyasini kengaytirish, logistika samaradorligini oshirish, kichik va o'rta biznesni eksportga jalb qilish hamda xizmatlar va raqamli savdoni rivojlantirish masalalari tahlil qilinadi. 2025-yilda mamlakat eksporti 33,8 mlrd AQSH dollariga yetgani qayd etilib, eksportning ayrim an'anaviy bozorlarga yuqori darajada bog'liqligi tashqi talab o'zgarishlari xavfini oshirishi ta'kidlanadi. Tadqiqotda yangi bozorlarni o'zlashtirish, logistika infratuzilmasini rivojlantirish, kichik biznes eksportini kengaytirish, xizmatlar va raqamli savdoni rivojlantirish ustuvor yo'nalishlar sifatida asoslanadi.

Kalit so'zlar: *eksport diversifikatsiyasi, eksport geografiyasi, logistika, kichik va o'rta biznes, xizmatlar eksporti, raqamli savdo, inson kapitali, innovatsiya.*

АННОТАЦИЯ

В тезисе анализируются вопросы расширения географии экспорта, повышения эффективности логистики, вовлечения малого и среднего бизнеса в экспортную деятельность, а также развития экспорта услуг и цифровой торговли в Узбекистане на основе эффективного использования экономического потенциала регионов. Отмечается, что в 2025 году экспорт страны достиг 33,8 млрд долларов США, при этом высокая зависимость от отдельных традиционных рынков может повышать риски, связанные с изменениями внешнего спроса. В качестве приоритетных направлений обоснованы освоение новых рынков, развитие логистической инфраструктуры, расширение экспорта малого бизнеса, а также развитие экспорта услуг и цифровой торговли.

Ключевые слова: диверсификация экспорта, география экспорта, логистика, малый и средний бизнес, экспорт услуг, цифровая торговля, человеческий капитал, инновации.

ABSTRACT

This thesis analyzes the expansion of export geography, improvement of logistics efficiency, greater involvement of small and medium-sized enterprises in export activities, and the development of services and digital trade in Uzbekistan through the effective use of regional economic potential. It is noted that the country's exports reached USD 33.8 billion in 2025, while high dependence on certain traditional markets may increase risks associated with changes in external demand. The study identifies the development of new markets, logistics infrastructure, small business exports, services exports, and digital trade as key priorities.

Keywords: export diversification, export geography, logistics, small and medium enterprises, services export, digital trade, human capital, innovation.

Kirish

Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida mamlakat va hududlarning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini ta’minlashda eksport salohiyatidan samarali foydalanish muhim ahamiyatga ega. Eksport samaradorligi nafaqat mahsulot hajmi va qiymati, balki uning qo‘shilgan qiymati, transport-logistika xarajatlari, tashqi bozorlardagi talab barqarorligi va eksport geografiyasining diversifikatsiyasi bilan ham belgilanadi. Shu bois eksportni rivojlantirish ishlab chiqarish hajmini oshirish bilan birga, hududiy iqtisodiy salohiyatni xalqaro qiymat zanjirlariga integratsiya qilish va yangi bozorlarni o‘zlashtirishni talab etadi.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda eksport hajmi va geografiyasini kengaytirishga alohida e’tibor qaratilmoqda. 2025-yilda mamlakat eksporti 33,8 mlrd AQSH dollariga yetib, 2024-yilga nisbatan 24 foizga oshdi. Biroq eksport hajmining o‘sishi uning hududiy va tarkibiy samaradorligi yuqori ekanini anglatmaydi. Ayrim mahsulotlar va bozorlarga yuqori darajadagi bog‘liqlik tashqi talab, narxlar, savdo cheklovlari va logistika xarajatlari bilan bog‘liq xavflarni kuchaytiradi.

Shu sababli eksport geografiyasini diversifikatsiyalash, yangi bozorlarni o‘zlashtirish va hududlarning tabiiy-resurs, ishlab chiqarish, mehnat hamda infratuzilmaviy salohiyatiga mos eksport ixtisoslashuvini shakllantirish muhim yo‘nalishlardan hisoblanadi.

Asosiy qism

Hududlarning eksport salohiyatidan foydalanishda kichik va o‘rta biznes subyektlarining o‘rni ham alohida ahamiyat kasb etadi. Hududlarda faoliyat yuritayotgan ko‘plab kichik va o‘rta korxonalar mahalliy xomashyo, mehnat resurslari va hududiy ixtisoslashuv asosida raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish imkoniyatiga ega bo‘lsa-da, ularning xalqaro bozorlarga mustaqil chiqishi bir qator muammolar bilan bog‘liq. Jumladan, eksport talablarini o‘rganish, xalqaro sertifikatlash, mahsulotni standartlashtirish, tashqi savdo shartnomalarini tuzish, bojxona tartib-taomillarini amalga oshirish, eksportoldi moliyalashtirish va logistika xizmatlaridan foydalanish bo‘yicha imkoniyatlarning cheklanganligi kichik korxonalarning xalqaro savdodagi ishtirokini qiyinlashtirishi mumkin. Shu bois kichik va o‘rta biznesni alohida eksportchi sifatida emas, balki yirik eksportyorlar bilan kooperatsiyalashgan holda xalqaro qiymat zanjirlarining tarkibiy qismiga aylantirish ham muhim yo‘nalish sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Eksport samaradorligiga ta’sir etuvchi yana bir muhim omil logistika tizimining rivojlanganlik darajasidir. Mahsulotni ishlab chiqaruvchidan tashqi iste’molchigacha yetkazib berish jarayonida transport, ombor, bojxona, sug‘urta va boshqa logistika xarajatlarining yuqoriligi mahsulotning xalqaro bozordagi yakuniy narxiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Ayniqsa, dengiz portlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri chiqish imkoniyati mavjud bo‘lmagan O‘zbekiston sharoitida transport yo‘nalishlarini diversifikatsiya qilish, multimodal tashuvlarni rivojlantirish, hududiy logistika markazlarini kengaytirish va eksport jarayonlarini raqamlashtirish masalalari dolzarb hisoblanadi. Logistika infratuzilmasining takomillashuvi eksport yetkazib berish muddatlarini qisqartirish, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish va mahalliy mahsulotlarning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilishi mumkin.

Bundan tashqari, zamonaviy xalqaro savdoda eksport tushunchasi faqat moddiy mahsulotlar bilan chegaralanib qolmayapti. Xizmatlar eksporti, axborot texnologiyalari, dasturiy mahsulotlar, konsalting, ta’lim, turizm, transport, moliyaviy va professional xizmatlarning xalqaro bozorlardagi ulushi tobora kengayib bormoqda. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi esa hududlarda faoliyat yuritayotgan korxonalarga an’anaviy savdo kanallaridan foydalanmasdan turib, elektron tijorat platformalari, raqamli marketing va onlayn xizmatlar orqali xorijiy iste’molchilarga chiqish imkoniyatini yaratmoqda. Bu, ayniqsa, katta ishlab chiqarish quvvatiga ega bo‘lmagan kichik biznes subyektlari uchun xalqaro bozorlarga kirishning yangi mexanizmlarini shakllantirishi mumkin.

Shu nuqtayi nazardan, hududlarning eksport salohiyatini baholashda faqat eksport hajmini aniqlash bilan cheklanib qolmasdan, eksport tarkibi, geografik diversifikatsiya darajasi, mahsulot va xizmatlarning qo‘shilgan qiymati, logistika xarajatlari, kichik va o‘rta biznesning eksportdagi ishtiroki, raqamli savdo kanallaridan foydalanish hamda xalqaro qiymat zanjirlariga integratsiyalashuv darajasini kompleks tahlil qilish talab etiladi. Bunday yondashuv hududlarning mavjud eksport imkoniyatlarini aniqlash bilan bir qatorda, foydalanilmayotgan iqtisodiy resurslarni aniqlash va ularni tashqi bozorlarga yo‘naltirish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqish imkonini beradi.Ayniqsa, hududlar o‘rtasidagi iqtisodiy salohiyat, ishlab chiqarish ixtisoslashuvi, infratuzilma va tadbirkorlik muhiti jihatidan mavjud farqlar eksport siyosatini hududlar kesimida differensial yondashuv asosida shakllantirish zaruratini yuzaga keltiradi. Har bir hudud uchun bir xil eksport strategiyasini qo‘llash o‘rniga, uning mavjud resurslari, ishlab chiqarish imkoniyatlari, mahalliy korxonalar tarkibi, transport-logistika imkoniyatlari va tashqi bozorlar bilan aloqalarini hisobga olgan holda individual eksport yo‘nalishlarini belgilash maqsadga muvofiqdir. Bunda eksportga yo‘naltirilgan ishlab chiqarish klasterlarini rivojlantirish, kichik biznes subyektlarini kooperatsiya asosida eksport zanjirlariga jalb qilish, eksport infratuzilmasini takomillashtirish va raqamli savdo imkoniyatlarini kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Shuningdek, eksport bozorlarini diversifikatsiyalash masalasini faqat yangi mamlakatlarga mahsulot sotish nuqtayi nazaridan emas, balki eksport qilinayotgan mahsulot va xizmatlarning o‘zini diversifikatsiyalash bilan birgalikda ko‘rib chiqish lozim. Ya’ni hududning tashqi savdodagi barqarorligini ta’minlash uchun geografik diversifikatsiya bilan bir qatorda, mahsulot diversifikatsiyasi ham amalga oshirilishi kerak. Yuqori qo‘shilgan qiymatga ega tayyor mahsulotlar, qayta ishlangan qishloq xo‘jaligi mahsulotlari, texnologik mahsulotlar va raqamli xizmatlar ulushining oshirilishi eksport tushumlarini ko‘paytirish bilan birga, hududiy iqtisodiyotning tashqi bozor kon’yunkturasiga moslashuvchanligini ham kuchaytirishi mumkin.

XULOSA

Eksport faoliyatini raqamlashtirish va inson kapitalini rivojlantirish muhim ustuvor yo‘nalishlardan hisoblanadi. Raqamli kataloglar, elektron tijorat platformalari va onlayn shartnomalar hududiy korxonalarning xalqaro bozorlarga chiqish xarajatlarini kamaytirishi mumkin. Bunda xorijiy til, xalqaro shartnomalar, bojxona va marketingni biladigan mutaxassislarni tayyorlash ham muhimdir. Oliy ta’lim muassasalari va eksportchi korxonalar hamkorligi bu jarayonni kuchaytiradi.

Eksportni diversifikatsiyalash, logistika samaradorligini oshirish, kichik va o‘rta biznesni eksport zanjiriga jalb qilish hamda xizmatlar va raqamli savdoni rivojlantirish O‘zbekiston eksport siyosatining muhim yo‘nalishlaridir. Yangi bozorlarni o‘zlashtirish, logistika va bojxona jarayonlarini takomillashtirish, hududlararo kooperatsiyani rivojlantirish, IT va turizm xizmatlari eksportini kengaytirish eksport salohiyatini oshiradi. Ushbu yo‘nalishlarning kompleks amalga oshirilishi O‘zbekistonning 2030-yilgacha eksportni 45 mlrd AQSH dollariga yetkazish maqsadiga erishishga xizmat qiladi. Mintaqa iqtisodiy salohiyatidan samarali foydalanish orqali eksportni diversifikatsiyalash, logistika samaradorligini oshirish, kichik va o'rta biznesni eksport zanjiriga jalb qilish hamda xizmatlar va raqamli savdo imkoniyatlaridan foydalanish O'zbekiston eksport siyosatining muhim tarkibiy qismidir. Eksport geografiyasini kengaytirish, an'anaviy bozorlar bilan bir qatorda yangi yuqori marjali bozorlarni izlash orqali tashqi talab o'zgarishlariga nisbatan barqarorlikni ta'minlaydi. Logistika xarajatlarini kamaytirish, sovutish va saqlash infratuzilmasini rivojlantirish, chegara va bojxona jarayonlarini raqamlashtirish hududiy eksportchilar raqobatbardoshligini oshirishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonning tashqi savdo va eksport ko‘rsatkichlari, hududlar kesimida eksport hajmi hamda SIAT statistik ma’lumotlar bazasi [Elektron resurs]. — Toshkent, 2026. — URL: https://stat.uz/; https://siat.stat.uz/

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha strategik hujjatlar [Elektron resurs]. — Toshkent. — URL: President of Uzbekistan

3. World Bank. Uzbekistan: Country Economic Memorandum [Electronic resource]. — Washington, D.C. — URL: World Bank

4. World Trade Organization. World Trade Statistical Review [Electronic resource]. — Geneva. — URL: World Trade Organization

5. United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD Handbook of Statistics [Electronic resource]. — Geneva. — URL: UNCTADstat

6. Dustova M. D. Konseptualnye osnovy regionalnogo eksportnogo potentsiala i faktory ego razvitiya: na primere Uzbekistana // The Innovation Economy. — 2026. — T. 1. — № 01.

7. Дустова М. Х., Махмутуллаева С. Х. Преодоление логистических препятствий для увеличения экспорта фруктов и овощей // Science and Innovation. — 2024. — Т. 3. — № Special Issue 42. — С. 538–542.