

TASHQI BOZORLARDA MAHALLIY MAHSULOTLAREKSPORTINI
RAG‘BATLANTIRISH VA RAQOBATDOSHLIGINI TA‘MINLASH IMKONIYATLARI

Safarova Nigina Zayniddin qizi

Oriental Universitet Iqtisodiyot fakulteti 1-kurs 101 guruh talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada tashqi bozorlarda mahalliy mahsulotlar eksportini rag‘batlantirish va ularning raqobatbardoshligini ta‘minlash masalalari yoritilgan. Mahalliy ishlab chiqaruvchilarning eksport salohiyatini oshirish, mahsulot sifatini xalqaro standartlarga moslashtirish, logistika infratuzilmasini rivojlantirish va davlat tomonidan eksportchilarni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari muhokama etiladi. Shuningdek, eksportga yo‘naltirilgan ishlab chiqarish jarayonlarini tashkil etish, marketing strategiyalarini takomillashtirish, xalqaro savdo yarmarkalarida ishtirok etish orqali brend tan olinuvchanligini oshirish imkoniyatlari tahlil qilinadi. Maqolada ilg‘or xorijiy tajribalar asosida eksport faoliyatining samaradorligini oshirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar berilgan. Mahalliy mahsulotlarning tashqi bozorlarda o‘z o‘rnini topishi uchun raqobat ustunliklarini aniqlash va ularni rivojlantirish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Kalit so‘zlar: Eksport, tashqi bozor, raqobatbardoshlik, mahalliy mahsulotlar, xalqaro standartlar, marketing, logistika, davlat qo‘llab-quvvati, eksport salohiyati, savdo yarmarkalari, innovatsion yondashuv, brend.

Annotation. This article addresses the issues of promoting the export of local products in foreign markets and ensuring their competitiveness. The discussion covers increasing the export potential of local producers, adapting product quality to international standards, developing logistics infrastructure, and the mechanisms of government support for exporters. Additionally, it analyzes the opportunities for organizing export-oriented production processes, improving marketing strategies, and enhancing brand recognition through participation in international trade fairs. The article provides proposals and recommendations for increasing the effectiveness of export activities based on advanced foreign experiences. Identifying and developing competitive advantages for local products to find their place in foreign markets is of urgent importance.

Keywords: Export, foreign market, competitiveness, local products, international standards, marketing, logistics, government support, export potential, trade fairs, innovative approach, brand.

Аннотация. В этой статье рассматриваются вопросы стимулирования экспорта местных продуктов на внешних рынках и обеспечения их конкурентоспособности. Обсуждаются меры по увеличению экспортного потенциала местных производителей, приведению качества продукции в соответствие с международными стандартами, развитию логистической инфраструктуры и механизмам поддержки экспортеров со стороны государства. Также анализируются возможности организации производственных процессов, ориентированных на экспорт, улучшения маркетинговых стратегий и повышения узнаваемости бренда через участие в международных торговых ярмарках. В статье представлены предложения и рекомендации по повышению эффективности экспортной деятельности на основе передового иностранного опыта. Определение и развитие конкурентных преимуществ для нахождения местных продуктов на внешних рынках имеют актуальное значение.

Ключевые слова: Экспорт, внешний рынок, конкурентоспособность, местные продукты, международные стандарты, маркетинг, логистика, государственная поддержка, экспортный потенциал, торговые выставки, инновационный подход, бренд.

Bugungi globallashuv sharoitida davlatlar oldida turgan eng muhim vazifalardan biri – iqtisodiy o‘shishni ta‘minlashda eksport salohiyatini kengaytirish va mahalliy mahsulotlarning xalqaro bozorlarda raqobatbardoshligini oshirishdir. O‘zbekiston ham bu borada sezilarli natijalarga erishib kelmoqda. Jumladan, eksport qilinayotgan mahsulot turlarining ko‘payib borayotgani, logistika infratuzilmasining rivojlanishi va davlat tomonidan ko‘rsatilayotgan qo‘llab-quvvatlovchi chora-tadbirlarning takomillashuvi sohada ijobiy natijalarni yuzaga keltirmoqda. Mazkur maqolada O‘zbekistonning jahon bozoridagi mavqeyini mustahkamlash, mahalliy mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish hamda eksport faoliyatini yanada faollashtirish istiqbollari keng ko‘lamda tahlil etiladi.

Tashqi iqtisodiy aloqalar esa ikki tomonlama ta‘sir ko‘rsatadi: bir tomondan, mamlakatlar iqtisodiyotining ochiqqligi va o‘zaro integratsiyalashuvi kuchayadi, bu esa xalqaro savdoning barqaror rivojlanishidan umumiy manfaatdorlikni oshiradi. Boshqa tomondan esa, bu holat jahon xo‘jaligi va ayrim milliy iqtisodiyotlarda beqarorlikka olib keladigan xavflarni yuzaga keltirishi mumkin. Masalan, xom ashyo resurslari narxlarining o‘zgaruvchanligi, iqtisodiy inqirozlar va moliyaviy beqarorliklar bunday holatlarga misol bo‘la oladi. Shu sababli, globallashuv sharoitida O‘zbekiston tashqi iqtisodiy siyosati doimo o‘zgarib turuvchi tashqi muhitga moslasha oladigan moslashuvchan yondashuvni talab qiladi.

Eksport — bu mahsulotlar, xizmatlar, investitsiyalar va moliyaviy aktivlarni xorijiy bozorlarga realizatsiya qilish jarayonidir. Bunga tranzit (ya‘ni mahsulotlarni o‘z hududi orqali olib o‘tish) va reeksport (boshqa mamlakatdan olib kirilib, uchinchi davlatga qayta sotish) ham kiradi. Eksport tashqi savdoning muhim ko‘rsatkichlaridan biri bo‘lib, u savdo balansiga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. Savdo balansi orqali esa yalpi ichki mahsulotga ta‘sir etiladi. Agar eksport hajmi importdan ortiq bo‘lsa, bu mamlakat iqtisodiy salohiyatiga ijobiy ta‘sir etadi va YaIMga qo‘shiladi. Aksincha, import eksportdan yuqori bo‘lsa, salbiy saldo yuzaga keladi va bu YaIMning investitsiyaviy ko‘rsatkichlariga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Mamlakat tashqi savdo aylanmasi, eksport diversifikatsiyasi va uning iqtisodiy o‘shishga ta‘siri masalalari ko‘plab xorijiy hamda mamlakatimiz iqtisodchi olimlari tomonidan tatqiq etigan. Xalqaro savdo sohasida dastlabki nazariy qarashlar A. Smit, D. Rikardo, E. Xekshir va B. Olin kabi klassik iqtisodchilar tomonidan ilgari surilgan bo‘lib, ular tashqi savdoda ustunlikka erishish yo‘llarini o‘zlarining nazariyalarida asoslab berganlar. Ayniqsa, komparativ ustunlik va omillar nazariyasi orqali mamlakatlar o‘z resurslarini qanday samarali tarzda ishlatishlari mumkinligi ko‘rsatib o‘tilgan. Zamonaviy tadqiqotlarda esa eksport faoliyatini rivojlantirish va diversifikatsiyalashning iqtisodiy o‘shishga ta‘siri chuqur tahlil etilmoqda. Masalan, A.A. Gnidchenko o‘z ilmiy ishlarida eksport diversifikatsiyasi hamda ekstensiv marja — ya‘ni yangi mahsulotlar bilan chiqish — mamlakat eksportining hajmiy o‘shishida katta ahamiyatga ega ekanini ta‘kidlaydi. Unga ko‘ra, yangi davlatlar bozorlariga kirish asosan eksport tarkibida yangi turdagi tovarlar paydo bo‘lishi orqali amalga oshiriladi.

Shu bilan birga, E.Yu. Mixaylova Rossiya tajribasiga asoslanib, eksport tarkibini diversifikatsiyalash orqali xomashyo (ayniqsa, tog‘-kon sanoati) sotishdan tushgan mablag‘larni iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga yo‘naltirish lozimligini uqtiradi. Bu esa mamlakatning tashqi iqtisodiy mustaqilligini ta‘minlash va G‘arbg qaramlikni kamaytirishga xizmat qiladi.

O‘zbekiston ham bu borada qator izchil iqtisodiy islohotlarni amalga oshirmoqda. Bugungi kunda tashqi iqtisodiy faoliyatni liberallashtirish va xalqaro miqyosda mamlakat imijini mustahkamlash asosiy strategik yo‘nalishlardan biriga aylangan. Bu esa, o‘z navbatida, qulay normativ-huquqiy va iqtisodiy muhit yaratishni taqozo etadi. Shu maqsadda hukumat tomonidan bir qancha muhim hujjatlar qabul qilingan bo‘lib, ular orqali tashqi savdo tartiblarini soddalashtirish, eksport-import faoliyatini qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari joriy etilgan (batafsil ma‘lumot 1-jadvalda keltiriladi). Xususan, 2023 yil 11 sentyabrdagi PF-158-sonli "O‘zbekiston – 2030" strategiyasi to‘g‘risidagi Prezident Farmonida tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishga oid qator vazifalar belgilangan. Ushbu hujjatda keltirilgan chora-tadbirlar nafaqat tashqi savdoni ko‘lam jihatidan kengaytirishni, balki uning sifat jihatidan ham takomillashuvini ta‘minlashga qaratilgan.

Shuningdek, 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan “Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” doirasida eksport salohiyatini oshirish borasida quyidagi maqsadlar belgilangan: 2026 yilga kelib umumiy eksport hajmini 30 mlrd. AQSh dollariga yetkazish, xususiy sektorning eksportdagi ulushini 60 foizga oshirish, avtotransport vositalari eksportini uch baravarga ko‘paytirish va 1 mlrd. dollarga yetkazish, shuningdek, xizmatlar sohasi (turizm, transport, AKT, dasturiy ta‘minot va h.k.) eksportini 1,7 barobar oshirish. Bundan tashqari, tayyor va yarim tayyor mahsulotlar eksporti hajmini 3,3 barobar oshirish, MDH mamlakatlarining istiqbolli bozorlariga yangi mahsulot turlari bilan chiqish ham belgilangan ustuvor vazifalar sirasiga kiradi.

Ushbu islohotlar va strategik yo‘nalishlar mamlakatning eksport salohiyatini mustahkamlab, global savdo maydonida O‘zbekistonning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilishi shubhasiz.

MATERIALLAR VA METODLAR

Mahalliy ishlab chiqarilgan mahsulotlarning xalqaro bozorga chiqishi mamlakat iqtisodiy taraqqiyoti uchun muhim omillardan biri hisoblanadi. Shu sababli, ko‘plab davlatlar eksportni rag‘batlantirish siyosatini ishlab chiqib, uni amalda qo‘llab-quvvatlamoqda. Bunday siyosat orqali mamlakatlar tashqi bozorlarda o‘z mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirishga intiladilar.

Davlat tomonidan eksport faoliyatini qo‘llab-quvvatlashning turli yo‘llari mavjud. Ularning eng asosiylaridan biri — eksport qiluvchi korxonalar uchun soliq va bojxona imtiyozlari joriy etilishidir. Masalan, eksportga yo‘naltirilgan mahsulot ishlab chiqaruvchi subyektlarga daromad solig‘i, foyda solig‘i yoki qo‘shilgan qiymat solig‘i bo‘yicha yengilliklar berilishi mumkin. Bojxona imtiyozlari esa, ayniqsa, ishlab chiqarishda foydalaniladigan xomashyo va butlovchi qismlar mamlakatga olib kirilganida bojxona to‘lovlaridan ozod etish orqali amalga oshiriladi.

Bundan tashqari, bojxona jarayonlarini soddalashtirish, xususan, tezlashtirilgan rasmiylashtirish va “yashil yo‘lak” tamoyili asosida mahsulotlarni olib chiqish imkoniyati yaratilgani ishlab chiqaruvchilar uchun katta qulaylik tug‘diradi. Bu esa umumiy xarajatlarni kamaytirib, mahsulot tannarxining pasayishiga olib keladi, natijada esa eksport qilinayotgan tovarlar tashqi bozorlarda past narxda taklif etilishi mumkin bo‘ladi.

Biroq narx har doim ham iste‘molchi tanloviga ta‘sir ko‘rsatadigan yagona omil emas. Xarid qobiliyati yuqori bo‘lgan mamlakatlar bozorlarida mijozlar, asosan, mahsulot sifati, ishonchligi va brend imijiga katta e‘tibor qaratadi. Shunday sharoitda, faqat soliq yoki bojxona yengilliklari yetarli bo‘lmaydi. Shu sababli, eksport faoliyatini yanada rivojlantirish uchun moliyaviy mexanizmlarni ishga solish talab etiladi.

Bunday mexanizmlarga eksport qiluvchilar uchun past foizli kreditlar, subsidiya ajratish, eksport faoliyatini sug‘urtalash, shuningdek, siyosiy, tijorat va moliyaviy risklarni kamaytirish choralarini kiritish mumkin. Masalan, tijorat banklari orqali davlat kafolati asosida ajratiladigan kreditlar, eksport

THE MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

VOLUME-5, ISSUE-5

operatsiyalarini moliyalashtirish, xorijiy ko'rgazmalarda qatnashish xarajatlarini qoplash uchun grantlar berilishi eksport salohiyatini sezilarli darajada oshiradi.

Bundan tashqari, marketing, brending va xalqaro reklama faoliyati uchun ajratilgan moliyaviy qo'llab-quvvatlovlar, ayniqsa, kichik va o'rta ishlab chiqaruvchilar uchun muhim ahamiyatga ega bo'lib, ularning tashqi bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi. Past foizli kreditlar ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish imkonini bersa, eksport sug'urtasi esa ishlab chiqaruvchilarni xalqaro savdoda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan noaniqlik va tavakkalliklardan himoya qiladi.

Xususan, eksportni rag'batlantirishda yagona yo'l yoki bitta choraga tayanish yetarli emas. Soliq va bojxona yengilliklari bilan bir qatorda, moliyaviy, institutsional va informatsion qo'llab-quvvatlovlarning uyg'unligi orqali eksport salohiyati yanada kuchaytiriladi va mamlakatning xalqaro iqtisodiy maydondagi pozitsiyasi mustahkamlanadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Eksport – mamlakatda ishlab chiqarilgan tovar va xizmatlarning xorijiy davlatlarga sotilishidir.

1- Jadval. Bu jarayon bir qator iqtisodiy funksiyalarni bajaradi:

1	Valyuta tushumlarini ta'minlaydi;
2	Ishlab chiqarish hajmini oshiradi;
3	Mahsulot sifatini oshirishga rag'batlantiradi;
4	Innovatsion texnologiyalarni jalb etadi;
5	Tashqi savdo balansini muvozanatlashtiradi.

Manba: muallif tomonida yaratildi.

O'zbekiston iqtisodiyotida eksport alohida ahamiyatga ega bo'lib, mamlakatda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning bir qismi aynan xorijiy bozorga yo'naltirilmoqda. Bu esa ishlab chiqaruvchilarni xalqaro talab va standartlarga mos mahsulot yaratishga undaydi.

O'zbekiston qishloq xo'jaligi, tekstil, oziq-ovqat, kimyo, avtomobilsozlik, qurilish materiallari, elektrotexnika kabi sohalarda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish salohiyatiga ega.

2- Jadval Quyidagi mahsulotlar eng ko'p eksport qilinadigan tovarlar sirasiga kiradi:

1	Paxta tolasi va to'qimachilik mahsulotlari
2	Meva-sabzavotlar, yong'oqlar, quritilgan mevalar
3	Mineral resurslar, ayniqsa tabiiy gaz va oltin
4	Oziq-ovqat mahsulotlari (konserva, sharbatlar)
5	Farmatsevtika mahsulotlari

Manba: muallif tomomidan tuzildi.

So‘nggi yillarda tayyor mahsulot eksportining ulushi oshmoqda, bu esa mamlakatning qayta ishlovchi sanoatining rivojlanayotganidan dalolat beradi.

O‘zbekiston hukumati eksportni rag‘batlantirishga qaratilgan qator chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Jumladan:

Soliq va bojxona imtiyozlari: eksport qiluvchi korxonalariga soliq yengilliklari berilmoqda, eksport qilinayotgan mahsulotlar uchun soddalashtirilgan bojxona tartibotlari joriy etilgan.

Eksport kreditlari va sug‘urtasi: Eksport oldi moliyalashtirish, eksport sug‘urtasi tizimi rivojlantirilmoqda.

Savdo diplomatiyasi: Tashqi ishlar vazirligi va elchixonalar tomonidan yangi bozorlar aniqlanmoqda.

Elektron platformalar: “UzTrade”, “Single Window” tizimlari orqali eksportchilar uchun qulay sharoitlar yaratilmoqda.

Eksportchilar reyestri va mahsulot yarmarkalari: Mahsulotlar yarmarkalari va xalqaro ko‘rgazmalarda ishtirok etish orqali xorijiy xaridorlar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqalar o‘rnatilmoqda. Mahsulotning xalqaro va ichki bozorlarda muvaffaqiyatli raqobat qila olishi, ya‘ni raqobatbardoshligi bir qator omillar bilan belgilanadi. Bular jumlasiga mahsulotning narxi, sifati, tashqi ko‘rinishi (dizayni), ekologik xavfsizligi hamda iste‘molchilarning ehtiyoj va talablarga mosligi kiradi. Shu bois, milliy ishlab chiqaruvchilarning mahsulot raqobatbardoshligini oshirish masalasi davlat iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida qaralmoqda.

Raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish uchun eng avvalo xalqaro sifat standartlariga amal qilinishi zarur. Jumladan, ISO, HACCP, GMP, Global GAP kabi tizimlar asosida ishlab chiqarilgan va belgilangan talablar asosida sertifikatlangan mahsulotlar xorijiy bozorlarda katta e‘tibor va ishonch bilan qarshi olinadi. Shu sababli eksportga mo‘ljallangan mahsulotlar maxsus laboratoriyalarda tekshiruvdan o‘tkazilib, xalqaro standartlarga javob berishi ta‘minlanishi lozim.

Shuningdek, zamonaviy texnologiyalarni ishlab chiqarish jarayonlariga joriy etish orqali mahsulot sifatini sezilarli darajada oshirish, ishlab chiqarish tannarxini kamaytirish mumkin bo‘ladi. Ayniqsa, qayta ishlash sanoatida avtomatlashtirilgan uskunalar va energiya tejamkor texnologiyalarni keng joriy etish mehnat unumdorligini oshirish va mahsulotni global raqobatga tayyorlashda muhim omil bo‘ladi.

Mahsulotni tashqi bozorlar e‘tiboriga havola qilishda kuchli va samarali marketing strategiyasi asosiy o‘rin tutadi. Mahalliy mahsulotlarga o‘ziga xos nom, logotip va brend yaratish ularning bozordagi tan olinuvchanligini oshiradi. Bundan tashqari, zamonaviy kommunikatsiya vositalaridan foydalanish — xususan, internet reklamalari, ijtimoiy tarmoqlar orqali targ‘ibot ishlarini olib borish keng auditoriyani qamrab olishda juda muhim vositaga aylanmoqda.

Eksport jarayonining samaradorligi esa ko‘p jihatdan logistik tizimning rivojlanganligiga bog‘liq. Mahsulotni tashqi bozorga tez, ishonchli va arzon narxlarda yetkazib berish imkoniyati mavjud bo‘lsa, eksportchilar uchun katta yengillik tug‘iladi. Shu ma‘noda, O‘zbekistonda logistika infratuzilmasini zamonaviylashtirish ishlari faol olib borilmoqda. Xususan, temir yo‘l va avtomobil transporti yo‘nalishlarining kengaytirilishi, bojxona tizimidagi soddalashtirilgan tartiblar eksport jarayonini tezlashtirishga xizmat qilmoqda.

Ya‘ni, mahsulot raqobatbardoshligini ta‘minlash — faqat ishlab chiqaruvchining emas, balki butun iqtisodiy tizimning uzviy harakatiga bog‘liq bo‘lib, bu yo‘nalishda sifat standartlari, innovatsion texnologiyalar, marketing yondashuvlari va logistika imkoniyatlari uyg‘un tarzda qo‘llanilishi lozim.

THE MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

VOLUME-5, ISSUE-5

Bugungi kunga kelib, O'zbekiston asosan Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligiga (MDH) a'zo mamlakatlar bilan savdo aloqalarini yo'lga qo'ygan bo'lib, mahsulot eksportining katta qismi aynan ushbu hududlarga yo'naltirilgan. Biroq dunyoning boshqa strategik mintaqalari — xususan, Yevropa Ittifoqi, Janubi-Sharqiy Osiyo, Yaqin Sharq va Afrika mamlakatlari ham O'zbekiston uchun istiqbolli va keng salohiyatga ega bozorlar hisoblanadi.

Mazkur mintaqalarda o'z o'rmini topish va barqaror eksport yo'nalishlarini shakllantirish uchun quyidagi omillarga alohida e'tibor qaratish zarur:

Mahsulot turlarini kengaytirish va diversifikatsiyalash orqali har xil bozorlardagi talabga mos taklif shakllantirish;

Har bir geografik hudud uchun individual, ya'ni moslashtirilgan marketing strategiyasini ishlab chiqish;

Mahalliy aholining ehtiyoj va afzalliklarini chuqur o'rganish va ular asosida mahsulotlar dizayni, sifati va narx siyosatini belgilash;

Tashqi ishlar vazirligi, elchixonalar, savdo vakolatxonalarini bilan hamkorlikni kuchaytirish orqali biznes aloqalarni kengaytirish;

Xalqaro miqyosdagi ko'rgazma va yarmarkalarda muntazam qatnashish, brendni xalqaro miqyosda targ'ib qilish.

Dunyo tajribasi shuni ko'rsatadiki, eksport siyosatini ustuvor yo'nalish sifatida belgilagan ayrim mamlakatlar — jumladan, Janubiy Koreya, Turkiya, Malayziya va Vyetnam — iqtisodiy o'sishni aynan eksport hajmining ortishi hisobiga ta'minlagan. Ularning muvaffaqiyat omillari orasida quyidagilar ajralib turadi:

Maxsus eksportni qo'llab-quvvatlovchi agentliklar faoliyati;

Xomashyo emas, balki tayyor mahsulotlar eksportiga ustuvorlik berilishi;

Ilg'or texnologiyalarga asoslangan innovatsion ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish;

Savdo va logistika infratuzilmasini rivojlantirish uchun davlat va xususiy sektor investitsiyalarini jalb qilish.

O'zbekiston ham mazkur muvaffaqiyatli tajribalarni tahlil qilib, ularni mahalliy iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional xususiyatlarga mos holda tatbiq etish orqali yangi eksport bozorlari sari yo'l ochishi mumkin. Bu esa nafaqat eksport hajmini, balki milliy iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlaydi. Eksport sohasida malakali kadrlar tayyorlash zarurati kundan-kunga oshib bormoqda. Shu munosabat bilan:

Xalqaro marketing, logistika, tashqi savdo huquqi kabi yo'nalishlarda oliy o'quv yurtlarida yangi dasturlar ishlab chiqilishi

Tashqi savdo mutaxassislarini chet ellarda stajirovkalarga yuborish

Eksportchilarga konsalting xizmatlarini ko'rsatish tizimini yo'lga qo'yish

eksport faoliyatini sifat jihatidan yangi bosqichga olib chiqishga xizmat qiladi.

Mahalliy mahsulotlarning tashqi bozordagi raqobatbardoshligiga to'sqinlik qilayotgan bir qator muammolar mavjud:

Tannarxning yuqoriligi

Sifat va sertifikatlash muammolari

Logistika va bojxona tizimidagi byurokratik to'siqlar

Mahsulotlar dizayni va qadoqlanishi talabga javob bermasligi

Ijtimoiy tarmoqlarda marketing salohiyatining sustligi

Bu muammolarni hal qilish uchun davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlikni mustahkamlash, texnik va moliyaviy yordam ko'rsatish, ilmiy-texnikaviy innovatsiyalarni jalb etish zarur.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, mahalliy mahsulotlarning tashqi bozorlarga chiqishi va u yerda muvaffaqiyatli raqobat qila olishi – mamlakat iqtisodiy taraqqiyotining muhim ko'rsatkichidir. Eksport salohiyatini kengaytirish, mahsulot raqobatbardoshligini oshirish, innovatsion va marketing yondashuvlarini qo'llash, logistika tizimini takomillashtirish kabi omillar bu borada asosiy ustuvor yo'nalishlardir. Davlat tomonidan ko'rsatilayotgan yordamlar bilan bir qatorda tadbirkorlarning tashabbuskorligi va jahon bozoridagi tendensiyalarni chuqur o'rganishga asoslangan strategik yondashuv eksport hajmi va sifati oshishiga xizmat qiladi. O'zbekiston eksport salohiyatini kuchaytirish orqali xalqaro maydondagi iqtisodiy pozitsiyasini yanada mustahkamlashi mumkin. Shuningdek, O'zbekiston iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi va xalqaro bozorlarda o'z o'rnini topishi uchun eksport faoliyatining samarali tashkil etilishi juda muhimdir. Mamlakatning eksport salohiyatini oshirish va mahalliy mahsulotlarning global bozorlarda raqobatdoshligini ta'minlashga qaratilgan turli xil chora-tadbirlar va yangi qo'llab-quvvatlash mexanizmlari ishlab chiqilmoqda. Prezident farmonlari va qarorlariga asoslangan eksportni rag'batlantirish tizimi, shu jumladan sug'urta xizmatlari, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, bojxona imtiyozlari, eksportoldi moliyalashtirish va kompensatsiya mexanizmlari eksportchilarni qo'llab quvvatlashda muhim rol o'ynaydi. Bu esa mamlakatning tashqi savdo faoliyatini faollashtirish va eksport hajmlarini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. 28.01.2022 yildagi PF-60-son 2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 07.05.2020 yildagi eksport faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida PQ-4707-sonli qarori.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит.- М.: Эксмо, 2007. - 960 с, Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Избранное / Д. Рикардо. - М.: Эксмо, 2007. 960 с. Хекшер Э. Влияние внешней торговли на распределение дохода / Э. Хекшер. - Режим доступа: http://www.seinstitute.re/Files/Veh6-09_Heckscher.pdf
4. Гнидченко, А. А. "Декомпозиция роста экспорта на экстенсивную и интенсивную составляющие с учетом сравнительных преимуществ." Журнал Новой экономической ассоциации 4 (2014): 24.
5. Михайлова, Элина Юрьевна. "Опыт диверсификации экспорта и преодоление его сырьевой направленности." Торговая политика 3 (11) (2017): 97-110.
6. Hesse, Heiko. "Export diversification and economic growth." *Breaking into new markets: emerging lessons for export diversification* 2009 (2009): 55-80.
7. Otamurodov, S., Zhu, S., ul Haq, I., & Zhong, T. (2017). Export Margins, Price and Quantity of Belarus's Export Growth. *Review of Economic Perspectives*, 17(1), 81-99.
8. Haini, H., Loon, P. W., & Li, P. L. (2023). Can export diversification promote export upgrading? Evidence from an oil-dependent economy. *Resources Policy*, 80, 103292.
9. Zarach, Z. H., & Parteka, A. (2023). Export diversification and dependence on natural resources. *Economic Modelling*, 126, 106436.
10. Мавланов И.Р. Экономическая дипломатия Республики Узбекистан // Внешняя политика стран СНГ / Ред.— сост. Д.А. Дегтерев, К.П. Курyleв. М.: Издательство «Аспект Пресс», 2017. –С.445-453.

THE MULTIDISCIPLINARY JOURNAL OF SCIENCE AND TECHNOLOGY

VOLUME-5, ISSUE-5

11. Л.Ў.Мингишов “Ўзбекистоннинг экспорт рақобатбардошлигини оширишнинг асосий йўналишлари” афтореферат Т.2018
12. Отамуродов Шавкат. “Ўзбекистон экспорти диверсификациясининг замонавий муаммолари” *Economics and Innovative Technologies* 10.4 (2022):355364.//<https://iqtisodiyot.tsue.uz/journal/index.php/iit/article/view/83>
13. Турсунов Б.О. Экспорт рақобатбардошлиги: назария ва амалиёт —Халқаро молия ва ҳисоб| илмий электрон журнали. № 3, июнь, 2020 йил
14. L.F.Pardayev. THE CURRENT STATE OF TRADE RELATIONS BETWEEN UZBEKISTAN AND THE CIS COUNTRIES //Thematics Journal of Social Sciences. – 2021. – Т. 10. – №. 7.

