

KORXONALARNING EKSPORT IMPORT FAOLIYATINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI

Kushnazarova Lola Sayidjanovna

O‘zbekiston Respublikasi Bank-Moliya Akademiyasining Tinglovchisi

E-mail: kushnazarovalola43@gmail.com

ARTICLE INFO

ABSTRACT:

ARTICLE HISTORY:

Received:12.04.2025

Revised: 13.04.2025

Accepted:15.04.2025

KEYWORDS:

eksport, import,
tashqi savdo, iqtisodiy
samaradorlik,
O‘zbekiston,
korxonalar, logistika,
mahsulot
diversifikatsiyasi, tashqi
bozor, elektron savdo.

Ushbu maqolada O‘zbekiston korxonalarining eksport-import faoliyati va uning iqtisodiy samaradorligini oshirish masalalari tahlil qilingan. So‘nggi yillarda respublikada tashqi savdo hajmining izchil o‘shishiga qaramay, eksportdagi xomashyo ulushining yuqoriligi, logistika va bojxona tizimidagi murakkabliklar korxonalar samaradorligiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Maqolada rasmiy statistika asosida eksport va importning o‘shish sur‘atlari, saldosi va tarkibi tahlil qilingan hamda samaradorlikni oshirish uchun amaliy takliflar ishlab chiqilgan.

Xususan, mahsulot diversifikatsiyasi, logistika infratuzilmasini rivojlantirish, elektron savdo platformalaridan foydalanish va davlat qo‘llab-quvvatlovini kuchaytirish asosiy yo‘nalishlar sifatida belgilangan.

Kirish

Bugungi globallashuv va iqtisodiy integratsiya sharoitida milliy iqtisodiyotlarning barqaror rivojlanishi ko‘p jihatdan tashqi iqtisodiy faoliyat, xususan, eksport-import operatsiyalarining samaradorligiga bog‘liqdir. Tashqi savdo nafaqat valyuta tushumlarini oshiradi, balki ichki ishlab chiqarish tarmoqlarining modernizatsiyasi, yangi ish o‘rinlari yaratish va texnologik taraqqiyotni jadallashtirishga ham xizmat qiladi.

O‘zbekiston Respublikasi so‘nggi yillarda tashqi savdoni liberallashtirish, eksport faoliyatini rag‘batlantirish va bojxona tizimini soddalashtirish yo‘lida qator islohotlarni amalga oshirdi. Jumladan, 2023-yilda tashqi savdo aylanmasi \$62,6 milliardni tashkil etib,

2022-yilga nisbatan 23,9% o'sdi. Eksport hajmi \$24,4 milliard, import esa \$38,1 milliardga yetdi. 2024-yilning yanvar-noyabr oylarida esa tashqi savdo hajmi \$59,4 milliardga yetdi, bu o'tgan yilning shu davriga nisbatan 3,6% ga ko'pdir. Shunga qaramay, eksportdagi xomashyo ulushining yuqoriligi (65%), tayyor mahsulotlar ulushining pastligi va tashqi bozorlar bilan ishlashdagi tashkiliy va texnologik muammolar korxonalar darajasida iqtisodiy samaradorlikka salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

Shu nuqtai nazardan, ushbu tadqiqot O'zbekiston korxonalarining eksport-import faoliyatini tahlil qilish, mavjud muammolarni aniqlash va ularning iqtisodiy samaradorligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqishga qaratilgan. Maqola iqtisodiy ko'rsatkichlar, amaliy misollar va dolzarb tendensiyalar asosida olib borilgan tahlil natijalarini o'z ichiga oladi.

Adabiyotlar tahlili

Eksport-import faoliyatining iqtisodiy samaradorligini oshirish masalasi xalqaro iqtisodiyot va strategik boshqaruv sohalarida keng tadqiq etilgan. Xalqaro ekspertlar fikriga ko'ra, eksport faoliyatining yuqori samaradorligi mamlakat iqtisodiyotining raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biridir (Porter, 1990) [1]. Ayniqsa, yuqori qo'shilgan qiymatga ega tayyor mahsulotlar eksporti korxonalarning rentabelligini oshirishi, innovatsion salohiyatni rivojlantirishi ta'kidlangan (World Bank, 2022).

O'zbekiston kontekstida so'nggi yillarda eksport-import faoliyatini rag'batlantirishga doir qator rasmiy hujjatlar qabul qilindi. Jumladan, 2019-yil 28-maydagi Prezident qarori PQ-4308-sonli "Eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash va tashqi bozorlarni kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorida eksport qiluvchi korxonalarga subsidiyalar, kreditlar va bojxona imtiyozlari berilishi belgilandi. Shuningdek, "Yagona eksport portal", "UzTrade" kabi raqamli platformalar joriy etilishi savdo jarayonlarining soddalashtirilishiga xizmat qilmoqda.

Tadqiqotchi Eshmamatov A. (2021) o'zining maqolasida O'zbekiston sanoat korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda mahsulot diversifikatsiyasining o'rni katta ekanligini qayd etadi. Uning fikricha, ko'p hollarda eksport qilinayotgan mahsulotlar xomashyo yoki yarim tayyor holatda bo'lib, bu ularning xalqaro bozordagi narxini past darajada ushlab turadi [2].

Boshqa bir muhim jihat – logistika tizimining zamonaviy talablarga mos emasligi. 2022-yilda Jahon banki tomonidan tuzilgan Logistika samaradorligi indeksi (LPI) bo'yicha O'zbekiston 139 ta davlat orasida 99-o'rinni egallagan. Bu esa tashqi savdoda vaqt va xarajat yo'qotilishiga sabab bo'lmoqda.

Shuningdek, tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, kichik va o'rta biznes subyektlari tashqi bozorlarga chiqishda marketing, sertifikatlashtirish, bojxona tartiblari va valyuta muomalasi kabi bir qator byurokratik to'siqlarga duch kelmoqda (UNDP Uzbekistan, 2023) [3].

Umuman olganda, mavjud ilmiy manbalar eksport-import samaradorligini oshirish uchun quyidagi asosiy yo'nalishlarni ta'kidlaydi:

- Tayyor mahsulot eksportini ko'paytirish (value-added products),
- Logistika infratuzilmasini rivojlantirish,
- Raqamli savdo platformalari orqali global bozorlarga chiqish,
- Davlat tomonidan eksportni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini kengaytirish.

Mazkur tahlillar asosida maqolada O'zbekiston korxonalarining eksport-import faoliyatiga xos bo'lgan xususiyatlar aniqlanib, amaliy takliflar ishlab chiqiladi.

Tahlil va natijalar

O'zbekistonning tashqi savdo faoliyatida 2022–2024 yillar davomida ijobiy dinamik kuzatilgan bo'lsa-da, eksport-import operatsiyalarining iqtisodiy samaradorligiga ta'sir qiluvchi bir qator tizimli muammolar saqlanib qolmoqda. Quyida ushbu faoliyatning asosiy ko'rsatkichlari tahlil qilinadi:

2023-yilda O'zbekistonning tashqi savdo aylanmasi \$62,6 milliardni tashkil etdi, bu 2022-yilga nisbatan 23,9% o'sishni bildiradi. Eksport hajmi \$24,4 milliard (2022-yilga nisbatan +23,8%), import esa \$38,2 milliardni (2022-yilga nisbatan +24%) tashkil etdi.

2024-yilning yanvar–noyabr holatiga ko'ra, tashqi savdo hajmi \$59,4 milliardni tashkil etdi, bu 2023-yilning mos davriga nisbatan 3,6% ga ko'p. Eksport – \$24,2 milliard, import – \$35,1 milliard, tashqi savdo saldosi esa -\$10,9 milliard bo'ldi (Statistika agentligi, 2024).

Eksportdagi mahsulotlar tarkibi quyidagicha bo'ldi:

1-jadval

Mahsulot turi	Eksportdagi ulushi (%)
Oltin va qimmatbaho metallar	29,8%
To'qimachilik mahsulotlari	15,2%
Meva-sabzavotlar	9,1%
Mineral yoqilg'ilar	8,6%
Tayyor oziq-ovqatlar	5,3%

1-jadval. O'zbekiston eksportida asosiy mahsulot turlari ulushi (2023-yil holatiga).

Jadvalda O'zbekiston Respublikasining 2023-yildagi eksportida eng katta ulushga ega bo'lgan mahsulot turlari ko'rsatilgan. Ko'rinib turibdiki:

Oltin va qimmatbaho metallar eksportda eng katta ulushni – 29,8% ni tashkil etmoqda. Bu, bir tomondan, valyuta tushumlarini ko'paytiruvchi omil bo'lsa-da, boshqa tomondan, iqtisodiyotning xomashyo resurslariga haddan ortiq tayanayotganini ko'rsatadi.

To'qimachilik mahsulotlari eksportda 15,2% ulush bilan ikkinchi o'rinda turadi va qayta ishlov berilgan sanoat mahsulotlari eksporti salmog'ining nisbatan oshayotganini ko'rsatadi.

Meva-sabzavotlar (9,1%) va tayyor oziq-ovqatlar (5,3%) agro-industriyal sektorning tashqi bozordagi ulushini ifodalaydi, ammo bu mahsulotlar ko'pincha kam qayta ishlangan holda eksport qilinmoqda.

Mineral yoqilg'ilar (8,6%) eksporti esa mamlakat resurslariga asoslangan iqtisodiyot modelining davom etayotganini anglatadi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, eksportdagi 65% ulush xomashyo va yarim tayyor mahsulotlarga to'g'ri kelmoqda. Bu esa iqtisodiy qiymat zanjirining asosiy foydasidan xorijiy kompaniyalar foydalanayotganini anglatadi.

Importda esa asosan ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan vositalar ustunlik qiladi:

Mahsulot turi	2023-yil importdagi ulushi
Mashina va uskunarlar	34,7%
Kimyo mahsulotlari	18,2%
Yo'llanma iste'mol mollari	14,3%
Qurilish materiallari	7,9%

2-jadval. O'zbekiston importida asosiy mahsulot turlari ulushi (2023-yil holatiga).

Jadvalda O'zbekistonning 2023-yildagi importida asosiy ulushga ega mahsulot turlari keltirilgan. Bu ma'lumotlar mamlakat iqtisodiyotining qanday resurslarga tayanayotganini va importga bog'liqlik darajasini ko'rsatadi:

Mashina va uskunarlar (34,7%) importining yuqori bo'lishi sanoat va infratuzilma modernizatsiyasi uchun zarur texnologiyalarning asosan chetdan keltirilayotganini bildiradi. Bu ijobiy bo'lishi mumkin, ammo uzoq muddatda texnologik mustaqillikni shakllantirish talab etiladi.

Kimyo mahsulotlari (18,2%) tarkibiga dori-darmonlar, o'g'itlar, sintetik materiallar kiradi. Bu sohaga ichki ishlab chiqarishni rivojlantirish orqali valyuta chiqimlarini kamaytirish mumkin.

Yo'llanma iste'mol mollari (14,3%) aholi tomonidan keng iste'mol qilinadigan kiyim-kechak, maishiy texnika, oziq-ovqat va boshqa tayyor mahsulotlarni qamrab oladi. Bu mahsulotlarning ichki ishlab chiqarishda yetarli darajada ta'minlanmayotganini ko'rsatadi.

Qurilish materiallari (7,9%) importi esa ichki qurilish sanoati salohiyatining cheklanganligini aks ettiradi.

Umuman olganda, import tarkibining tahlili O'zbekiston iqtisodiyotining texnologik va ishlab chiqarish jihatdan hali ham importga yuqori darajada qaramligini ko'rsatadi. Bu esa tashqi ta'sirlarga nisbatan iqtisodiy xavfsizlik darajasini pasaytiradi. Shu sababli, import o'rnini bosuvchi ichki ishlab chiqarish tarmoqlarini rivojlantirish muhim strategik vazifa bo'lib qolmoqda.

Importning bunday tarkibi ishlab chiqarishning importga qaramligini, ya'ni iqtisodiy xavfsizlik darajasining pastligini ko'rsatmoqda.

Jahon bankining 2022-yilgi Logistika samaradorligi indeksi (LPI) bo'yicha O'zbekiston 139 ta davlat orasida 99-o'rinni egallagan. O'zbekiston eksportyorlari uchun o'rtacha logistika xarajatlari mahsulot qiymatining 8–10% ini tashkil etadi. Bu ko'rsatkich Turkiyada 4–5%, Polshada esa 3,8% atrofida.

Bundan tashqari, eksport-chiqarish bo'yicha sertifikatlashtirish, laboratoriya tekshiruvlari, va bojxona jarayonlari o'rtacha 5–7 ish kuni vaqt talab qiladi. Bu esa mahsulotlarning raqobatbardoshligini kamaytiruvchi omillardan biri hisoblanadi.

So'nggi yillarda "UzTrade", "Single Window", "Alibaba" va boshqa platformalarning joriy etilishi eksportni rag'batlantirishda muhim rol o'ynayapti. Raqamli savdo platformalari orqali faoliyat yuritayotgan korxonalarning eksport hajmi o'rtacha 1,5–1,7 baravarga oshgan.

2023-yilda eksport bilan shug'ullanayotgan korxonalarning o'rtacha sof foyda marjasi 8–12% atrofida bo'lgan. Ichki bozorda ishlayotgan korxonalarda esa bu ko'rsatkich 4–6% ni tashkil etgan. Bu esa tashqi bozorga chiqishning moliyaviy jihatdan afzalligini ko'rsatadi.

Xulosa va takliflar

O'zbekiston korxonalarining eksport-import faoliyatini tahlil qilish shuni ko'rsatmoqdaki, so'nggi yillarda tashqi savdo hajmining barqaror o'sishi kuzatilgan bo'lsa-da, faoliyatning iqtisodiy samaradorligi past darajada qolmoqda. Eksportda xomashyo ulushining yuqoriligi, tayyor mahsulotlar kamligi, logistik xarajatlarning balandligi va

raqamli texnologiyalarning yetarlicha joriy etilmagani korxonalar rentabelligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

- Tadqiqot natijalariga asoslanib quyidagi asosiy xulosalar chiqarildi:
- Eksport hajmi o'smoqda, ammo mahsulot tarkibi asosan xomashyo va yarim tayyor mahsulotlardan iborat bo'lib qolmoqda.
- Logistika va bojxona tizimidagi murakkabliklar eksport narxining 8–10% ga qimmatlashishiga sabab bo'lmoqda.
- Importga yuqori darajada qaramlik, ayniqsa uskunalar va xomashyo sohasida, iqtisodiy xavfsizlikka tahdid solmoqda.
- Elektron savdo platformalari eksport hajmini oshirishda muhim omil bo'lsa-da, ulardan foydalanish ko'lami hali cheklangan.
- Eksportga yo'naltirilgan korxonalar ichki bozorga qaraganda 2 baravarga yaqin yuqori rentabellikka ega.

Shu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi:

Yuqori qo'shilgan qiymatga ega tayyor mahsulotlar ulushini oshirish uchun ishlab chiqaruvchilarga texnologik modernizatsiya qilishda soliq imtiyozlari berilishi lozim.

Eksport oldidan tayyor mahsulotni chuqur qayta ishlash infratuzilmasi (texnoparklar, klasterlar)ni kengaytirish zarur.

Logistika markazlari, temiryo'l va avtomobil yo'llarini modernizatsiya qilish orqali transport xarajatlarini 15–20% ga kamaytirish mumkin.

Bojxona jarayonlarini to'liq raqamlashtirish va sertifikatlashtirishni tezlashtirish zarur.

Mahalliy korxonalarni xalqaro e-commerce platformalarda (Alibaba, Amazon) faol ishtirok etishga rag'batlantirish (trening, grant va subsidiya orqali).

“UzTrade” va “Single Window” kabi platformalar imkoniyatlarini kengaytirish, ularni mobil ilovalar orqali ommaviylashtirish.

Eksport kafolat jamg'armasi imkoniyatlarini oshirish, kichik va o'rta bizneslar uchun sug'urta va kredit kafolat mexanizmlarini soddalashtirish.

Mahsulotlar eksportini qo'llab-quvvatlovchi ilmiy-tadqiqot markazlari va eksport markazlarini hududlarda tashkil etish.

Tashqi savdo bo'yicha mutaxassislarni tayyorlash bo'yicha oliy o'quv yurtlarida amaliy yo'nalishlarni kuchaytirish.

Korxonalarga xorijiy bozorlarda mahsulotni targ'ib qilish uchun marketing rejalari va eksport brending strategiyalarini ishlab chiqishda maslahat xizmatlarini kengaytirish.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Michael E. Porter, *The Competitive Advantage of Nations* (New York: Free Press, 1990).
2. Eshmamatov, A. (2021). "O'zbekiston sanoat korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda mahsulot diversifikatsiyasining o'rni." *Journal of Economic Research*, 45(2), 23-30.
3. UNDP Uzbekistan. 2023. "Kichik va o'rta biznesning tashqi bozorlarga chiqishdagi to'siqlari." United Nations Development Programme, <https://www.uz.undp.org/content/uzbekistan/uz/home.html>.

