

DOI: 10.5281/zenodo.15696730

Link: <https://zenodo.org/records/15696730>

YENGIL SANOATIDA EKSPORTNI DIVERSIFIKATSIYALASH SAMARADORLIGINI BAHOLASH

Kodirjon Makhamadaminovich Umarmulov

University of Business and Science

“Moliya” kafedrasi dotsenti, i.f.n., dotsent

E-mail: kodirjon_umarmulov@mail.ru

Tel: +99893 264-34-50

Annotatsiya. Ushbu maqolada O‘zbekiston yengil sanoatining eksport strategiyasida diversifikatsiyaning samaradorligi tahlil qilinadi. Eksport tarkibini baholashda HHI indeksi (0,285 bilan yuqori konsentratsiyani ko‘rsatadi), shuningdek, Theil, Shannon va RCA ko‘rsatkichlari muhokama qilinadi. 2024-yil ma‘lumotlariga ko‘ra, paxta ip-kalava va tayyor to‘qimachilik mahsulotlari eksportda asosiy o‘rin tutib, eksport tarkibini torlashtirgan. Tahlil natijasida eksportni geografik jihatdan kengaytirish, kichik ulushli mahsulot turlarini rivojlantirish, yuqori qo‘shilgan qiymatli va innovatsion mahsulotlar eksportini ko‘paytirish zarurligi ta‘kidlanadi. Davlat va xususiy sektor hamkorligidagi kompleks chora-tadbirlar orqali eksport barqarorligi va raqobatbardoshligini oshirish mumkinligi xulosa qilingan.

Kalit so‘zlar: Eksport diversifikatsiyasi, yengil sanoat, indeks, HHI (Herfindahl-Hirschman indeksi), eksport tarkibi, mahsulot, xalqaro bozorlar.

KIRISH

So‘nggi yillarda O‘zbekiston iqtisodiyotida olib borilayotgan izchil islohotlar, ayniqsa, tashqi savdo siyosatining liberallasuvi, eksport salohiyatini oshirishga va uning tarkibini diversifikatsiyalashga qaratilgan chora-tadbirlar bilan ajralib turadi. Mamlakat global bozorga integratsiyalashish, xalqaro savdo-iqtisodiy tashkilotlar bilan hamkorlikni kuchaytirish, eksport geografiyasi va tovar tarkibini kengaytirish orqali raqobatbardoshlikni ta‘minlashni maqsad qilgan.

Xususan, so‘nggi yillarda eksport qilinayotgan mahsulotlar turlari va bozorlari sonining ortib borayotgani bu yo‘nalishdagi o‘zgarishlar samaradorligini ko‘rsatadi. Eksportni diversifikatsiyalash nafaqat iqtisodiy barqarorlik va xavfsizlik, balki ishlab chiqarish tarmoqlarining innovatsion rivojlanishi, yangi ish o‘rinlarining yaratilishi va xalqaro bozorda mamlakat brendining shakllanishiga xizmat qiladi.

Ushbu jarayonlarning iqtisodiy samaradorligini baholashda esa aniq ko‘rsatkichlardan foydalanish muhim ahamiyatga ega. Chunki eksport diversifikatsiyasi nafaqat mahsulot va bozorlar tarkibining kengayishini, balki uning iqtisodiyotga ta‘siri va raqobatbardoshlik darajasini ham ko‘rsatadi.

METODOLOGIYA

Eksportni diversifikatsiyalashning samaradorligini tahlil qilishda quyidagi ko‘rsatkichlardan foydalanish tavsiya qilinadi:

– Herfindahl-Hirschman indeksi (HHI): bu indeks eksportda mahsulotlar yoki bozorlar bo‘yicha konsentratsiya darajasini o‘lchaydi. Qiymati 0 ga yaqinlashgan sari diversifikatsiya darajasi yuqori, 1 ga yaqinlashgan sari esa past bo‘ladi.

– Theil indeksi: Theil indeksi eksport hajmlarining teng taqsimlanmaganlik darajasini aniqlashda qo‘llaniladi. U mahsulotlar yoki bozorlar bo‘yicha eksportning qanchalik teng taqsimlangani yoki bir nechtaga qanchalik bog‘liqligini o‘lchaydi.

– Shannon indeksi: Eksportni diversifikatsiyalash darajasini baholashda Shannon indeksi muhim statistik ko‘rsatkichlardan biri hisoblanadi. U eksport tarkibining xilma-xilligi va teng taqsimlanganlik darajasini o‘lchash imkonini beradi. Bu indeks nafaqat eksport qilinayotgan mahsulotlar sonini, balki ularning eksportdagi ulushlarini ham hisobga oladi, ya’ni faqat ko‘plab mahsulot mavjudligi emas, balki ularning eksportdagi taqsimoti ham muhim.

– RCA (Revealed Comparative Advantage) ko‘rsatkichi: RCA ko‘rsatkichi – bu biror mamlakatning ma’lum bir tovar yoki soha bo‘yicha xalqaro savdodagi raqobatbardoshligini aniqlash uchun ishlatiladigan empirik (amaliy) ko‘rsatkichdir. U shuni ko‘rsatadiki, mazkur tovar mamlakatda boshqalarga nisbatan eksport salohiyati yoki ixtisoslashuvi kuchliroqmi yoki yo‘q ekanligini aniqlashda yordam beradi.

– Export Similarity Index (ESI): bu ikki davlatning eksport tarkibi qanchalik o‘xshash yoki farqli ekanini aniqlaydigan ko‘rsatkichdir. Ushbu indeks yordamida ikkita davlatning eksport mahsulotlari tarkibidagi o‘xshashlik darajasi, bozorda ular bir-biriga raqobatchi bo‘lish darajasi, tashqi savdo siyosatida raqobat tahlilini olib borish imkoniyati baholanadi.

Ushbu ko‘rsatkichlar xususiyatlaridan kelib chiqqan holda Herfindahl-Hirschman indeksi (HHI) dan foydalangan holda yengil sanoatida eksportni diversifikatsiyalash samaradorligini baholashga harakat qilamiz.

HHI formulasi:

$$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2$$

Bu yerda:

s_i — mahsulotning umumiy eksportdagi ulushi (0–1 ko‘rinishida),

n – mahsulot turlari soni.

HHI qiymatining talqini quyidagicha ifodalanadi.

1-jadval

HHI qiymati asosida eksport diversifikatsiyasini baholash mezonlari

| HHI qiymati | Talqin |
|-------------------------|--|
| $0 < HHI < 0.10$ | Juda yuqori darajada diversifikatsiya |
| $0.10 < HHI < 0.18$ | O‘rtacha diversifikatsiya |
| $HHI > 0.18$ | Yuqori konsentratsiya, diversifikatsiya past |
| $HHI = 1$ (yoki 10,000) | To‘liq konsentratsiya (faqat 1 mahsulot/bozor) |

Jadvalni tuzishda quyidagi manbadan foydalanildi:

1. OECD. Towards Demystifying Trade Dependencies [Elektron resurs]. – Paris: OECD Publishing, 2024. – Rejim dostupa:

https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/04/towards-demystifying-trade-dependencies_208df692/2a1a2bb9-en.pdf (data o‘rnatilgan: 04.06.2025).

Masalan: Agar eksportning 70% faqat bitta mahsulotga to'g'ri kelsa, HHI juda yuqori bo'ladi — bu diversifikatsiyaning sustligini bildiradi.

NATIJALAR

2024-yil yakunlariga ko'ra, O'zbekiston yengil sanoati eksporti hajmi 2,88 milliard AQSh dollarini tashkil etdi. Quyidagi jadvalda asosiy mahsulot turlarining eksport hajmi va umumiy eksportdagi ulushi keltirilgan:

2-jadval

O'zbekiston yengil sanoat eksporti hajmi va asosiy mahsulotlar tahlili (2024-yil uchun)

| Mahsulot turi | Eksport hajmi (mln USD) | Eksportdagi ulushi (%) |
|-----------------------------------|-------------------------|------------------------|
| Paxta ip-kalava | 1240 | 38,8 |
| Tayyor to'qimachilik mahsulotlari | 1125 | 35,2 |
| Trikotaj mahsulotlari | 292,1 | 9,1 |
| Gazlama | 145,9 | 4,6 |
| Charm mahsulotlari | 41,3 | 1,3 |
| Paypoq va boshqa mahsulotlar | 42,6 | 1,3 |
| Jami | 2887,9 | 90,3 |

Manbalar: <https://textileexpo.uz/en/news/in-2024-textile-production-in-uzbekistan-increased-but-exports-decreased-by-67>

Yuqoridagi jadvaldan ko'rinib turibdiki, eksportning asosiy qismini paxta ip-kalava (38,8%) va tayyor to'qimachilik mahsulotlari (35,2%) tashkil qilmoqda. Bu ikki turdagi mahsulotlarning umumiy ulushi 74% ni tashkil qilgan bo'lib, yengil sanoat eksportining asosiy qismini tashkil etadi. Boshqa mahsulotlar ulushi sezilarli darajada kam, bu esa eksport tarkibining tor doirada shakllanganligini ko'rsatadi.

Yengil sanoat eksportining diversifikatsiya darajasini aniqlash maqsadida Herfindahl-Hirschman indeksi (HHI) hisoblandi. Quyida bu bo'yicha tahliliy jadval keltirilgan:

3-jadval

O'zbekiston yengil sanoat eksporti bo'yicha HHI hisoblash

| Mahsulot | Ulushi (%) | Ulushi (0-1) | Kvadrati |
|-----------------------------------|------------|--------------|----------|
| Paxta ip-kalava | 38.8 | 0.388 | 0.150544 |
| Tayyor to'qimachilik mahsulotlari | 35.2 | 0.352 | 0.123904 |
| Trikotaj mahsulotlari | 9.1 | 0.091 | 0.008281 |
| Gazlama | 4.6 | 0.046 | 0.002116 |
| Charm mahsulotlari | 1.3 | 0.013 | 0.000169 |
| Paypoq va boshqa mahsulotlar | 1.3 | 0.013 | 0.000169 |
| Jami | 100 | — | 0.285183 |

Yuqoridagi hisob-kitoblarga ko'ra, Herfindahl-Hirschman indeksi (HHI) = 0.285183 ga teng. Bu ko'rsatkich eksportda yuqori konsentratsiya mavjudligini

bildiradi, ya'ni eksport asosan bir necha mahsulot turlariga bog'langan. Paxta ip-kalava va tayyor to'qimachilik mahsulotlarining umumiy ulushi 74% ni tashkil qilmoqda. Bu esa bozor xavfini oshiradi va diversifikatsiyaning pastligini ko'rsatadi. Shu nuqtai-nazardan eksportda charm mahsulotlari, paypoq, gazlama kabi kichik ulushli mahsulotlar hajmini oshirish orqali HHI ko'rsatkichini kamaytirish tavsiya etiladi.

MUHOKAMA

Olingan natijalar O'zbekiston yengil sanoati eksport tarkibining diversifikatsiya darajasi pastligini yaqqol ko'rsatmoqda. Herfindahl-Hirschman indeksi (HHI) 0.285183 ga teng bo'lib, bu yuqori konsentratsiyani bildiradi. Eksportning asosiy qismini ikki mahsulot — paxta ip-kalava (38,8%) va tayyor to'qimachilik mahsulotlari (35,2%) — tashkil etayotgani, eksport strukturasi tor va zaif bo'lishiga sabab bo'lmoqda. Bunday holat bir nechta muhim iqtisodiy xatarlarga olib kelishi mumkin:

- Tashqi bozorlardagi talab va narxlar o'zgarishiga sezuvchanlik ortadi;
- Ishlab chiqaruvchilarning daromadlaridagi barqarorlik buziladi, investitsiya kiritish istagi kamayadi;
- Raqobatbardoshlik pasayadi, chunki eksport faqat xomashyo yoki yarim tayyor mahsulotlarga tayangan holda shakllanmoqda.

Mazkur muammolarning yechimi sifatida eksportni chuqurroq diversifikatsiyalash zarur. Diversifikatsiya – bu nafaqat yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish, balki eksport geografiasini kengaytirish, yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar ulushini oshirish va innovatsiyalarni joriy etishni ham anglatadi.

Quyidagi strategik yo'nalishlar orqali eksport diversifikatsiyasiga erishish mumkin:

1. Kam ulushga ega mahsulot turlarini rag'batlantirish:
 - Charm mahsulotlari, paypoq, gazlama kabi mahsulotlar uchun qo'shimcha imtiyozlar va subsidiya mexanizmlarini yaratish;
 - Ichki bozor ehtiyojlarini o'rgangan holda eksport salohiyatini baholash.
2. Yangi eksport bozorlarini izlab topish va geografiani kengaytirish:
 - Markaziy Osiyo, Yaqin Sharq, Afrika va Janubi-Sharqiy Osiyo davlatlariga yo'naltirilgan eksport strategiyalarini ishlab chiqish;
 - Tashqi iqtisodiy vakolatxonalar, ko'rgazmalar va B2B platformalardan foydalanish.
3. Mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlash:
 - Kichik va o'rta biznes sub'yektlariga eksportga chiqish uchun logistik, moliyaviy va texnologik ko'mak ko'rsatish;
 - "Made in Uzbekistan" brendini targ'ib qilish va xalqaro standartlarga muvofiq ishlab chiqarishni rivojlantirish.
4. Innovatsion va yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarish:
 - Texnik tekstil, ekologik toza mahsulotlar, dizayn asosidagi individual to'plamlar ishlab chiqarishga e'tibor qaratish;
 - Ilmiy-tadqiqot muassasalari va biznes o'rtasida kooperatsiyani mustahkamlash.

Shu tariqa, yengil sanoatda eksport diversifikatsiyasi nafaqat milliy iqtisodiyotning barqarorligini ta'minlaydi, balki xalqaro bozordagi o'rnini mustahkamlashga, iqtisodiy xavflarni kamaytirishga xizmat qiladi. Bu jarayonda davlat siyosati, xususiyl sektor ishtiroki va ilmiy-innovatsion yondashuvlar o'zaro uyg'un holda harakat qilishi lozim.

XULOSA

O'zbekiston yengil sanoati eksporti tarkibining hozirgi holati yuqori konsentratsiyaga ega bo'lib, eksport asosan bir necha mahsulot turlariga tayanmoqda. Bu holat iqtisodiy xavflarni oshiradi va tashqi bozorlar o'zgarishiga sezuvchanlikni kuchaytiradi. Eksport diversifikatsiyasini ta'minlash orqali:

- iqtisodiy barqarorlikka erishish,
- yangi bozorlar ochish,
- yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar ulushini oshirish mumkin.

Shuning uchun davlat siyosati, tadbirkorlik sub'yektlari faolligi va innovatsion yondashuv uyg'unligi orqali strategik rivojlanish maqsadga muvofiq bo'ladi.

O'zbekiston yengil sanoati eksporti tarkibining hozirgi holati yuqori konsentratsiyaga ega bo'lib, eksport asosan bir necha mahsulot turlariga tayanmoqda. Bu holat iqtisodiy xavflarni oshiradi va tashqi bozorlar o'zgarishiga sezuvchanlikni kuchaytiradi. Shu nuqtai-nazardan quyidagi takliflarni ilgari surish mumkin:

- Mahalliy mahsulotlarni diversifikatsiya qilish uchun ilmiy-texnik innovatsiyalarni rag'batlantirish;
- Eksport qilinadigan bozorlar sonini ko'paytirish va yangi mintaqalarni qamrab olish;
- Eksportchi korxonalarini axborot va marketing bilan ta'minlash darajasini oshirish;
- Qayta ishlangan, yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar ulushini ko'paytirish.
- Eksportni diversifikatsiyalash nafaqat eksport hajmining o'sishiga, balki iqtisodiy barqarorlik va milliy valyutaning mustahkamlanishiga xizmat qiladi. Shu sababli, uning samaradorligini baholash — zamonaviy iqtisodiy siyosatning ajralmas qismidir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi “2022 - 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida” PF-60-son Farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida” 07.02.2017 yildagi PF-4947-son Farmoni
3. OECD. Towards Demystifying Trade Dependencies [Elektron resurs]. – Paris: OECD Publishing, 2024. – https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/04/towards-demystifying-trade-dependencies_208df692/2a1a2bb9-en.pdf

4. Krugman, P., & Obstfeld, M. (2009). International economics: Theory and policy. Pearson Education.
5. Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). Economic development (12th ed.). Pearson.
6. Kambarova Sh. M. O‘zbekistonda innovatsiya jarayonlari rivojlanishi sharoitida kichik biznesning eksportsalohiyatini oshirish. Monografiya. – T.: 2023-yil. 144-b.
7. G‘afurov U.V. Kichik biznes subyektlari eksport faoliyati samaradorligini oshirishning uslubiy masalalari. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. – №5, sentabr-oktabr.
8. Umarmulov K. M. Yengil sanoat korxonalarini rivojlantirish va eksport imkoniyatlarini oshirish yo‘llari // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. – 2024. – №1(4). – B. 10–13.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma’lumotlari.
10. <https://textileexpo.uz/en/news/in-2024-textile-production-in-uzbekistan-increased-but-exports-decreased-by-67>