

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17442442>

TADBIRKORLIK SUBE'KTLARI TOMONIDAN ISHLAB CHIQARILGAN MAHSULOTLARNI XORIJGA EKSPORT QILISH MEXANIZMLARI

Abdisamatov Alimardon Asadillayevich

University of Bussines and Science "Yashil iqtisodiyot" kafedrasi o'qituvchisi

alimardonabdisamatov184@mail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakatimizdagi tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan ishlab chiqargan mahsulotlarining xorijga eksport qilish mexanizmlari, bu borada qabul qilingan qarorlar xamda xorijiy mamlakatlar tajribalaridan foydalanish yuzasidan tavsiyalar ishlab chiqilgan

Kalit so'zlar: eksport, import, globallashuv, sug'urta himoyasi mexanizmlari, investitsiya salohiyati, imtiyozlar bosh tizimi, taklif talabnomasi, investitsiya.

KIRISH

O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining hozirgi bosqichida eksport hajmlarini ko'paytirish orqali makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash bugungi kunda dolzarb masalalardan biri hisoblanmoqda.

Shu bois eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash tizimini yanada takomillashtirish, shuningdek 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasini «Ilm, ma'rifat va raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish yili»da amalga oshirishga oid davlat dasturida belgilangan vazifalar ijrosini ta'minlash borasida talay ishlar amalga oshirildi.

Bu o'z navbatida tashqi bozorga eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini oshirish kabi dolzarb vazifalar qo'yadi. Bu borada eksport qiluvchi korxonalarni qo'llab-quvvatlash maqsadida bir qator Prezident va hukumat qarorlari qabul qilindi.

Jumladan: Ishlab chiqaruvchi korxonalarga qulay shart-sharoitlar yaratish, tadbirkorlik va kichik biznesni rivojlantirishga yordam berish maqsadida "O'zstandart" agentligida mahsulotlarni eksport qilishga ko'maklashish Byurosi tashkil etildi. [1].

Shuningdek mikrofirmalar va kichik korxonalar o'zi ishlab chiqargan tovar (ish, xizmat)larni eksport qilishdan tushadigan valyuta tushumining 50 foizini majburiy sotishdan ozod etildi[2]. "Eksport qiluvchi korxonalarni rag'batlantirishni kuchaytirish va raqobatbardosh mahsulotlarni eksportga yetkazib berishni kengaytirish bo'yicha imtiyozlar berildi[3].

Mamlakatimizda eksport va investitsiya salohiyatini yanada kengaytirish, investitsiya dasturlariga kiritilgan loyihalar, xalqaro moliya institutlari va xorijiy hukumat moliya tashkilotlari ishtirokidagi investitsiya loyihalari hamda oliy darajadagi tashriflar davomida imzolangan hujjatlarni amalga oshirish bo'yicha «yo'l xaritalari»ga

kiritilgan tadbirlarning ijrosini o'z vaqtida va sifatli ta'minlash, ilm-fan va innovatsiya yutuqlarni keng joriy etgan holda hududlarda «sanoat klasterlari»ni tashkil etish tartiblari belgilandi [4].

Shu bois eksportga ko'maklashish va uni rag'batlantirishni kuchaytirish[5], eksport faoliyatini moliyalashtirish va sug'urta himoyasi mexanizmlarini kengaytirish [6],

Shuningdek joriy yilning 14 yanvar kuni «2021 yilda O'zbekiston Respublikasining eksport salohiyatini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi prezident qarori imzolandi.

Ushbu qarorda 10 kun muddatda «Ishlab chiqaruvchidan to iste'molchiga» tamoyili asosida Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligining hududiy bo'linmalarida doimiy faoliyat yurituvchi hududiy eksport shtablari tashkil etilishi, shuningdek, eksportni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi tomonidan eksportga yo'naltirilgan maxsulotlarni ishlab chiqarish uchun 100 million dollar ajratilishi belgilandi.

Bizga ma'lumki o'tgan 2021 yil 1 fevraldan eksportchi tashkilotlarga eksportoldi moliyalashtirish ajratilishi ma'lum qilindi. Bundan tashqari, 2021 yil 1 apreldan mahalliy eksportchi korxonalarining savdo uylarini ochish va saqlash, ofis, savdo va ombor binolarini ijaraga olish, shuningdek, reklama kompaniyalarini tashkil qilish bilan bog'liq chet eldagi xarajatlarining 50 foizi eksportni rag'batlantirish agentligi mablag'lari hisobidan qoplab berilishi ko'zda tutilgan[7].

Ishlab chiqaruvchilarga yaratib berilayotgan keng imkoniyat va imtiyozlar ekport qiluvchi korxonalar soni ortishiga xamda eksport hajmlarini ko'paytirish orqali makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash imkonini yaratmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tadbirkorlik sub'yektlari faoliyatiga bugungi kunga qadar ko'plab olimlar ta'rif berganlar. Tadbirkorlik faoliyatiga birinchi bo'lib I.Shumpeter tarif berishga harakat qilgan. I.Shumpeter tadbirkorlikka shunday tarif beradi:

«Tadbirkorlik faoliyati mansab ham emas, kasb ham emas, u tavakkal qilish asosida bozorga innovatsiyalarning olib kirishning o'ziga xos hisoblangan qobiliyatidir. Tadbirkor - kapitalist emas, tadbirkorlik faoliyati ilgor, yaratuvchan faoliyat bo'lib, iqtisodiyotning raqobat asosida qayta qurishning muhim manbai hisoblanadi».

Tadbirkorlik faoliyati bo'yicha tadqiqotlar o'tkazgan R. Xizrich tadbirkorlikni ma'lum qiymatga ega bo'lgan mahsulot yaratish jarayoni sifatida tavsiflaydi:

Tadbirkorlik va kichik biznes sub'yektlari faoliyati bo'yicha amerikalik olimlar K.R. Makkonnell va S.L.Bryular tadqiqotlar olib bordilar. Ular tadbirkorlik faoliyatidagi erkinlikga e'tibor qaratdilar. Ular o'zlarining "Ekonomiks: Printsipy, problemy i politika" nomli asarlarida tadbirkorlik erkinligi to'g'risida quyidagilarni ta'kidladilar.

Tadbirkorlik faoliyatining samarasini oshirish ishlab chiqarish resurslari deganda korxona va tashkilotlar faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha ishlab chiqarish vositalari, zaxiralar, korxonaning amal qilishi va rivojlanishi bilan

bog'liq bo'lgan tovar-moddiy qiymatliklar, umuman olganda barcha ishlab chiqarish omillari tushuniladi.

Bu berilgan tariflarda iqtisodiy resurslarni korxonalar faoliyatida qatnashadigan asosiy fondlar, aylanma mablag'lar va mehnat resurslari majmuasi sifatida tushuntiriladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqot va o'rganishlar shuni ko'rsatadiki keyingi yillarda mamlakatimizda ijtimoiy-iqtisodiy soha va boshqa soxalarda amalga oshirilayotgan keng ko'lamli islohotlar jarayonida tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashga, ular uchun yanada qulay shart-sharoit yaratishga alohida e'tibor qaratilmoqda.

Izchil amalga oshirib kelinayotgan bunday islohotlar bugungi kunda o'zining ijobiy natijalarini namoyon etmoqda. Qisqa vaqt ichida iqtisodiyotda chuqur tarkibiy o'zgarishlar amalga oshirildi, shu bilan bir qatorda eksportbop maxsulot turlarini ko'paytirish va xududlar geografiyasini kengaytirish bo'yicha mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish doir kompleks chora-tadbirlar ishlab chiqildi.

Ma'lumki 2021 yilning 10 apreldan O'zbekiston uchun Yevropa Ittifoqining maxsus imtiyozlar tizimi (GSP+) kuchga kirdi va bu O'zbekistondan 6200dan ortiq tovarlarni Yevropa Ittifoqi davlatlariga bojsiz olib kirish imkonini beradi. Bir qaraganda eksportchilarning «pichog'i moy ustida» bo'ladigandek, lekin hammasi bir qaragandagidek oson emas. Buning uchun tinmay ishlash, izlanish xamda mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish lozim.

Hududlar kesimida korxonalar va kichik biznes sub'ektlari tomonidan tayyorlanayotgan mahsulotlarga jahon bozorida talab ko'payib bormoqda. Buni eksport ko'rsatkichlarining yildan-yilga o'sish sur'atidan ham bilsa bo'ladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Respublikamizda ishlab chiqarilgan mahsulotlarining Yevropaga eksporti xaqida gap ketganda, G'arbiy Yevropa davlatlariga O'zbekistondan eksportni kuzatib boruvchi, O'zbekistondagi zamonaviy ishlab chiqarishni mahalliyashtirish hamda xalqaro sanoat hamkorligini tashkillashtiruvchi Yevropadagi ilk kompaniya asoschisi Dmitriy Rodin quyidagi fikrlarni bildirgan, xususiy ishlab chiqaruvchi uchun asosiy «zaruriyat»lardan uchtasini ajratib ko'rsatish fikrlarni keltirib o'tgan.

Birinchi, Yevropa - bu juda katta bozor. YeI bozoriga to'laonli chiqish - ishlab chiqarishni karrasiga ko'paytirish demak. Agar sifatli mahsulot ishlab chiqarar ekansiz, bu bozordan ulush ajratishga intilmaslik g'alati bo'lar ham edi. Miqyoslarga e'tibor qiling: Yevropa Ittifoqi davlatlari har yili 180 mlrd yevrolik kiyim-kechak import qiladi, uy tekstili importi hajmi esa 150 mlrd dollar. Taqqoslash uchun, rasmiy statistikaga ko'ra, Rossiya kiyim-kechak va poyabzal importi uchun 10 mlrd dollar sarflaydi.

Ikkinchi, raqobatbardosh o'zbek ishlab chiqaruvchilari qoida tariqasida import uskunalardan foydalanishadi. Lizing to'lovlari dollar yoki yevroda ifodalangan. Agar ishlab chiqaruvchi o'zining tayyor mahsulotlarini boshqa valyutada sotsa, o'z gardaniga valyuta bilan bog'liq jiddiy xatarlarni ham oladi. Nihoyat, bu biznesning juda

to'g'ri qurilgan modelidir: xarajatlar so'mda, tushum yevroda bo'lsa.

Davlat uchun Yevropaga eksportni ko'paytirish - bu eksport-import saldosi sifat darajasi yaxshilanishi, milliy va mahalliy budjetlarga soliq to'lovlarining oshishini bildiradi. Bu holatda yangi ish o'rinlari yaratilishini ham e'tibordan qochirmaslik kerakligini ta'kidlaydi.

Shu bilan bir qatorda mutaxassis quyidagi jihatlarga xam e'tibor qaratishni ta'kidlagan: Yengil sanoat va oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishda har bir ish o'rni turdosh sohalarda yana 2-3tadan qo'shimcha ish o'rinlari yaratishini, bu har qanday hudud va butun mamlakat uchun ham muhim ijtimoiy-iqtisodiy natija hisoblanishini, mamlakat kelajagi uchun turdoshlik jihati - inson kapitalining o'sishini shu bilan birga barcha darajalar uchun yevropalik hamkasblar bilan ishlash tajribasiga ega mutaxassislar paydo bo'lishi yaqin yillarda iqtisodiy o'sish uchun asos bo'lishini ta'kidlaydi [8].

1-jadval

Tadbirkorlik subyektlari mahsulotlarini eksportga chiqarish bosqichlari va mexanizmlari

Bosqich	Asosiy mexanizmlar	Mazmuni (qisqacha tavsif)	Mas'ul tashkilotlar / subyektlar
Bozorni o'rganish va tahlil qilish	Marketing tadqiqotlari, xorijiy bozor kon'yunkturasi tahlili	Maqsadli mamlakatlardagi talab, raqobatchilar, bojxona talablari va standartlarni aniqlash	Tadbirkorlik subyektlari, Savdo-sanoat palatasi, Iqtisodiyot va moliya vazirligi
Mahsulotni eksportga tayyorlash	Sertifikatlash, sifat standartlariga moslashtirish, qadoqlash	Mahsulot xalqaro ISO, Halal, HACCP, EU yoki boshqa standartlarga javob berishi kerak	"O'zstandart" agentligi, Sertifikatlash markazlari
Eksport shartnomasi tuzish	Tashqi iqtisodiy shartnoma, kontrakt va inkoterms asoslari	Xaridor bilan mahsulot narxi, yetkazib berish shartlari, to'lov shakli kelishiladi	Eksportyor korxona, yuridik bo'limlar, eksport brokerlari
Moliya va sug'urta mexanizmlari	Eksport kreditlari, eksport sug'urtasi, valyuta nazorati	Tadbirkorlarga eksportni moliyalashtirish uchun imtiyozli kredit va kafolatlar beriladi	"O'zsanoatqurilishbank", "Asaka bank", Eksportni qo'llab-quvvatlash agentligi
Bojxona rasmiylashtiruv	Eksport deklaratsiyasi, tovar kodlash, bojxona to'lovlari	Mahsulot eksporti uchun elektron bojxona tizimi orqali hujjatlar rasmiylashtiriladi	Davlat bojxona qo'mitasi
Logistika va transport	Multimodal tashish, logistika markazlari, yuk tashish xizmatlari	Mahsulotni yetkazish uchun optimal transport yo'nalishi va saqlash tizimi	"Uzagrologistika", "O'ztemiryo'lekspress", transport kompaniyalari

		tanlanadi	
Eksportni qo'llab-quvvatlash va subsidiyalar	Eksport kafolatlari, soliq imtiyozlari, tashqi reklama	Tadbirkorlarga eksportni kengaytirish uchun davlat tomonidan imtiyozlar beriladi	Tashqi savdo vazirligi, Investitsiyalar va tashqi savdo agentligi
Xorijda marketing va brending	Brendni ro'yxatdan o'tkazish, xalqaro ko'rgazmalarda ishtirok etish	Tadbirkorlik subyektlari o'z mahsulotini xalqaro bozorda targ'ib qiladi	"Made in Uzbekistan" platformasi, Savdo vakolatxonalari

Manba: Muallif tomonidan tayyorlangan.

Yuqoridagi 1-jadvalda ko'rib turibmizki, unda **Bozorni o'rganish** - eksport mexanizmining birinchi va eng muhim bosqichidir. Tadbirkor xorijiy bozorlar ehtiyojini, iste'molchilarning didini, bojxona cheklovlarini va xalqaro talablarni chuqur o'rganishi kerak. Bu bosqichda marketing tadqiqotlari asosiy vosita hisoblanadi. **Mahsulotni tayyorlash** – xalqaro sertifikat va sifat standartlariga javob beruvchi mahsulotlar ishlab chiqarish zarur. Masalan, Yevropa Ittifoqi bozoriga kirish uchun ekologik va gigiyenik talablar yuqori bo'ladi. Shu sababli, "yashil" texnologiyalar va ekologik sertifikatlar eksport raqobatbardoshligini oshiradi. **Eksport shartnomasi tuzish** - bu bosqichda xalqaro savdo qoidalari (Incoterms 2020) asosida kontrakt tuziladi. To'lov shakllari (akkreditiv, inkasso, oldindan to'lov va h.k.) aniqlanadi. **Moliya va sug'urta mexanizmlari** - eksport faoliyatini moliyaviy jihatdan qo'llab-quvvatlash uchun maxsus dasturlar mavjud.

Masalan, O'zbekistonda "Eksportni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi" orqali eksportyorlarga kredit, kafolat va subsidiyalar taqdim etiladi. **Bojxona rasmiylashtiruv** - eksport jarayonining rasmiy-huquqiy bosqichi bo'lib, elektron bojxona tizimi (Single Window) yordamida amalga oshiriladi. Bu tizim vaqt va xarajatlarni kamaytiradi. **Logistika va transport** - tashqi bozorlarga chiqishda tovarni yetkazish narxi va tezligi muhim. O'zbekistonda so'nggi yillarda logistika infratuzilmasi rivojlanib, xalqaro transport yo'nalishlari kengaymoqda (masalan, "Toshkent–Boku–Istanbul" yo'nalishi). **Eksportni qo'llab-quvvatlash** – davlat siyosati darajasida eksportchi korxonalar uchun soliq imtiyozlari, subsidiyalar, kredit kafolatlari joriy etilgan. Bu mexanizm kichik va o'rta tadbirkorlikni tashqi bozorlarga olib chiqish uchun muhim. **Marketing va brending** – xalqaro bozorda muvaffaqiyatli eksport uchun mahsulotni targ'ib qilish, xalqaro ko'rgazmalarda ishtirok etish, "Made in Uzbekistan" brendini targ'ib qilish zarur. Bu bosqichda imij va ishonch omillari muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadbirkorlik subyektlari mahsulotlarini xorijga eksport qilish mexanizmlari - bu o'zaro bog'liq iqtisodiy, huquqiy va tashkiliy jarayonlar majmuasidir. Har bir bosqichda davlat qo'llab-quvvatlovi, innovatsion yondashuv va xalqaro standartlarga moslik yuqori darajada ta'minlansa, mahsulotlarning **eksport salohiyati** hamda **raqobatbardoshligi** sezilarli oshadi.

Bu o'z navbatida, o'zbek ishlab chiqaruvchilarining Yevropa bozorlaridagi har bir muvaffaqiyati bilan mamlakatning va alohida yirik eksportga yo'naltirilgan

loyihalarning investitsion jozibadorligi oshiradi.

Aytish joizki, GSP - «General System of Preferences» (Imtiyozlar bosh tizimi) iborasining qisqartmasi. Mazmunan, bu O‘zbekistondagi qariyb hamma mahsulotlar Yevropa Ittifoqi davlatlariga bojsiz eksport qilinishini anglatadi. O‘zbekiston bu imtiyozlarga ega bo‘lgan davlatlar qatoriga kirgani alohida e’tirof etish lozim.

Yevropa bozorida kuchli raqobat hukm suradi. Dunyo bo‘ylab eng yaxshi ishlab chiqaruvchilar, xaridorlar bilan to‘g‘ridan to‘g‘ri muzokaralar olib borishadi, tovarlar uchun narx hisobi uning har donasiga sentning o‘ndan bir qismigacha boradi. Vaziyatdan kelib chiqib tasavvur qilinganda, ishlab chiqaruvchi, sentning o‘ndan bir qismigacha talashib, iqtisod qilishga tirishib turgan bir paytda, kutilmaganda u ulkan bonusga ega bo‘ladi: muhokama qilinayotgan tovar Yevropaga bojsiz olib kirilishiga ruxsat berildi. Bu bonusning kattaligi sentning o‘ndan bir qismi emas, mahsulot narxining bir necha foizidan ham katta summalarda o‘lchanadi. Bir deganda O‘zbekistonning barcha mahsulotlari raqobatbardosh bo‘lib qolganday ko‘rinadi, buni aytishga oson.

Lekin GSP+ rejimiga kirishish ortiqcha xursandchilikka sabab bo‘lmasdan, balki tinimsiz sa‘yi-harakat qilish orqali, mustaxkam tizim qurishni taqozzo etadi. GSP+ imtiyozlariga avvalroq ega bo‘lgan davlatlar tajribasi ko‘rib chiqilganda. Aytish mumkinki, ishlab chiqaruvchilar davlat yordamida makroiqtisodiy darajada ham juda sezilarli «iqtisodiy mo‘jiza» yaratganligi. Eng avvalo ishlab chiqaruvchilar ishlab chiqarishni sertifikatlashtirish va mahsulotlarga sertifikatlar olish borasida o‘z marketing harakatlarini sinxronlashtirilganligi alohida ta’kidlash lozim.

Yevropada Pokiston mahsulotlarining ko‘plab ko‘rgazma zallari borligi, u yerda ishlab chiqaruvchilar o‘z mahsulotlarini taqdim etib, xaridorlar bilan bitta tilda gaplashishlari — sifat nazorati borasida ham, sertifikatlash masalalarida ham, o‘z ishlab chiqarishini qayta jihozlab, o‘zgarayotgan talabni qondirish masalasida ham, bir so‘z bilan aytganda, xaridorga juda yaqin bo‘lish orqali maksimal darajada mijozga moslashganliklar muhim ahamiyat kasb etgan.

Mijozga moslashish deganlari esa doim matematik tomondan hisoblasa bo‘ladigan narsa. Mijoz kerakli axborotni ishlab chiqaruvchi saytidan nechta klikda topa oladi? Request for Proposal (Taklif talabnomasi) jo‘natganidan so‘ng u tijoriy taklifni uzog‘i necha soat kutadi? Talabnoma jo‘natilganidan so‘ng necha kun o‘tgach u tovarning laboratoriya tahlillarini ola oladi? Necha kundan so‘ng mahsulot namunasi uning qo‘lida bo‘ladi?

Bu tizim hammasi juda oddiy qurilgan — sog‘lom fikr va inson uchun tushunarli idrok asosida. Mana, sizga xaridor Request for Proposal jo‘natdi. «Biz bunaqasini ishlab chiqarmaymiz, katalogimizda borini tanlang», deya javob beruvchi ishlab chiqaruvchi ularga aslo qiziq emas. Chunki xuddi shu Request for Proposal’ni Pokiston, Hindiston, Ispaniya, Vetnam, Polsha, Bangladesh va Italiyadagi ishlab chiqaruvchilar ham olishgan — xaridor esa aynan o‘zi istagan narsani berishga tayyor bo‘lgan ishlab chiqaruvchi bilan muloqotni davom ettiradi.

MUXOKAMA

Mana shu muzokaralar-mohiyatan ishlab chiqaruvchilarning sirtidan raqobat

kurashi hisoblanadi. Bunda mahsulot o'ramasini zudlik bilan o'zgartirishga, narxni moslashtirish, xaridor yoki sotuvchining texnologlari bilan maslahatlashuvdan so'ng qimmatroq yoki arzonroq xom-ashyoga o'tishga tayyor bo'lish kerak.

Demak, ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlari qo'yilgan ko'rgazma zallari joylashgan kvartallarda nafaqat oshxonalar, balki pasportlarning amal qilish muddatini uzaytirish, tarjimalarni notarial tasdiqlash va shu kabi turli biznes-servislar bo'lishi lozim.

Mamlakatimizni eksportyor ishlab chiqaruvchilari biznesni juda faol tarzda olib borishlari va Yevropada salohiyatli vakolatxonalar ochishlari maqsadga muvofiq bo'ladi.

Avvalo mahsulotning Yevropa bozoriga muvaffaqiyatli chiqishi uchun quyidagilarga e'tibor berish zarur: sertifikatni, bozor talablarini tushunish, o'z raqobat ustunliklarini mukammal darajada aniq bilish, Yevropada jismonan hozir bo'lish va nihoyat, o'zining raqobat ustunliklariga binoan sotuv tizimini qurish.

Har bir eksport loyihasiga tizimli ravishda yondashish kerak. Masalan, ko'p hollarda sertifikatni uchun shunchaki to'lov qilish yetarli emas: sertifikatning o'zi sotuvlarni ta'minlay olmaydi, u shunchaki ishdagi vositalardan biri, mahsulotni reklamasi bo'lmasa uning shartnomalar imzolanishida nafi bo'lmaydi.

XULOSA

Yuqoridagi kelib chiqqan holda xulosa qilish lozimki, mamlakatimizda iqtisodiyotni tubdan islox etish, bozor munosabatlari asoslarini shakllantirish va kengaytirish, tarkibiy o'zgartirishlar orqali zamonaviy tarmoq va soxalarni yaratish, ishlab chikarishni modernizatsiyalash va diversifikatsiyalash orqali barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlash, yangi ish o'rinlarini tashkil qilish, bandlik muammosini xal etish, axolining daromadlari va farovonligini oshirish, xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning eksport imkoniyatlarini oshirish imkonini beradi. Bu borada O'zbekiston, xorij tajribasiga amal qilib, Pokiston va boshqa rivojlangan mamlakatlar yo'ldan borishi.

Yevropa bozorlariga chiqishni mustahkam tizimini joriy etish zarur deb hisoblaymiz. eksportchilarni qo'llab-quvvatlash mafkurasi baribir bozorga yangi eksportchilarni olib kirishga mo'ljallangan bo'lishi kerak.

Eksportchilarga davlat ko'magi - jahon amaliyotida ommalashgan chora. Bu yo'ldan borar ekan, O'zbekiston bozor prinsiplaridan og'ishmaydi. Boz ustiga, ko'mak faqat boshlang'ich bosqichlarda beriladi, keyinchalik davlat izchillik bilan yordamni kamaytira boradi. Mutaxassislar bilan birgalikda «eksport loyihalari fabrikasi»ni yaratish Xalqaro investorlarda O'zbekiston haqida yaxshi taassurot uyg'otishiga xizmat qilishini ta'minlash lozim deb o'ylaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. "O'zbekiston Respublikasi Tadbirkorlik Kodeksi" 2024 yil 15-avgust
2. "Yangi O'zbekiston" gazetasi 2014-yil 19-sentyabr № 191, 22-noyabr № 237
3. Muhammadjanovich K. I. EFFECTIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP //Conference Zone. – 2022. – C. 129-133.

4. Kenjabayev A.T. Tadbirkorlik faoliyatini axborotlashtirish milliy tizimini shakllantirish muammolari.: Iqt.fan. dokt. diss.avtoref. – T.: 2005-39 b.
5. O`zbekistonda kichik tadbirkorlik. Statistika to`plam. Toshkent, 2020 y.190b.
6. Namangan viloyati statistika boshqarmasi ma`lumotlari.
7. <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/small-business-and-entrepreneurship-2>.
<https://daryo.uz/category/iqtisodiyot>