

KORXONALAR EKSPORT FAOLIYATINI BAHOLASH

Qodirov Humoyun Tolibjon o'g'li

Namangan davlat texnika universiteti mustaqil tadqiqotchi

khumoyun.kadirov1992@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0001-3928-208X>

Annotatsiya: Mazkur maqolada tadbirkorlik subyektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar tizimli tahlil qilinadi. Tahlil jarayonida ekspert baholash usuli qo'llanilgan bo'lib, omillar ta'sir darajasiga qarab ballar asosida baholandi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, mahsulot sifati, ishlab chiqarish quvvati, xalqaro bozordagi talab va davlat tomonidan ko'rsatiladigan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari eng muhim omillar sifatida ajralib turadi. Shuningdek, maqolada eksport salohiyatini oshirishga doir amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: eksport faoliyati, ichki omillar, tashqi omillar, mahsulot sifati, davlat qo'llab-quvvatlashi, baholash usuli, moliyaviy ko'mak, xalqaro bozordagi talab, transport va logistika tizimi, bojxona, soliq va tartib-taomillar, texnik to'siqlar va xalqaro standartlar talabi.

1. KIRISH

Hozirgi globallashuv sharoitida xalqaro iqtisodiy munosabatlar jadal rivojlanmoqda va mamlakatlar o'rtasida tovar va xizmatlar ayirboshlash jarayoni yangi bosqichga ko'tarilmoqda. Bu jarayonda milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo'lgan tadbirkorlik sub'ektlari faol ishtiroki orqali mamlakatning tashqi iqtisodiy salohiyatini oshirishga erishish mumkin. Xususan, eksport faoliyatini rivojlantirish orqali nafaqat valyuta tushumlari orttiriladi, balki ish o'rinlari yaratiladi, ishlab chiqarish hajmi kengayadi va iqtisodiy o'sish ta'minlanadi.

Shu bilan birga, tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyatini samarali tashkil etish va kengaytirish ko'plab ichki va tashqi omillarga bog'liq. Ushbu omillar qatorida ishlab chiqarish quvvati, mahsulot sifatining xalqaro standartlarga mosligi, moliyaviy imkoniyatlar, logistika infratuzilmasi, eksport bozorlari haqidagi axborotlar, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari va boshqalarni alohida ta'kidlash mumkin[1].

Jahon bozorida kechayotgan raqobat muhiti va global iqtisodiy integratsiya sharoitida har bir mamlakat o'zining tashqi iqtisodiy faoliyatini takomillashtirishga intilmoqda. Ayniqsa, eksport hajmini oshirish va mahsulotlarning xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini ta'minlash orqali barqaror iqtisodiy o'sishga erishish mumkin. Bunda tadbirkorlik sub'ektlarining faol ishtiroki hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtai nazardan, ularning eksport faoliyati samaradorligini oshirish uchun ushbu faoliyatga ta'sir etuvchi omillarni chuqur o'rganish va baholash dolzarb masala hisoblanadi.

Birinchidan, eksport faoliyatini tashkil etish ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, ularning har biri korxonaning tashqi bozorlarga chiqish qobiliyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Masalan, mahsulot sifati, xalqaro standartlarga moslik, ishlab chiqarish quvvati, logistika imkoniyatlari, davlat qo'llab-quvvatlash choralari va tashqi bozordagi talab kabi omillar kompleks tahlilni talab etadi. Agar ushbu omillar

aniqlanmasa va to'g'ri baholanmasa, eksportga qaratilgan siyosat va strategik qarorlar samarasiz bo'lishi mumkin.

Ikkinchidan, har bir hududdagi tadbirkorlik sub'ektlari turli resurs va imkoniyatlarga ega bo'lib, ularga ta'sir etuvchi omillar miqdori va mazmuni ham farq qiladi. Shu sababli, umumiy tahlillar yetarli emas, balki har bir holatni individual baholash va lokal sharoitlardan kelib chiqib, eksport salohiyatini oshirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish zarur.

Uchinchidan, omillarni aniqlash va baholash asosida samarali eksport siyosatini shakllantirish imkoni paydo bo'ladi. Jumladan, qaysi omillar korxona eksport faoliyatiga ijobiy, qaysilari salbiy ta'sir ko'rsatayotganini bilish orqali resurslarni to'g'ri yo'naltirish, muammolarni bartaraf etish, davlat tomonidan maqsadli qo'llab-quvvatlash choralarini ishlab chiqish mumkin bo'ladi.

To'rtinchidan, bugungi kunda xalqaro standartlar, raqamli texnologiyalar, ekologik talablar va logistika tizimlarida yuz berayotgan o'zgarishlar tadbirkorlarning tashqi bozorlarga moslashuvini talab etmoqda. Bu esa, har bir omilning dolzarbligini va ularni baholash orqali korxonalarni tashqi muhitga moslashtirish mexanizmlarini takomillashtirish zarurligini yanada oshirmoqda.

Shu asosda, tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarni tizimli baholash:

eksport salohiyatini aniqlash,

istiqbolli sohalarni belgilash,

davlat siyosatini aniq yo'naltirish,

va raqobatbardosh eksport modelini ishlab chiqish uchun asosiy ilmiy-amaliy talab hisoblanadi.

Mazkur maqolada tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi asosiy omillar tahlil qilinadi, ularni baholash usullari ko'rib chiqiladi hamda amaldagi muammolar va ularni bartaraf etish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqiladi. Bunda iqtisodiy tahlil usullari, ekspert baholari va soha bo'yicha mavjud ilmiy nazariyalarga tayangan holda ilmiy xulosalar berish maqsad qilinadi.

II. ADABIYOTLAR SHARHI

Tadbirkorlik sub'ektlari eksport faoliyatiga ta'siri etuvchi omillarni baholash mavzusida bir qator olimlar turli tadqiqotlar ham olib borishgan. Ular ichki va tashqi omillarni tadbirkorlik subyektlarining iqtisodiy va moliyaviy faoliyatiga hamda ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshligiga ta'sirini turli hil usullar asosida o'rganishgan. Global qiymat zanjirlari konsepsiyasining asoschilaridan biri, AQShlik taniqli olim **G.Gereffi** xalqaro qiymat zanjirlari (global value chains) va ularning eksport faoliyatiga ta'siriga oid tadqiqotida omillarni eksport faoliyatiga ta'sirini aniqlash uchun "**keys-stadiy**" usulini ishlatgan. **G.Gereffi** keys-stadiy usuli orqali xalqaro qiymat zanjirlari va eksport faoliyati o'rtasidagi bog'liqlikka asosiy e'tiborini qaratgan. Yaponiyalik taniqli iqtisodchi, xalqaro iqtisodiy munosabatlar va to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar sohasidagi ilmiy tadqiqotlari bilan mashhur olim K.Kenichi tadqiqotlarida ichki va tashqi omillarni eksportga ta'sirini baholashda "**Raqobatdoshlik indeksleri**" (Competitiveness Indices) usulidan foydalangan. Uning

tadqiqoti yaponiyadagi tadbirkorlik subyektlari va ularning eksport faoliyatiga omillarning ta'siriga qaratilgan. K.Kenichi tadqiqotlari natijasida raqobatdoshlik indeksleri orqali ichki va tashqi omillarning eksport faoliyatiga ta'siri bo'yicha quyidagi xulosaga keladi: **xalqaro standartlarni** joriy qilish ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sifatini oshirib, ularni jahon bozorida raqobatbardosh qiladi; eksport tarmoqlarida **RCA indeksini** tahlil qilish orqali qiyosiy ustunlikka ega mahsulotlar va tarmoqlar aniqlanadi; xalqaro standartlarni joriy qilgan mamlakatlar o'z mahsulotlarining eksport hajmi va bozordagi ulushini sezilarli darajada oshiradi.

Ushbu tadqiqotda tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, tahlil qilish va ularni baholash maqsadida bir nechta ilmiy-tahliliy usullardan foydalanildi. Har bir usul tadqiqotning ma'lum maqsadlariga erishishga xizmat qildi va olingan ma'lumotlar asosida aniq xulosalar chiqarish imkonini berdi. Quyida tadqiqotda qo'llanilgan asosiy metodlar bayon etiladi:

1. SWOT tahlil usuli. SWOT tahlili orqali tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi ichki (kuchli va kuchsiz tomonlar) hamda tashqi (imkoniyatlar va tahdidlar) omillari tizimli ravishda tahlil qilindi.

Kuchli tomonlar (Strengths) – korxonalarining ichki imkoniyatlari, masalan, ishlab chiqarish quvvati, mahsulot sifati va raqobatbardoshligi.

Kuchsiz tomonlar (Weaknesses) – moliyaviy cheklovlar, zamonaviy texnologiyalarning yetishmasligi, marketing imkoniyatlarining kamligi.

Imkoniyatlar (Opportunities) – yangi tashqi bozorlarga chiqish imkoni, davlat grantlari va eksportga qaratilgan imtiyozlar.

Tahdidlar (Threats) – raqobatning kuchayishi, tashqi bozorlarda talabning o'zgarishi, logistika muammolari.

Bu usul, omillarning ichki va tashqi tabiatini hisobga olgan holda ularni to'g'ri guruhlash va tahlil qilish imkonini berdi.

2. Ekspert baholash usuli. Ekspert baholash usuli orqali aniqlangan omillar bo'yicha ularning ta'sir darajasi baholandi. Bu jarayonda:

10 nafar amaldagi tadbirkor, shuningdek, 5 nafar sohaviy mutaxassis (iqtisodchi, eksport bo'yicha maslahatchi, logistika mutaxassisi va boshqalar)

talab qilingan ma'lumotlar asosida 1 dan 5 gacha bo'lgan ball shkalasida baholashni amalga oshirishdi. Bunda 1 – ta'siri juda past, 5 – ta'siri juda yuqori darajada degan ma'noni anglatadi. Ekspert fikrlari asosida har bir omil uchun o'rtacha ta'sir koeffitsienti hisoblab chiqildi va ularning umumiy ta'sir darajasi tahlil qilindi[2].

3. Kontent tahlil usuli. Kontent tahlil tadqiqotning empirik asosini shakllantirishda muhim rol o'ynadi. Bu usul orqali O'zbekiston Respublikasidagi quyidagi manbalarda keltirilgan ma'lumotlar tahlil qilindi:

O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi – tadbirkorlik sub'ektlarining eksport hajmlari, tarkibi, mahsulot turlari va hududlar bo'yicha taqsimoti.

O'zbekiston Savdo-sanoat palatasi – tadbirkorlarga berilayotgan qo'llab-quvvatlash choralari, eksportga doir tashkiliy axborotlar.

Iqtisodiy tahlil markazlari va ommaviy axborot vositalari – mavjud muammolar, muvaffaqiyatli tajribalar va tahlillar.

Olingan kontent ma'lumotlari ekspert baholari va SWOT tahlil natijalari bilan solishtirildi va umumiy tahlil tuzildi.

III. NATIJALAR

Tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyati - bu jahon bozorida raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish va uni tashqi bozorlarga chiqarishga qaratilgan kompleks iqtisodiy faoliyat bo'lib, unga ko'plab ichki va tashqi omillar ta'sir ko'rsatadi. Ushbu omillarni aniqlash va ilmiy asosda tahlil qilish, samarali eksport strategiyasini shakllantirish va amalga oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega.

1. Ichki omillar tahlili. Ichki omillar - bu korxonaning o'zida shakllanadigan, to'g'ridan-to'g'ri uning ichki imkoniyatlariga, boshqaruv madaniyatiga va resurslaridan foydalanish samaradorligiga bog'liq omillardir. Ular quyidagilarni o'z ichiga oladi(1-jadval):

Ishlab chiqarish va texnologik quvvat. Korxonaning ishlab chiqarish infratuzilmasi, uskunalarning zamonaviyligi, avtomatlashtirish darajasi va yangi texnologiyalarni joriy etish salohiyati — eksportga tayyor mahsulot hajmi va sifatiga bevosita ta'sir qiladi. Zamonaviy uskunalarda ishlab chiqarilgan mahsulotlar xalqaro standartlarga mos keladi va raqobatbardoshligi yuqori bo'ladi.

Mahsulot sifati va standartlarga moslik. Eksport faoliyatining samaradorligi mahsulot sifatiga, xususan, ISO 9001, ISO 22000, Oeko-Tex, HACCP kabi xalqaro standartlarga muvofiqlikka bog'liq. Standartlashtirilgan mahsulotlar tashqi bozorda ishonch va barqaror talab paydo qiladi.

Kadrlar salohiyati va boshqaruv kompetensiyasi. Korxonaning eksport faoliyatini boshqaruvchi xodimlarning bilim, ko'nikma va tajribasi yuqori bo'lsa, tashqi bozordagi murakkab munosabatlar bilan samarali ishlay olish imkoniyati ham yuqori bo'ladi. Ayniqsa, tashqi savdo shartnomalari, xalqaro huquq, logistika va marketing sohalarida mutaxassislar zarur.

Moliyaviy barqarorlik va investitsion imkoniyatlar. Eksport jarayonlari moliyaviy resurslar bilan chambarchas bog'liq. Korxonaning o'z aylanma mablag'lari, kreditga kirish imkoniyati, investitsion faolligi, valyuta xatarlarini boshqarish qobiliyati — barchasi tashqi bozorlarda faoliyat olib borish uchun muhim hisoblanadi.

Marketing va bozor tadqiqotlari. Effektiv marketing siyosati — tashqi bozorda o'z o'rniga ega bo'lish va saqlanishning asosiy omilidir. Marketing faoliyatiga brending, mahsulot pozitsiyalash, raqamli marketing, savdo kanallari va mijozlar bilan aloqalar kiradi. Shuningdek, bozor talabini doimiy tahlil qilish muhim.

2. Tashqi omillar tahlili. Tashqi omillar — bu korxonaning to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsata olmaydigan, lekin uning faoliyatiga kuchli ta'sir ko'rsatuvchi tashqi muhit faktorlaridir. Ular quyidagilardan iborat:

Makroiqtisodiy muhit. Inflyatsiya darajasi, valyuta kurslari, foiz stavkalari, iqtisodiy o'sish sur'atlari va umumiy makroiqtisodiy barqarorlik — eksport faoliyatiga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Valyuta kursining keskin o'zgarishi, masalan, mahsulot narxiga va savdo kelishuvlariga ta'sir qilishi mumkin.

Davlat siyosati va institutsional qo'llab-quvvatlash. Eksportga yo'naltirilgan davlat siyosatining mavjudligi, eksport kreditlari, imtiyozlar, subsidiyalar, texnik

ko'mak, diplomatik savdo aloqalari va "bir darcha" tizimlari tadbirkorlar uchun qulay eksport muhitini yaratadi.

Bojxona va logistika tizimi. Saralash, sertifikatlash, bojxona rasmiylashtiruv jarayonlarining shaffofligi va tezkorligi eksport jarayoni samaradorligini belgilaydi. Shuningdek, transport infratuzilmasi, logistika kompaniyalari xizmatlari, tashqi logistika xarajatlari ham muhim omillar sirasiga kiradi.

Tashqi bozor talabi va xalqaro tendensiyalar. Jahon bozoridagi talab va taklif dinamikasi, iste'molchi afzalliklarining o'zgarishi, global iqtisodiy trendlar (masalan, yashil iqtisodiyot, ekologik mahsulotlarga talab) — eksport strategiyalarini shakllantirishda inobatga olinishi zarur.

Xalqaro savdo shartnomalari va diplomatik aloqalar. O'zbekistonning YeOI, GSP+, Islomiy hamkorlik tashkiloti, ShHT, BMT kabi xalqaro tashkilotlar bilan munosabatlari, ikki va ko'p tomonlama erkin savdo shartnomalari — mahalliy mahsulotlarga tashqi bozorda kirish imkoniyatini kengaytiruvchi omildir.

Eksport faoliyati muvaffaqiyati har doim ham faqat ichki yoki faqat tashqi omillarga bog'liq bo'lmaydi. Ular o'zaro bog'liq va bir-birini to'ldiruvchi omillardir. Masalan, korxonaning yuqori texnologiyali ishlab chiqarish imkoniyati (ichki omil) tashqi bozordagi yuqori sifat talablariga mos mahsulot tayyorlash imkonini beradi. Shuningdek, davlatning bojxona tizimini raqamlashtirish tashabbuslari (tashqi omil) ichki jarayonlarni optimallashtirishga turtki bo'ladi.

Shu sababli, eksport faoliyati samaradorligini ta'minlash uchun har ikki turdagi omillarni to'liq tahlil qilish, ularning ta'sir darajasini baholash va kompleks yondashuv asosida strategik qarorlar qabul qilish zarur.

1-jadval.

Tadbirkorlik sub'ektlari eksport faoliyatiga ta'sir ko'rsatuvchi ichki va tashqi omillar

	Omil nomi	Izoh
Ichki omillar		
1.	Ishlab chiqarish quvvati	Korxona qancha miqdorda mahsulot ishlab chiqara olishi va uni barqaror yetkazib berishi eksport imkoniyatlariga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi.
2.	Mahsulot sifati va standartlarga mosligi	Eksport uchun mahsulot xalqaro standartlarga javob berishi shart. Sifatsiz va xavfsiz mahsulotlar xorij bozorida o'tmaydi.
3.	Moliyaviy barqarorlik	Eksport jarayonlari mablag' talab qiladi (sertifikatlash, logistika, marketing va x.k.). Korxonada yetarli mablag'lar bo'lmasa, eksport imkoniyatlari cheklanadi.
4.	Kadrlar salohiyati	Xorijiy tillarni biladigan, xalqaro savdo qoidalaridan xabardor mutaxassislar mavjudligi eksport faoliyati samaradorligini oshiradi.
5.	Marketing va tashqi bozor tahlili	Xorijiy iste'molchilar ehtiyojini bilish, raqobat muhitini tahlil qilish eksport strategiyasini to'g'ri yo'naltirishda muhim.

6.	Korxonaning boshqaruv strategiyasi	Korxonada eksportga yo'naltirilgan aniq maqsadlar va strategik reja mavjud bo'lishi kerak. Boshqaruvdagi beqarorlik eksportga salbiy ta'sir qiladi.
Tashqi omillar		
1.	Xalqaro bozordagi talab	Jahon bozoridagi kon'yunktura o'zgarishlari, moda va iste'mol trendlari mahsulot eksportga chiqishini belgilab beradi.
2.	Transport va logistika tizimi	Eksport mahsulotini tez va arzon yetkazish imkoni bormi? Avtomobil, temiryo'l, avia va port infratuzilmasi muhim ahamiyatga ega.
3.	Bojxona, soliq va tartib-taomillar	Xorijga chiqishda bojxona qoidalar, tariflar, litsenziyalash jarayoni qanchalik yengil – shunga qarab eksportning amaliy imkoni oshadi.
4.	Texnik to'siqlar va xalqaro standartlar talabi	Yevropa, AQSh, Yaponiya kabi bozorlarda texnik standartlar juda qattiq. Ularga moslashish uchun korxona tayyor bo'lishi kerak.
5.	Siyosiy barqarorlik va tashqi iqtisodiy munosabatlar	Xorijiy davlatlar bilan iqtisodiy aloqalar yaxshi bo'lsa, eksport jarayoni oson kechadi. Siyosiy nizolar, sanksiyalar esa to'siq yaratadi.
6.	Valyuta kurslari va moliyaviy xavflar	O'zgaruvchan valyuta kurslari eksportchi uchun riskli bo'lishi mumkin. Masalan, dollarning tushishi daromadni kamaytiradi.
7.	Davlat qo'llab-quvvatlash dasturlari	Davlat subsidiyalari, soliq imtiyozlari va eksportni qo'llab-quvvatlash dasturlari tashqi bozorga chiqishni yengillashtiradi.

Tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyati – bu ichki imkoniyatlar va tashqi muhit omillariga bog'liq murakkab jarayon. Korxona muvaffaqiyatli eksportchiga aylanishi uchun ichki tarkibiy holatni mustahkamlashi va tashqi muhit tahlilini doimiy ravishda amalga oshirishi hamda davlat tomonidan berilayotgan moliyaviy ko'maklardan samarali foydalanish lozim bo'ladi.

IV.MUXOKAMA

Yuqorida keltirilgan tashqi va ichki omillarni **omillarni baholashning eng maqbul usuli** sifatida **ball asosida reyting berish** va uni **ta'sir darajasiga ko'ra** tahlil qilishni tanlaymiz. Bu usul tushunarli, tizimli va har bir omilning eksportga ta'sirini solishtirish imkonini beradi. Ushbu tahlilda tadbirkorlik sub'ektlari eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar ekspert baholash usuli asosida belgilanadi. Bunda amaldagi tadbirkorlar, sohaviy mutaxassislar va xalqaro savdo yo'nalishida faoliyat yuritayotgan ilmiy xodimlar ishtirok etdi. Baholash jarayonida har bir omil ta'sir darajasi bo'yicha 1 dan 5 gacha ball tizimi asosida baholandi. Ballar ishtirokchilar fikrini o'rganish va umumiy fikrlarni sintez qilish asosida chiqarildi. Eng ko'p ball olgan omillar- eng muhim ta'sir etuvchi omillar sifatida belgilanadi[4].

Tahlil ishtirokchilari 8 nafar mahalliy tadbirkor, 3 nafar iqtisodchi-olim va 2 nafar xalqaro iqtisodiy munosabatlar sohasidagi mutaxassislardan iborat bo'ladi. Ushbu ekspertlar turli tajriba va faoliyat sohalarini qamrab olgani bois tahlil ob'ektiv va amaliyotga yaqin natijalarni berdi.

Ekspert baholash natijalariga ko'ra eksport faoliyatiga eng kuchli ta'sir ko'rsatuvchi ichki omillar sifatida ishlab chiqarish quvvati va mahsulot sifati (5

balldan), moliyaviy barqarorlik va kadrlar salohiyati (4 balldan) muhim o‘rin tutadi. Ular korxona ichida to‘g‘ri boshqaruv orqali yaxshilanishi mumkin(2-jadval).

2-jadval.

Ichki omillarni baholash jadvali

№	Omil nomi	Ta'sir darajasi (1–5)	Izoh
1	Ishlab chiqarish quvvati	5	Mahsulot hajmi va barqaror yetkazib berishni ta'minlaydi
2	Mahsulot sifati va standartlarga mosligi	5	Xalqaro bozorda raqobatbardoshlik uchun asosiy omil
3	Moliyaviy barqarorlik	4	Eksport xarajatlarini moliyalashda muhim
4	Kadrlar salohiyati	4	Eksport jarayonida mutaxassislar roli katta
5	Marketing va bozor tahlili	3	Bozorni noto‘g‘ri tanlash eksport samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatadi
6	Boshqaruv strategiyasi	3	Raqobatbardosh strategiyalarsiz eksport muvaffaqiyatsiz bo'ladi

Tashqi omillarning ta'siri yuqori bo‘lib, ular xalqaro bozordagi talab, transport va logistika, davlat qo‘llab-quvvatlovi (5 balldan). Bojxona va soliq tartib-taomillari, texnik to‘siqlar va xalqaro standartlar, siyosiy barqarorlik va tashqi munosabatlar (4 balldan) bilan bog‘liq (3-jadval).

3-jadval.

Tashqi omillarni baholash jadvali

№	Omil nomi	Ta'sir darajasi (1–5)	Izoh
1	Xalqaro bozordagi talab	5	Bozorda talab bo‘lmasa, eksport samarasiz
2	Transport va logistika tizimi	5	Mahsulotni o‘z vaqtida va arzon yetkazish muhim
3	Bojxona, soliq va tartib-taomillar	4	Qiyin va sekin jarayonlar eksportni cheklaydi
4	Texnik to‘siqlar va standartlar	4	Sertifikat va talablarga mos kelmasa, eksport to‘xtaydi
5	Siyosiy barqarorlik va tashqi munosabatlar	4	Bozorga chiqish imkoniyati davlatlararo munosabatlarga bog‘liq
6	Valyuta kurslari va moliyaviy xavflar	3	Daromad va xarajatga ta'sir ko'rsatadi, lekin nazorat qilib bo‘lmaydi
7	Davlat qo‘llab-quvvatlash dasturlari	5	Subsidiya va imtiyozlar eksportni rag‘batlantiradi

V.XULOSALAR

Olib borilgan tahlil natijalari tadbirkorlik sub'ektlarining eksport faoliyatiga ta'sir etuvchi asosiy omillarni aniqlash va ularning ta'sir darajasini baholash imkonini

berdi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, eksport faoliyatining samaradorligi, avvalo, korxonalarning ichki resurs salohiyati va tashqi muhit omillariga bog'liq. Eksport faoliyatini shakllantirish va rivojlantirishda hal qiluvchi ahamiyat kasb etuvchi omillar sifatida quyidagilar ajratib ko'rsatildi:

Mahsulot sifati va xalqaro standartlarga muvofiqlik – tashqi bozorlarga chiqishda eng muhim talablardan biri sifatida baholanadi. Xususan, ISO 9001, HACCP, Oeko-Tex kabi standartlarga mos mahsulotlar tashqi bozorlarda yuqori raqobatbardoshlikka ega bo'ladi.

Ishlab chiqarish quvvati va texnologik salohiyat – mahsulotni zarur hajmda va tezkor yetkazib berish imkonini, eksport shartnomalarini to'liq va o'z vaqtida bajarish uchun asosiy omil hisoblanadi[5].

Xalqaro bozordagi talab va uning dinamikasi – tashqi bozordagi iste'molchi ehtiyojlarini bilish va ularga mos mahsulot taklif etish eksport hajmlarini oshirishga xizmat qiladi.

Davlat tomonidan ko'rsatiladigan qo'llab-quvvatlash choralari – eksport kreditlari, soliq imtiyozlari, logistika xarajatlarini qoplash, ma'lumotlar bazalariga kirish imkoniyati kabi mexanizmlar orqali tadbirkorlar eksportga jalb qilinadi.

Shuningdek, tahlilda ichki omillar va tashqi omillar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik ochiq-oydin namoyon bo'ldi. Ichki omillar korxonaning ichki boshqaruv samaradorligiga, ichki resurslardan oqilona foydalanishga bog'liq bo'lsa, tashqi omillar makroiqtisodiy muhit, siyosiy barqarorlik, xalqaro munosabatlar, logistika infratuzilmasi kabi omillar orqali shakllanadi[6].

Ichki omillar tahlili:

Resurs salohiyati – ishchi kuchi, xom ashyo va energiya resurslari, texnologik jihozlar va moddiy-texnika bazasi eksport imkoniyatlarini belgilaydi.

Kadrlar kompetensiyasi – eksport operatsiyalari, xalqaro shartnomalar va tashqi savdo siyosati bo'yicha bilimli mutaxassislar yetishmasligi eksportni cheklovchi omil hisoblanadi.

Marketing faoliyati – tashqi bozorlar uchun maqsadli reklama, brending va elektron savdo platformalarida faol ishtirok etish muhim hisoblanadi.

Moliyaviy barqarorlik – eksportni moliyalashtirish imkoniyatlari, kreditga erishish, valyuta xatarlarini boshqarish qobiliyati yuqori samaradorlikka ega eksportni ta'minlaydi.

Tashqi omillar tahlili:

Makroiqtisodiy muhit – inflyatsiya darajasi, valyuta kurslari, foiz stavkalari kabi ko'rsatkichlar tashqi iqtisodiy faoliyatga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Bojxona-logistika tizimlari – tovarlarni yuborishda soddalashtirilgan tartiblar, transport infratuzilmasi va bojxona rasmiylashtiruv jarayonlari eksport jarayonini yengillashtiradi.

Xalqaro savdo munosabatlari va kelishuvlar – ikki tomonlama va ko'p tomonlama savdo bitimlari, mintaqaviy savdo ittifoqlari (masalan, YeOIL, GSP+, WTO va boshqalar) eksport salohiyatiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

Olib borilgan tahlillar natijalariga ko'ra, tadbirkorlik sub'ektlarining tashqi bozorlarda samarali ishtirokini ta'minlash, ularning eksport salohiyatini kuchaytirish

va umummilliy iqtisodiy o'sishga hissa qo'shish maqsadida quyidagi amaliy chora-tadbirlar taklif etiladi:

1. Mahsulot sifati va xalqaro standartlarga muvofiqlikni ta'minlash. Mahsulot sifati xalqaro talablar asosida ta'minlash eksportni rivojlantirishning muhim va hal qiluvchi sharti hisoblanadi. Bunda korxonalarda sifat menejmenti tizimlarini joriy etish, ularni ISO 9001, ISO 22000, HACCP, Oeko-Tex, Global GAP kabi xalqaro standartlar asosida sertifikatlashtirish dolzarb ahamiyatga ega. Davlat va mahalliy hokimiyat organlari tomonidan mahsulotlar sertifikatlashtirish jarayonlarini soddalashtirish, tegishli organlar bilan hamkorlikda ma'naviy, huquqiy va moliyaviy ko'mak berish kerak. Eksportga yo'naltirilgan korxonalarda ixtisoslashgan sifat nazorati bo'linmalari faoliyatini kuchaytirish va laboratoriya infratuzilmasini modernizatsiya qilish zarur. Bu orqali tashqi bozorlarda ishonchli va raqobatbardosh "Made in Uzbekistan" brendini shakllantirish imkoni yaratiladi[6].

2. Mutaxassislar tayyorlash va malaka oshirish tizimini takomillashtirish. Eksport jarayoni yuqori darajada mutaxassislikni talab qiluvchi kompleks jarayondir. Shu sababli, mutaxassislarni tayyorlash va ularning malakasini oshirish davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlik asosida qayta ko'rib chiqilishi lozim. Bunda xalqaro savdo, logistika, bojxona huquqi, raqamli marketing va eksport shartnomalarini boshqarish bo'yicha ixtisoslashgan kasbiy ta'lim kurslari tashkil etish maqsadga muvofiq. Oliy ta'lim muassasalarida eksport boshqaruvi, xalqaro biznes va tashqi iqtisodiy faoliyat bo'yicha ixtisoslashgan ta'lim yo'nalishlarini rivojlantirish, amaliyotga yo'naltirilgan darslar, trening va stajirovkalar tashkil etish zarur. Xususiy sektor va professional uyushmalar ishtirokida "eksport boshqaruvchisi" yoki "xalqaro savdo mutaxassisi" kabi yangi kasb standartlari ishlab chiqilishi maqsadga muvofiq.

3. Eksport infratuzilmasini yaxshilash va davlat qo'llab-quvvatlashini kengaytirish. Tashqi bozorga chiqishda infratuzilmaning samarali faoliyati va davlat tomonidan beriladigan rag'batlar hal qiluvchi omillar sirasiga kiradi. Shu munosabat bilan:

Eksport kreditlari, eksport kafolatlari, subsidiyalar va grantlar dasturlari kengaytirilishi, ulardan kichik va o'rta biznes sub'ektlarining keng foydalanishi ta'minlanishi lozim;

"Bir darcha" tamoyili asosida eksportga xizmat ko'rsatuvchi yagona markazlarni tashkil etish va ularni elektron hujjat aylanmasi bilan ta'minlash talab etiladi;

Bevosita eksport logistika markazlari, qo'shma ekspeditor kompaniyalari, yaxlit eksport tarmoqlari (klasterlar) ni vujudga keltirish orqali logistika xarajatlari kamaytirilishi mumkin;

Import hom ashyosiga bog'liq eksportchilar uchun yagona bojxona to'lovlari va tezkor rasmiylashtirish tizimlari joriy etilishi eksportni jadallashtiradi.

4. Tashqi bozorlarni tahlil qilish va raqamli marketingni keng joriy etish. Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida tashqi bozorlarda muvaffaqiyatli faoliyat olib borish uchun raqamli vositalardan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda davlat va xususiy sektor hamkorligida xorijiy bozorlar to'g'risidagi interaktiv ma'lumot platformalari, onlayn ma'lumotlar bazalari, bozor tahlili xizmatlari yaratilishi lozim. B2B va B2C elektron platformalar orqali mahsulotlarni targ'ib qilish,

eksportga ixtisoslashgan elektron tijorat portallarini yaratish raqobatbardoshlikni oshiradi. Tashqi bozorlardagi talab, iste'molchi afzalliklari va narxlar to'g'risida doimiy marketing tadqiqotlari va big data tahlillarini yo'lga qo'yish lozim. Korxonalarda raqamli marketing bo'yicha ichki salohiyatni kuchaytirish, ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketing orqali yangi mijozlar bazasini shakllantirish zarur[7].

Yuqorida bayon etilgan takliflarni amalga oshirish — bu faqatgina tadbirkorlik sub'ektlari uchun emas, balki umummilliy iqtisodiy barqarorlik, valyuta tushumlari oshishi va mahalliy ishlab chiqarishni tashqi bozorlar bilan integratsiyalashuvi uchun ham strategik ahamiyatga ega. Har bir chora tadbir tizimli va maqsadli amalga oshirilsa, O'zbekistonning eksport salohiyati barqaror o'sish yo'liga kirishi tabiiy hol bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. OECD. *Export Performance and Competitiveness Indicators: Methodologies and Applications*. – OECD Trade Policy Papers. 2020.
2. UNCTAD *Trade and Development Report 2021: From Recovery to Resilience*. – United Nations. 2021.
3. Okboev A.R., O.J.Ashurkulov Directions for the introduction of an integrated quality management system to increase the competitiveness of light industry enterprises // South Asian Journal of Marketing & Management Research (SAJMMR). Vol.10, Issue 11, November 2020 Impact Factor: SJIF#23 2020= 7.11. pp. 107-10.
4. Kuratko D., Hodgetts R. *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. – Mason: South-Western Cengage Learning. 2007.
5. Khudoyberganov N. B. *O'zbekiston tashqi savdo siyosatini takomillashtirishda eksport faoliyatini strategik boshqarish masalalari*. // "Iqtisodiyot va ta'lim" jurnali, 2022y. №4.
6. Murodov A. A. *Eksport faoliyatining iqtisodiy samaradorligini baholash metodologiyasi (O'zbekiston misolida)*. – Monografiya. – Toshkent: Fan. 2019
7. Akboev, A. (2020). Управление конкурентоспособностью брендов на предприятиях швейно-трикотажной отрасли. Экономика И Образование, 1(6), 132-137.
8. Okboyev, AR (2020). Social Network Marketing and Its Development. International Journal of Research in Management & Business Studies (IJRMBS 2020), 7 (3), 38-42.
9. Rasuljanovich, OA (2023). EXISTING PROBLEMS IN INNOVATIVE DEVELOPMENT OF NAMANGAN REGION AND THEIR SOLUTIONS. Conference , 19-24.
10. Oqboyev, A. (2024). Tadbirkorlik subektlarida xalqaro sifat standartlarini joriy etish tahlili.
11. Oqboyev, A. (2025). Tadbirkorlik subyektlari faoliyatida xalqaro standartlarni joriy etish metodologiyasi. MUHANDISLIK VA IQTISODIYOT, 3(1).
12. Oqboyev A.R. Tadbirkorlik subyektlari eksport faoliyatida xalqaro standartlarini joriy etishning xorij tajribasi //Innovations in Science and Technologies" ilmiy-elektron jurnali. – Toshkent- 2025.- №2. – B. 145-153.