

O‘ZBEKISTON EKSPORT FAOLIYATIDA MARKETINGNING O‘RNI

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Makroiqtisodiyot kafedrasi professori

Maxmudov Nosir

Magistr - Isomjonov Olimjon Otabek o‘g‘li

Annotatsiya. Ushbu maqolamizda O‘zbekiston eksport faoliyatida marketingning o‘rni haqida so‘z yuritamiz. Eksport siyosatida marketing qanday olib boriladi? – shu savolga javob topamiz.

Kalit so‘zlar: Eksportni rivojlantirish agentligi, milliy eksport, eksport, eksport faoliyati, tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash, muammolarni bartaraf etish, **eksport salohiyati**, mahalliy eksport qiluvchilar, moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, davlat jamg‘armalari.

Annotation: In this article, we will talk about the role of marketing in Uzbekistan's export activities. How is marketing carried out in export policy? - we will find an answer to this question.

Keywords: Export Development Agency, National Export, Export, Export Activities, Entrepreneur Support, Troubleshooting, Export Potential, Local Exporters, Financial Support, Government Funds.

Аннотация: В этой статье мы поговорим о роли маркетинга в экспортной деятельности Узбекистана. Как осуществляется маркетинг в экспортной политике? - мы найдем ответ на этот вопрос.

Ключевые слова: Агентство по развитию экспорта, Национальный экспорт, Экспорт, Экспортная деятельность, Поддержка предпринимателей, Устранение неполадок, Экспортный потенциал, Местные экспортеры, Финансовая поддержка, Государственные фонды.

O‘zbekiston Respublikasi tomonidan o‘tish davrida olib borilgan iqtisodiyot siyosatini negizi haqida gapiradigan bo‘lsak, ushbu vaqtni ichki ishlab chiqarish yo‘nalishlarni rivojlantirish, milliy ishlab chiqarish korxonalarini qo‘llab-quvvatlash payti deb tasvirlasa bo‘ladi. Ushbu siyosatning asosiy omili bu ichki ishlab chiqaruvchilarni qattiq himoya qilish bojxona-tarifli hamda bojxonasiz tartiblash elementlari aralashgan tizim hamda rasmiy kurs bo‘yicha valyuta almashtirish imkoniyati bo‘lgan milliy ishlab chiqaruvchi korxonalarini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan dollarga nisbatan yuqori darajada oshirilgan kursga ega milliy valyuta siyosatidir. Xuddi shu kursning o‘zi milliy iste‘mol mahsulotlari importini pasaytirishga qaratilgan.

Natijada o‘nlab yangi uyushmalar hamda rivojlanish darajasi katta bo‘lgan ko‘pdan-ko‘p ishlab chiqarish yo‘nalishlari yuzaga keldi. Bunga misol yirik avtomobil

ishlab chiqaruvchi uyushmalar va o'nlab avtomobil ehtiyot qismlarini yetkazib beruvchi xususiy firmalarni o'z ichiga olgan avtomobil klasteridir. Hozirda kichik va xususiy biznesda turli xil mahsulotlarni ishlab chiqaruvchi hamda ichki bozorni faol egallayotgan mulkdorlar shakllangan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoniga muvofiq, shuningdek, eksport faoliyatini qo'shimcha qo'llab-quvvatlash orqali mahalliy mahsulotlarning yangi istiqbolli bozorlarga kirib borishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish maqsadida:

Eksportni rag'batlantirish agentligi tomonidan eksportoldi va eksport bilan bog'liq savdo operatsiyalarini moliyalashtirish uchun ajratiladigan moliyaviy resurslar hisobidan berilgan kreditlarni o'z vaqtida so'ndirib kelayotgan tadbirkorlik sub'ektlariga kreditning so'ndirilgan qismiga mutanosib ravishda qo'shimcha kreditlar ajratishga ruxsat etiladi;

- 2024 yil 1 yanvarga qadar Yevropa, Turkiya, Misr va Marokash davlatlariga gazlama, trikotaj mato mahsulotlarini eksport qilishda tashish xarajatlarining 70 foizini kompensatsiya qilishga subsidiyalar taqdim etiladi.

- Tashqi savdo, investitsiyalar, mahalliy sanoatni rivojlantirish va texnik jihatdan tartibga solish masalalari bo'yicha Hukumat komissiyasi (J.Xodjayev) ikki hafta muddatda Eksportni rag'batlantirish agentligi tomonidan tijorat banklariga eksport bilan bog'liq savdo operatsiyalari va eksportoldi moliyalashtirish kreditlari uchun moliyaviy resurslar taqdim etish hamda eksport qilishda tashish xarajatlarining bir qismini kompensatsiya qilish tartiblariga tegishli o'zgartirish kiritilsin.

- O'zbekiston Respublikasi Prezidentining ayrim farmonlariga ilovaga muvofiq o'zgartirishlar kiritilsin.

- Mazkur Farmonning ijrosini nazorat qilish Bosh vazir o'rinbosari J.A.Xodjayev zimmasiga yuklansin.

Hozirda bo'lib o'tayotgan islohotlar import o'rnini bosish modeli doirasida o'sish imkoniyati cheklanganligidan kelib chiqmoqda. Ushbu modelning natijalaridan kelib chiqib, yangi modelga o'tish chora-tadbirlarini ko'rish darkor.

Hozirda O'zbekistonda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar asosan Markaziy Osiyo va uning atrofida joylashgan Mustaqil davlatlar hamdo'stligiga a'zo davlatlarda sotilmoqda.

Bizning maqsadimiz nafaqat Markaziy Osiyo, balki, undan tashqari davlatlarda ham o'z mahsulotlarimizni sotishdir. Buning uchun barcha shart-sharoitlar mavjud. Ammo, aytish joizki, muammolar ham yetarli.

Birinchi o'rinda raqobat. Xitoy, Pokiston, Eron va boshqa davlatlar bilan kuchli raqobat mavjud.

Bizni eksport bilan shug'ullanadigan korxonalarini, hamda ularning

mahsulotlarini chet el bozorlarida hech kim kutmayotganini va ularni zabt etish zarurligini barchamiz tushunib yetishimiz zarur. Buni amalga oshirishga ko‘maklashuvchi omillardan biri yangi bozorga kirib borishda mahsulot narxini arzonroq qilish marketing strategiyasi. Ushbu strategiya dunyoda keng qo‘llaniladi. Odatda, bu strategiyani agressiv eksport siyosatini olib boruvchi davlatlar korxonalarini qo‘llaydi (Xitoy, Janubiy Koreya, Eron korxonalarini).

Uning asosiy ma‘nosi shundaki, eksport bilan shug‘ullanadigan korxonalar ist’yemolchilar ishonchini qozonish va yangi bozorga kirib borish uchun o‘z mahsulotlarini arzonroq narxda sotishadi. Ular yangi bozorga kirib borish uchun mahsulotlarini eng arzon narxda hech qanday daromadsiz va ayrim bosqichlarda hattoki ziyon keltiruvchi narxlarda ham sotishlari mumkin.

Faqatgina bozorga to‘liq qirib borgandan va iste‘molchilar ishonchini qozongandan keyingina narxlarni ko‘tarish va hattoki bozorga o‘z qonun qoidalarini singdirish imkoniyati paydo bo‘ladi.

Mahsulotlar ishlab chiqarish va ularni chet elga eksport qilish bo‘yicha yetakchi davlatlar hisoblangan Janubiy Koreya, Xitoy, Turkiya kabi davlatlarda faoliyat yuritayotgan yirik kompaniyalar (Samsung, Hyunday, Midea, Arçelik va boshqalar) tajribasi tahlili shuni ko‘rsatadiki, kompaniyalar o‘z mahsulotining narxini eksport qilayotgan davlatlardagi bozor konyukturasiidan kelib chiqqan holda belgilashadi va raqobatdoshlariga nisbatan arzonroq narxda sotishadi. Ko‘p hollarda, ushbu narxlar mahsulot ishlab chiqarilgan davlatda sotilayotgan narxlaridan ancha arzon.

Xususan, Xitoyda ishlab chiqarilgan sovutgichlar bo‘yicha quyidagi vaziyat kuzatilmoqda.

Brend	Samsung	Midea
Model	RB33J3420SS/WT	HD-377RN(W)
Hajmi (litr)	328 l	278 l
Mahsulotning tan narxi		
Xitoyda	521,0 AQSh dollari	282,0 AQSh dollari
Qozog‘istonda	495,0 AQSh dollari	219,0 AQSh dollari
Qirg‘izistonda	480,0 AQSh dollari	234,0 AQSh dollari
Tojikistonda	492,0 AQSh dollari	240,0 AQSh dollari

Ushbu jadval ko‘rsatib turganidek, Xitoy sovutgichlarining narxi Xitoyda va Markaziy Osiyo bozorlarida 5-6 foizga farq qiladi, ayrim sovutgichlar markalarida esa narx 30 foizgacha farqlanishi mumkin.

O‘zbek eksporti bilan shug‘ullanayotgan korxonalar tomonidan qo‘shni davlatlarning bozorlarini zabt etish jarayoni ham dastlabki narxlar dempingi strategiyasi yordamida amalga oshiriladi.

Ushbu marketing strategiyasi o‘zbek avtomobil texnikasini qo‘shni davlatlarda

sotishda qo‘llaniladi. Qozog‘iston hamda Qirg‘izistonda eksport va ichki narxlarning orasidagi farq esa ayrim vaziyatlarda 10-20 foizni tashkil qiladi.

Hozirda qo‘shni davlatlar bozorlarini mahalliy plastmassadan yasalgan mahsulotlar (quvurlar, mebel, idish-tovoq), mebel, maishiy kimyoviy mahsulotlar ishlab chiqaruvchi korxonalar faol zabt etmoqda, xususan, ular o‘z mahsulotlarini eksportda 5 foizdan 15-20 foizgacha arzon narxlar belgilab, ana shunday agressiv narxlar siyosatini olib bormoqdalar. Mebel ishlab chiqaruvchilar bilan ham shunday holat kuzatilmoqda.

Elektrotexnika ishlab chiqaruvchi korxonalar o‘z mahsulotlarini Qirg‘iziston, Tojikiston, Afg‘oniston bozorlarida faol sotishda bunday siyosatni qo‘llashni bir-bir yarim yil oldin boshlagan, bu esa O‘zbekiston bozoridagi ichki narxlaridan 10-20 foiz farq qiladi.

Aytish mumkinki, 2021 yilgacha bo‘lgan davrda iqtisodiy islohotlar strategiyasi yalpi ichki mahsulotda sanoatning ulushi ortib, mahalliy mahsulotlar eksportini faollashtirish orqali iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishni nazarda tutadi. Bu holda eksport tarkibidagi xom ashyo ulushini kamaytirish va yuqori qiymatli qo‘shimcha mahsulotlar ulushini ko‘paytirish zarur.

Iqtisodiy transformatsiya eksportga yo‘naltirilgan iqtisodni shakllantirishga qaratilgan bo‘lishi lozim, eksport o‘sishi esa qo‘shimcha (asosiy bo‘lmagan) mahsulotlar eksport miqdorini ko‘paytirish yordamida amalga oshirilishi lozim.

Bu turdagi mahsulotlarni tashqi bozorlarga eksport qilish, ushbu mahsulotlarni ishlab chiqarish iqtisodiy samaradorligini ta‘minlashning asosiy yo‘li hisoblanadi. Aynan shu eksport xom ashyo va ehtiyot qismlarni import qilish uchun zarur bo‘lgan valyutaning tushimini ta‘minlaydi.

Ayni paytda eksport o‘zbek ishlab chiqaruvchilarining raqobatbardoshligi (meva, sabzavot mahsulotlari, to‘qimachilik va boshqalar)ga ega bo‘lgan mahsulotlarning ko‘rsatgichi past darajada ekanligini ko‘rishimiz mumkin. Shu bilan birga, O‘zbekistonning eksport tuzilmasini yuqori daromadli o‘rtacha guruh bilan taqqoslaydigan bo‘lsak (aholi jon boshiga 9 ming AQSh dollar) tovarlar eksportining umumiy hajmida tayyor mahsulot ulushida jiddiy bo‘shliqni ko‘rsatmoqda.

Shuningdek, ushbu ko‘rsatkich Makedoniya va Turkiyada – 2,1 marta, Tailand va Ruminiyada – 2 marta, Malayziyada – 1,6 martani tashkil qiladi.

Shuningdek, o‘rta va uzoq muddatli istiqbolda iqtisodiy siyosatning asosiy vazifasi qayta ishlash sanoatini rivojlantirish hamda yuqori qiymatli qo‘shimcha mahsulotlar ishlab chiqarishni taqozo etadi.

Xulosa:

Bugungi kunda bo‘lib o‘tayotgan islohotlar import o‘rnini bosish modeli doirasida o‘shish imkoniyati cheklanganligidan kelib chiqmoqda. Ushbu modelning natijalaridan kelib chiqib, yangi modelga o‘tish chora-tadbirlarini ko‘rish darkor.

Hozirda, O‘zbekistonda uzoq vaqtga mo‘ljallangan siyosiy, iqtisodiy va davlatning ijtimoiy modernizatsiya strategiyasini amalga oshirish niyatida import o‘rnini bosish siyosatidan eksportga yo‘naltirilgan siyosatga ketma-ket o‘tish chora-tadbirlari ko‘rilmoqda.

Shavkat Mirziyoyevning amalga oshirayotgan islohotlar dasturidagi asosiy yo‘nalishi – bu import o‘rnini bosish modelidan faol sanoat siyosatiga hamda O‘zbekistonning avvalgi bosqichida boshlangan agrar-sanoat tartibdan sanoat tartibga o‘tish tizimiga tayanuvchi eksportga mo‘ljallangan modelga ketma-ket o‘tishdir.

Shavkat Mirziyoyev prezident bo‘lib saylangan paytdan boshlangan ushbu yangi bosqichda, yuqori darajaga ko‘tarilish, eksportga mo‘ljallangan rivojlanishga qaratilgan raqobatga chidamli iqtisodiyotni shakllantirish, yuqorida aytilgan muammolarni bartaraf etish zarur edi. Besh yil oldin eksport bilan shug‘ullanadigan xususiy korxonalar yetishmaganligi sababli, yangi modelga o‘tish haqida gap bo‘lishi ham mumkin emas edi. Hozirda esa ushbu korxonalar kerakli darajada shakllandi.

Agar, davlat eksportida kichik hamda xususiy biznesning o‘rni 10 foizdan past bo‘lsa, eksportga mo‘ljallangan iqtisodning rivojlanishi to‘g‘risida gapirish juda qiyindir. Kichik va xususiy biznes segmentining atigi 20 foizi mahsulot ishlab chiqarish bilan shug‘ullanadi. Qolgan qismi esa xizmat ko‘rsatish sohasida faoliyat yuritadi. Ularning o‘shishiga sharoit yaratish uchun jadal rivojlanish zarur. Yuzaga kelgan muammolarni bartaraf qilish ishlari 2016 yilning beri boshlab, davom etib kelmoqda.

Oxirgi yillarda hukumat tomonidan olib borilayotgan faoliyat haqida gapiradigan bo‘lsak, mening fikrimcha, eksportga mo‘ljallangan iqtisodiyotning rivojlanishini jadallashtirish faoliyati yuqori darajada tizimlashtirilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yhati:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 21-dekabrda “Tadbirkorlik subyektlarining eksport faoliyatini qo‘llab-quvvatlashning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-268-son Farmoni.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Eksport faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashni yanada kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti “Tashqi bozorlarda mahalliy mahsulotlar raqobatdoshligini ta‘minlash va eksportini rag‘batlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni.
5. <https://lex.uz> - O‘zbekiston Respublikasi Qonunlar bazasi.
6. [https://dunyo.info/uz-O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligining "Dunyo" axborot agentligi rasmiy veb-sahifasi.](https://dunyo.info/uz-O'zbekiston-Respublikasi-Tashqi-ishlar-vazirligining-Dunyo-axborot-agentligi-rasmiy-veb-sahifasi)
7. <https://kun.uz>.
8. <https://elibrary.uz>.