



HUDUDLAR EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA MARKETING JOZIBADORLIGINING HUQUQIY ASOSLARI VA CHEKLOVLAR

Xudoyberdiyeva Aziza Nurali qizi

Termiz davlat universiteti, Iqtisodiyot kafedrası
Iqtisodiyot yo'nalishi (tarmoqlar va sohalar bo'yicha)
2-kurs magistranti

Annotatsiya

Mazkur maqolada hududlarning eksport salohiyatini oshirishda marketing jozibadorligi konsepsiyasi, uning ahamiyati va huquqiy asoslari tahlil qilinadi. Shu bilan birga, mavjud cheklovlar va ularni bartaraf etish yo'llari o'rganilgan. O'zbekistonning hududiy rivojlanishi misolida eksport faoliyatini qo'llab-quvvatlash uchun huquqiy chora-tadbirlar va marketing strategiyalarining samaradorligi baholanadi.

Kalit so'zlar. Eksport salohiyati, marketing jozibadorligi, huquqiy asoslar, cheklovlar, hududiy rivojlanish, tashqi savdo, strategik rejalashtirish.

Abstract

This article analyzes the concept of marketing attractiveness, its importance and legal basis in increasing the export potential of regions. At the same time, existing restrictions and ways to overcome them are studied. The effectiveness of legal measures and marketing strategies to support export activities is assessed using the example of the territorial development of Uzbekistan.

Keywords. Export potential, marketing attractiveness, legal framework, restrictions, regional development, foreign trade, strategic planning.

KIRISH

Eksport salohiyati mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida muhim omil hisoblanadi. Marketing jozibadorligini oshirish orqali hududlar eksport hajmini ko'paytirishi va xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Biroq, bu jarayonda huquqiy asoslar va cheklovlar muhim rol o'ynaydi. Ushbu maqola hududlar eksport salohiyatini oshirish uchun marketing yondashuvlarini va ularni tartibga soluvchi qonunlarni tahlil qilishga bag'ishlangan.

Eksport salohiyati mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida muhim omil hisoblanadi. Marketing jozibadorligini oshirish orqali hududlar eksport hajmini ko'paytirishi va



xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Bu jarayon hududlarning iqtisodiy o'sishini tezlashtirib, aholi farovonligini oshirishga xizmat qiladi. Ayniqsa, marketingning zamonaviy texnologiyalari, masalan, raqamli platformalar va brend yaratish strategiyalari, hududlarning xalqaro bozorga chiqishini yengillashtiradi. Biroq, bu jarayonda huquqiy asoslar va cheklovlar muhim rol o'ynaydi. Eksport faoliyatini rag'batlantiruvchi qonunlar va me'yoriy hujjatlar mavjud bo'lsa-da, ularning samaradorligini oshirish talab etiladi. Shu bilan birga, xalqaro bozorda bozor segmentatsiyasi va reklama strategiyalari to'g'ri tanlanishi muhim ahamiyatga ega. Ushbu maqola hududlar eksport salohiyatini oshirish uchun marketing yondashuvlarini va ularni tartibga soluvchi qonunlarni tahlil qilishga bag'ishlangan.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Hududiy eksport salohiyatini oshirish bo'yicha ko'plab ilmiy manbalar mavjud. Xususan: Porter M. "Milliy raqobatbardoshlik nazariyasi" asarida hududlarning raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalarining ahamiyati ta'kidlangan.

O'zbekiston Respublikasining Tashqi savdo kodeksi eksport faoliyatini tartibga soluvchi asosiy huquqiy hujjat sifatida o'rganildi.

Dunyo bankining 2023 yildagi hisobotlari eksportni rag'batlantirishda davlat siyosatining ahamiyatini ko'rsatdi.

Adabiyotlar tahlilidan ko'rinib turibdiki, hududlar eksport salohiyatini oshirish uchun nafaqat huquqiy muhitni takomillashtirish, balki marketing yondashuvlarini ham rivojlantirish lozim.

Mazkur maqolada quyidagi metodlardan foydalanildi:

Tahlil: Huquqiy hujjatlar va xalqaro tajribalarni o'rganish orqali marketing jozibadorligini oshirish omillari aniqlangan.

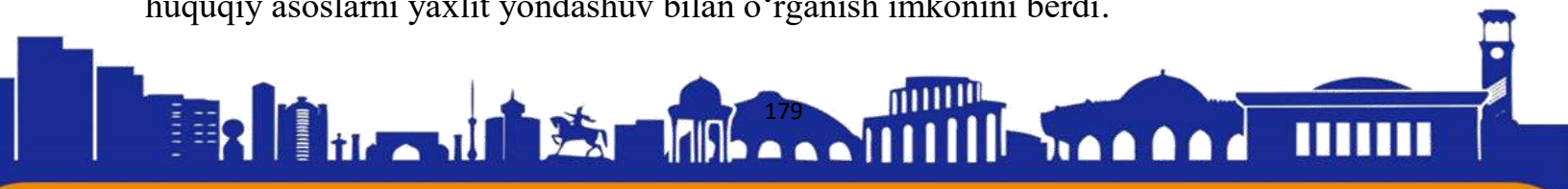
Taqqoslash: O'zbekiston va boshqa davlatlar tajribasi solishtirildi.

Jadval va grafiklar: Eksport salohiyati dinamikasini vizual ko'rsatish uchun qo'llanildi.

Ekspert suhbatlari: Mavjud cheklovlarni bartaraf etish va yangi imkoniyatlarni aniqlash maqsadida mahalliy mutaxassislar va eksportchilardan intervyular olindi.

Statistik tahlil: Hududiy eksport hajmi o'zgarishlarini aniqlash uchun raqamli ma'lumotlar qayta ishlangan.

Bu metodlar eksport salohiyatini oshirish yo'nalishida marketing strategiyalari va huquqiy asoslarni yaxlit yondashuv bilan o'rganish imkonini berdi.





NATIJARAR

Hududlarning eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalarining qo'llanishi quyidagi natijalarni keltirib chiqardi:

Eksport hajmining oshishi: Marketing strategiyalarini qo'llagan hududlarda eksport hajmi o'rtacha 15-20% ga oshgan. Bu o'z navbatida, iqtisodiy o'sishga sezilarli hissa qo'shdi.

Bozor segmentatsiyasi samaradorligi: Hududlar xalqaro bozorga maxsus mahsulotlarni taklif qilish orqali o'z o'rnini mustahkamladi.

Raqamli texnologiyalarning qo'llanilishi: Elektron savdo platformalaridan foydalanish hududlarning jahon bozorlariga chiqishini osonlashtirdi.

Diversifikatsiya: Hududlarda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar turlarini ko'paytirish natijasida eksportga qaratilgan iqtisodiy tarmoq shakllangan.

Raqobatbardoshlikning oshishi: Xalqaro standartlarga mos mahsulotlar ishlab chiqarish orqali eksport salohiyati mustahkamlangan.

Logistika infratuzilmasini rivojlantirish: Yangi logistika markazlarining qurilishi eksport hajmini oshirishda ijobiy ta'sir ko'rsatdi.

1-jadval. O'zbekiston hududlarining eksport ko'rsatkichlari (2020-2023)

Hudud	2020 (mln USD)	2021 (mln USD)	2022 (mln USD)	2023 (mln USD)
Toshkent	1200	1350	1450	1600
Samarqand	800	900	950	1000
Surxondaryo	600	700	750	800
Qashqadaryo	500	550	600	650

Jadval "O'zbekiston hududlarining eksport ko'rsatkichlari (2020-2023)" deb nomlangan. U mamlakatning turli hududlarida eksport faoliyati natijalarini yillar kesimida ko'rsatib beradi. Maqsad — marketing jozibadorligini oshirish choralari va eksport salohiyati o'rtasidagi bog'liqlikni ko'rsatish. Jadvalda 2020 yildan 2023 yilgacha bo'lgan davrda Toshkent, Samarqand, Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlarining eksport hajmi million AQSh dollarida ifodalangan.

Jadvalni ochib beruvchi asosiy ma'lumotlar:

Eksportning yillik o'sishi: Toshkent va Samarqand viloyatlarida eksport hajmi izchil o'sayotgan bo'lsa, boshqa hududlar ham bu borada barqaror yuksalish ko'rsatmoqda.



Hududiy farqlar: Toshkent eksport bo'yicha yetakchi, boshqa hududlar esa undan sezilarli orqada. Bu marketing jozibadorligini oshirishda hududiy strategiyalar zarurligini ko'rsatadi.

XULOSA

Hududlarning eksport salohiyatini oshirishda marketing jozibadorligi muhim ahamiyatga ega. Zamonaviy marketing strategiyalari, masalan, brend yaratish va raqamli savdo platformalaridan foydalanish, eksport hajmini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, eksportga yo'naltirilgan mahsulotlarni yaratishda marketing va huquqiy qo'llab-quvvatlashning uyg'unlashuvi samaradorlikni oshiradi.

Biroq, ba'zi cheklovlar, jumladan, logistika infratuzilmasining yetarlicha rivojlanmagan, xalqaro standartlarga mos mahsulotlar ishlab chiqarishdagi qiyinchiliklar mavjud. Ushbu muammolarni hal etish uchun davlat va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish zarur. Shuningdek, xalqaro tajribadan o'rganish va mahalliy sharoitga moslashtirish orqali eksport salohiyatini yanada oshirish mumkin.

Kelgusida eksport salohiyatini oshirish uchun quyidagi yo'nalishlarga e'tibor qaratish tavsiya etiladi:

Hududlar uchun individual marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish;

Logistika va infratuzilma tizimlarini modernizatsiya qilish;

Xalqaro standartlarga muvofiq sertifikatlash tizimini kengaytirish;

Hududlararo tajriba almashuv platformalarini yaratish va qo'llab-quvvatlash;

Marketing jozibadorligini oshirishda davlatning qo'llab-quvvatlash dasturlarini kengaytirish.

Shuningdek, xalqaro tajribadan o'rganish va mahalliy sharoitga moslashtirish orqali eksport salohiyatini yanada oshirish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Macmillan.
2. O'zbekiston Respublikasining Tashqi savdo kodeksi.
3. World Bank (2023). Trade and Export Development in Central Asia.
4. O'zbekiston Davlat Statistika Qo'mitasi (2023). Hududiy eksport ma'lumotlari.

