SCIENCE HUB REVIEW
2026
Volume 1
Issue 3
www.sciencehubreview.uz
ILMIY ELEKTRON JURNAL

YENGIL SANOAT KORXONALARIDA QO‘SHILGAN QIYMAT ZANJIRINI CHUQURLASHTIRISHNING EKSPORT SALOHIYATIGA TA’SIRI

Ilmiy rahbar: Mirzayev Ozod Furkatovich

Renessans ta’lim universiteti “Iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, PhD
Orcid id: 0009-0000-5258-7526
Tel.: +998 9 718-19-45

Raymkulova Elnora Imambayevna

Renessans ta’lim universiteti 2- bosqich magistranti
Orcid id: 0009-0009-0822-1805
Tel.: +99897 116-41-06
e-mail: nora198707@gmail.com

Annotatsiya

Tadqiqotda yengil sanoat korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda qo‘shilgan qiymat zanjirini chuqurlashtirish omillari tizimli tahlil qilindi. Paxta xomashyosidan tayyor kiyim, trikotaj, brendlangan mahsulot va eksport servisi bosqichlarigacha bo‘lgan zanjirda yaratiladigan iqtisodiy qiymat ishlab chiqarish, moliyalashtirish, standartlashtirish, logistika va marketing mexanizmlari bilan bog‘liq holda baholandi. O‘zbekiston to‘qimachilik mahsulotlari eksporti tarkibidagi o‘zgarishlar asosida ip-kalavaga tayanishdan tayyor mahsulotlar ulushini oshirishga o‘tish jarayoni ko‘rsatildi. Tadqiqot natijasida qo‘shilgan qiymat zanjiri chuqurlashuvi indeksi, eksport samaradorligini oshiruvchi iqtisodiy mexanizmlar modeli va korxonalar uchun amaliy takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar

Kalit so‘zlar: yengil sanoat, to‘qimachilik sanoati, eksport salohiyati, qo‘shilgan qiymat zanjiri, tayyor mahsulotlar, klaster, raqobatbardoshlik, global qiymat zanjiri.

Аннотация

В исследовании системно проанализированы факторы углубления цепочки добавленной стоимости в повышении экспортного потенциала предприятий легкой промышленности. Экономическая ценность, создаваемая на этапах от хлопкового сырья до готовой одежды, трикотажа, брендированной продукции и экспортного сервиса, рассмотрена во взаимосвязи с производственными, финансовыми, стандартизационными, логистическими и маркетинговыми

механизмами. На основе изменений в структуре экспорта текстильной продукции Узбекистана показан переход от опоры на пряжу к увеличению доли готовой продукции. В результате предложены индекс углубления цепочки добавленной стоимости, модель экономических механизмов повышения экспортной эффективности и практические рекомендации для предприятий.
Ключевые слова
легкая промышленность, текстильная промышленность, экспортный потенциал, цепочка добавленной стоимости, готовая продукция, кластер, конкурентоспособность, глобальная цепочка стоимости.
Abstract
The study provides a systematic analysis of the factors that deepen the value-added chain in strengthening the export potential of light industry enterprises. The economic value created from cotton raw material to finished garments, knitwear, branded products and export services is assessed through production, financing, standardization, logistics and marketing mechanisms. Changes in the export structure of Uzbekistan's textile products demonstrate a gradual shift from reliance on yarn exports toward a higher share of finished products. The study proposes a value-chain deepening index, a model of economic mechanisms for export efficiency and practical recommendations for enterprises.
Keywords
light industry, textile industry, export potential, value-added chain, finished products, cluster, competitiveness, global value chain.

Kirish

Yengil sanoat O‘zbekiston sanoat siyosatida bandlik, hududiy ishlab chiqarish, eksport tushumlari va ichki xomashyoni qayta ishlash imkoniyatlarini birlashtiruvchi strategik tarmoqlardan biridir. Mamlakatda paxta yetishtirish, ip-kalava ishlab chiqarish, mato tayyorlash, bo‘yash-pardozlash, tikuv-trikotaj mahsulotlarini yaratish va xorijiy bozorga chiqarish bosqichlari o‘zaro bog‘langan ishlab chiqarish tizimini shakllantirmoqda. Shunga qaramay, eksport salohiyatini oshirish masalasi faqat mahsulot hajmini ko‘paytirish bilan cheklanmaydi. Barqaror eksport daromadi, bozorlar diversifikatsiyasi va korxona rentabelligi qo‘shilgan qiymatning qaysi bosqichda yaratilishi hamda uning qancha qismi mamlakat ichida qolishiga bog‘liq.

O‘zbekiston — 2030 strategiyasida milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish, eksport hajmini 45 milliard AQSH dollariga yetkazish va uning tarkibida qo‘shilgan qiymati yuqori mahsulotlar ulushini keskin oshirish vazifasi belgilangan [1]. Mazkur vazifa yengil sanoat korxonalari uchun ishlab chiqarish zanjirini

chuqurlashtirishni amaliy zaruratga aylantiradi. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini isloh qilishga oid Prezident hujjatlarida ham klasterlar, kredit liniyalari, loyihalarni moliyalashtirish va eksport salohiyatini kengaytirish masalalari alohida ko‘rsatilgan [2]. Bu holat tarmoq rivojini davlat siyosati, korxona strategiyasi va global bozorlarga kirish mexanizmlari kesishmasida o‘rganishni talab qiladi.

Tadqiqotning maqsadi yengil sanoat korxonalarida qo‘shilgan qiymat zanjirini chuqurlashtirish eksport salohiyatiga qanday ta’sir ko‘rsatishini iqtisodiy mexanizmlar nuqtayi nazaridan asoslashdan iborat. Maqsaddan kelib chiqib, eksport tarkibidagi o‘zgarishlar, zanjir bosqichlarida qiymat yaratish omillari, korxona darajasida iqtisodiy rag‘batlar va eksport samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari tahlil qilindi.

Adabiyotlar tahlili

Qo‘shilgan qiymat zanjiri nazariyasi iqtisodiy faoliyatni xomashyo yetkazib berishdan yakuniy iste’molchigacha bo‘lgan bosqichlar majmui sifatida talqin qiladi. M. Porter qiymat zanjiri yondashuvida korxona raqobat ustunligi asosiy va yordamchi faoliyat turlarining uyg‘unlashuvi orqali shakllanishini ko‘rsatgan [11]. R. Kaplinsky va M. Morris global qiymat zanjiri tahlilida ishlab chiqaruvchining foydasi mahsulot zanjiridagi quyi texnologik bosqichdan yuqori bilim, dizayn, logistika va marketing talab qiladigan bosqichlarga ko‘tarilishiga bog‘liqligini asoslagan [10]. G. Gereffi yondashuvida to‘qimachilik va kiyim-kechak sanoati xaridor tomonidan boshqariladigan global qiymat zanjiri sifatida baholanadi, ya’ni xalqaro brendlar, savdo tarmoqlari, sifat talablari va yetkazib berish intizomi eksportchi korxonaning bozorga kirish shartlarini belgilaydi [9].

Xalqaro savdo amaliyoti ham yengil sanoatdagi qiymat faqat yigirish yoki tikish bosqichida yaratilmasligini tasdiqlaydi. WTO tomonidan e’lon qilingan global qiymat zanjirlari sektor profillarida 2022-yilda tekstil va kiyim-kechak eksportidagi qiymatning salmoqli qismi xizmatlar, kimyo, qishloq xo‘jaligi, ulgurji va chakana savdo, transport xizmatlari bilan bog‘liq ekani qayd etilgan [5]. Bunday yondashuv O‘zbekiston sharoitida ham zanjirni kengroq ko‘rish zarurligini anglatadi: ip-kalava ishlab chiqarish muhim boshlang‘ich bosqich bo‘lsa-da, yuqori eksport marjasi dizayn, bo‘yash, pardozlash, sifat sertifikati, brend va logistika xizmatlari bilan birga shakllanadi.

O‘zbekiston olimlari va tadqiqotchilari tomonidan ham to‘qimachilik sanoatining eksport salohiyatini baholash, boshqarish va moliyaviy rag‘batlantirish masalalari keng o‘rganilgan. H. Qodirov korxonalar eksport salohiyatini boshqarish tushunchasini tashqi bozorda raqobatbardoshlik, mahsulot diversifikatsiyasi, qo‘shilgan qiymat ulushini ko‘paytirish va risklarni kamaytirish bilan bog‘lagan holda takomillashtirgan [6]. D. Abdiyeva tarmoq eksport salohiyatini innovatsion-investitsion faoliyat asosida oshirish metodologiyasini ishlab chiqib, eksport strategiyasi variantlarini tanlashda korxonaning real eksport salohiyati va undan foydalanish darajasini hisobga olishni asoslagan [7]. N. Sadriddinova to‘qimachilik klasterlarining eksport salohiyatini boshqarish mexanizmlarini tahlil qilib, klaster tarkibi, xalqaro standartlar, laboratoriya bazasi va eksport xarajatlarini kamaytirish masalalariga e’tibor qaratgan [8].

Mavjud tadqiqotlarda eksport salohiyatini boshqarish, innovatsiya-investitsiya faoliyati, klaster mexanizmi va brending masalalari alohida yo‘nalishlarda ishlab chiqilgan. Mazkur tadqiqotning farqli jihati shundaki, unda ushbu omillar qo‘shilgan qiymat zanjirining chuqurlashuvi orqali yagona iqtisodiy mexanizm sifatida talqin qilinadi. Bunda korxona eksport imkoniyati ishlab chiqarilgan mahsulot miqdori bilan birga, mahsulotning zanjirdagi qayta ishlanish darajasi, tayyor mahsulot ulushi, sertifikatlash bazasi, bozorlar geografiyasi va narx segmenti orqali baholanadi.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotda tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, tarkibiy tahlil, indeksli baholash va iqtisodiy modellashtirish usullaridan foydalanildi. Tizimli tahlil yengil sanoat korxonasini alohida ishlab chiqaruvchi birlik sifatida emas, xomashyo, texnologiya, moliya, standart, logistika va marketing bo‘g‘inlari bilan bog‘langan qiymat yaratish tizimi sifatida ko‘rishga imkon berdi. Qiyosiy tahlil eksport tarkibidagi ip-kalava, mato, trikotaj, tayyor mahsulot va boshqa mahsulotlar ulushini solishtirishda qo‘llanildi.

Qo‘shilgan qiymat zanjiri chuqurlashuvini baholash uchun quyidagi indeks taklif etiladi: $QVZI = 0{,}25TMU + 0{,}20BQ + 0{,}15SS + 0{,}15BD + 0{,}15LD + 0{,}10MD$.

Bu yerda

QVZI — qo‘shilgan qiymat zanjiri chuqurlashuvi indeksi;

TMU — tayyor mahsulotlar ulushi;

BQ — bo‘yash-pardozlash va mato tayyorlash quvvatlari bilan ta’minlanganlik;

SS — xalqaro standart va sertifikatlash darajasi;

BD — brend va dizayn faolligi;

LD — logistika va yetkazib berish intizomi;

MD — eksport bozorlari diversifikatsiyasi.

Indeks 0 dan 1 gacha oraliqda baholanadi. 0,70 dan yuqori qiymat chuqurlashgan eksport modeli, 0,40–0,69 oraliq o‘tish modeli, 0,39 dan past qiymat esa xomashyo yoki yarim tayyor mahsulotga tayanish modelini bildiradi.

Taklif etilgan indeks eksport salohiyatini korxona darajasida diagnostika qilishga xizmat qiladi. Masalan, korxona eksport hajmi yuqori bo‘lishi mumkin, lekin mahsulotining asosiy qismi ip-kalava yoki past qayta ishlangan segmentga to‘g‘ri kelsa, uning zanjir chuqurlashuvi past baholanadi. Aksincha, eksport hajmi nisbatan kichik bo‘lgan, lekin tayyor tikuv-trikotaj mahsulotlari, barqaror xaridorlar, sertifikatlangan ishlab chiqarish va brendli sotuv kanallariga ega korxona yuqori chuqurlashuv darajasiga chiqadi. Shu sababli indeks eksport summasidan tashqari sifat, qayta ishlash, bozor va boshqaruv elementlarini ham qamrab oladi.

Tahlil va natijalar

O‘zbekiston yengil sanoatining eksport tarkibi so‘nggi yillarda chuqur qayta ishlash bosqichlariga siljish jarayonini boshdan kechirmoqda. Milliy statistika ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yil yanvar-dekabr oylarida qariyb 2,9 milliard AQSH dollarilik to‘qimachilik mahsulotlari eksport qilingan. Ushbu eksport tarkibida ip-kalava 1 237,3 million dollar, tayyor to‘qimachilik mahsulotlari 1 124,5 million dollar, trikotaj mato 292,1 million dollar, gazlamalar 145,9 million dollar va paypoq mahsulotlari 42,6 million dollarni tashkil etgan [3]. Mazkur tarkib tarmoqda qayta ishlash mavjudligini ko‘rsatsa-da, ip-kalava hali ham eksportda juda katta ulushga ega ekanini bildiradi.

2025-yil yanvar-noyabr oylarida to‘qimachilik mahsulotlari eksporti qariyb 2,3 milliard AQSH dollarini tashkil etgan, eksport tarkibida tayyor to‘qimachilik mahsulotlari 52 foiz, ip-kalava 28 foiz, trikotaj mato 11 foiz ulush egallagan [4]. Bu ko‘rsatkichlar to‘liq yil bilan bevosita bir xil taqqoslanmasligi kerak, lekin tarkibiy siljish

yo‘nalishini ko‘rsatadi: tayyor mahsulotlar ulushi ortgani sari eksportdan olinadigan ichki qo‘shilgan qiymat, bandlik samarasi va narx barqarorligi ham kuchayadi.

1-jadval.

O‘zbekiston to‘qimachilik mahsulotlari eksporti tarkibidagi ayrim ko‘rsatkichlar

Ko‘rsatkich	2024-yil yanvar-dekabr	2025-yil yanvar-noyabr	Tahliliy izoh
Jami eksport	qariyb 2,9 mlrd AQSH dollari	qariyb 2,3 mlrd AQSH dollari	Tarmoq eksport tushumida yirik sanoat segmenti bo‘lib qolmoqda
Tayyor to‘qimachilik mahsulotlari	1 124,5 mln AQSH dollari	52 %	Yuqori qo‘shilgan qiymatli segment ulushi ortmoqda
Ip-kalava	1 237,3 mln AQSH dollari	28 %	Yarim tayyor mahsulotlarga tayanish qisqarishi eksport sifatini oshiradi
Trikotaj mato	292,1 mln AQSH dollari	11 %	Mato va trikotaj bosqichi tikuv mahsulotlariga ko‘prik vazifasini bajaradi
Boshqa mahsulotlar	gazlama — 145,9 mln; paypoq — 42,6 mln AQSH dollari	9 % atrofida	Mahsulot diversifikatsiyasi bozor risklarini yumshatadi

Manba: Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi [3; 4].

Eksport tarkibidagi bunday o‘zgarishlar qo‘shilgan qiymat zanjirini chuqurlashtirish zarurligini ko‘rsatadi. Ip-kalava eksporti korxona uchun tez aylanma mablag‘ manbai bo‘lishi mumkin, lekin qiymatning katta qismi keyingi bosqichlarda — mato tayyorlash, bo‘yash, dizayn, tikish, qadoqlash, brend ostida sotish va yakuniy xaridorga yetkazishda yaratiladi. Korxona shu bosqichlarni ichki tizimiga qo‘shgani sari eksport narxi, mehnat unumdorligi, valyuta tushumi va soliq bazasi kengayadi.

Qo‘shilgan qiymat zanjirini chuqurlashtirishning birinchi mexanizmi texnologik modernizatsiyadir. Ko‘plab korxonalarda yigirish quvvatlari shakllangan bo‘lsa, bo‘yash-pardozlash, sifat nazorati laboratoriyasi, dizayn byurosi va moslashuvchan tikuv liniyalari yetarli darajada rivojlanmagan. Natijada ip-kalava yoki xom mato eksporti qulayroq ko‘rinadi. Investitsiya siyosati uskunani import qilishni moliyalashtirishdan tashqari, texnologik zanjirning bo‘sh bo‘g‘inlarini aniqlash va resurslarni shu joylarga yo‘naltirishga qaratilishi lozim.

Ikkinchi mexanizm klaster ichki kooperatsiyasini iqtisodiy rag‘batlar orqali kuchaytirishdir. Paxta-to‘qimachilik klasteri xomashyo yetishtirish, dastlabki qayta

ishlash, ip-kalava ishlab chiqarish va tayyor mahsulot yaratish bosqichlarini birlashtirish imkonini beradi. Biroq klaster faqat ma’muriy birlashma shaklida qolsa, qiymat zanjiri chuqurlashmaydi. Klaster ichidagi transfer narxlar shaffofligi, bo‘g‘inlar o‘rtasida rentabellikning adolatli taqsimlanishi, ichki buyurtmalar, kooperatsiya shartnomalari va tayyor mahsulot eksportidan olingan daromadni qayta investitsiya qilish mexanizmi muhim ahamiyatga ega.

Uchinchi mexanizm standartlashtirish va sertifikatlash tizimidir. Global kiyim-kechak bozorida yirik xaridorlar mahsulot narxi bilan birga ijtimoiy mas’uliyat, ekologik talab, mehnat xavfsizligi, kimyoviy tarkib va yetkazib berish muddatiga rioya etilishini ham baholaydi. BSCI, Sedex, OEKO-TEX, ISO kabi talablarning bajarilishi korxonaga yuqori narx segmentiga kirish, barqaror shartnomalar tuzish va buyurtmachilar ishonchini oshirish imkonini beradi. Standartga mos ishlab chiqarish xarajat talab qiladi, lekin u eksport barqarorligi va narx ustamasi orqali qoplanadi.

To‘rtinchi mexanizm brending va dizayn faoliyatini ishlab chiqarish strategiyasiga qo‘shishdir. O‘zbekiston yengil sanoatida ko‘plab korxonalar buyurtmachi nomidan tikish yoki yarim tayyor mahsulot yetkazish modelida ishlaydi. Bunday modelda ishlab chiqarish hajmi katta bo‘lsa ham, brend qiymati xorijiy xaridor yoki savdo tarmog‘i qo‘lida qoladi. Mahalliy brendlar, dizayn markazlari, elektron savdo kanallari va turli narx segmentlariga mos kolleksiyalarni rivojlantirish orqali korxona zanjirning yuqori marjali bosqichlariga ko‘tariladi.

Beshinchi mexanizm logistika va bozor diversifikatsiyasidir. Yengil sanoat mahsuloti tez yetkazib berish, mavsumiy assortimentni o‘z vaqtida almashtirish va xaridor talabiga moslashish bilan raqobatlashadi. Transport xarajatlari, bojxona jarayonlari, ombor infratuzilmasi va eksportoldi moliyalashtirishdagi uzilishlar tayyor mahsulot eksportida sezilarli risk tug‘diradi. Shu bois logistika platformalari, eksport sug‘urtasi, savdo uylari, xorijiy omborlar va mintaqaviy distribyutorlar bilan ishlash tarmoq eksportini yuqori qiymatli segmentlarga olib chiqadi.

2-jadval.

Qo‘shilgan qiymat zanjirini chuqurlashtirish orqali eksport salohiyatini oshirish mexanizmlari

Zanjir bosqichi	Iqtisodiy mexanizm	Eksport salohiyatiga ta’siri	Baholash ko‘rsatkichi
Ip-kalavadan matoga o‘tish	Mato to‘qish va trikotaj quvvatlariga investitsiya	Yarim tayyor mahsulotdan yuqori qayta ishlangan mahsulotga o‘tish	mato va trikotaj ulushi
Bo‘yash-pardozlash	Texnologik modernizatsiya va laboratoriya nazorati	Sifat barqarorligi, narx ustamasi, buyurtma hajmi ortishi	sertifikatlangan partiyalar ulushi
Tikuv-trikotaj	Moslashuvchan ishlab chiqarish liniyalari va eksportoldi kreditlari	Tayyor mahsulotlar ulushi ko‘payadi	tayyor mahsulot eksporti ulushi
Standart va sertifikat	BSCI, Sedex, OEKO-TEX, ISO talablariga moslashish	Yirik xalqaro xaridorlarga kirish imkoniyati kengayadi	xalqaro sertifikatlar soni
Brend va dizayn	Mahalliy brend, kolleksiya, raqamli marketing	Marja va bozordagi tanilish kuchayadi	brend ostidagi eksport ulushi
Logistika va savdo kanali	Savdo uyi, xorijiy ombor, elektron platforma	Yetkazib berish muddati qisqaradi, bozor diversifikatsiyasi ortadi	eksport bozorlari soni

Tahlillar asosida korxonaning eksport salohiyatiga ta’sir etuvchi uchta asosiy natija ajratiladi. Birinchisi, tayyor mahsulot ulushi ortganda valyuta tushumi miqdori bilan birga ichki iqtisodiyotda qoladigan qiymat ham kengayadi. Tikuv-trikotaj mahsuloti ishlab chiqarish yigirish bosqichiga nisbatan ko‘proq ish o‘rni, ko‘proq xizmatlar va yuqori kooperatsiya talab qiladi. Ikkinchisi, sertifikatlash va standartlar eksport bozori sifatini o‘zgartiradi. Korxona faqat yaqin va narxga sezgir bozorlar bilan ishlaganida narx tebranishlariga kuchli bog‘lanib qoladi; standartlashgan ishlab chiqarish esa Yevropa, Turkiya, Janubiy Koreya, Yaqin Sharq va boshqa yuqori talabli bozorlar bilan ishlash imkonini beradi. Uchinchisi, brend va dizayn korxonani subpudrat modelidan mustaqil eksportchi modeliga o‘tkazadi.

Korxona darajasida QVZI indeksidan foydalanish boshqaruv qarorlarini aniqlashtiradi. Masalan, tayyor mahsulot ulushi yuqori, lekin logistika va sertifikatlash zaif bo‘lsa, korxona eksport hajmini oshiradi, ammo barqaror shartnomalarga erisha olmaydi. Bo‘yash-pardozlash quvvati mavjud, lekin dizayn va brend faoliyati yo‘q bo‘lsa, qo‘shilgan qiymatning yuqori qismi buyurtmachi tomonda qoladi. Shu sababli zanjirni chuqurlashtirish texnologik loyiha bilan bir vaqtda moliyaviy, marketing va standartlashtirish strategiyasini ham talab qiladi.

Hududiy darajada qo‘shilgan qiymat zanjiri chuqurlashuvi sanoat tarmoqlararo aloqalarni kuchaytiradi. Paxta yetishtirish, kimyo sanoati, bo‘yoq va yordamchi materiallar, transport, qadoqlash, elektron savdo, bank va sug‘urta xizmatlari yengil sanoat eksportining bir qismiga aylanadi. Bu jarayon hududlarda kichik va o‘rta biznes uchun kooperatsiya imkoniyatlarini yaratadi. Eksport salohiyati shunday holatda bitta yirik korxonaning tashqi savdo amaliyoti sifatida emas, hududiy ishlab chiqarish ekotizimining natijasi sifatida shakllanadi.

Tahlil natijalari yengil sanoat korxonalari uchun quyidagi amaliy yo‘nalishlarni belgilaydi: birinchidan, eksport strategiyasi mahsulot hajmi bilan birga qayta ishlash bosqichlari bo‘yicha tuzilishi kerak; ikkinchidan, investitsiya loyihalari zanjirdagi bo‘sh bo‘g‘inlarni bartaraf etishga yo‘naltirilishi lozim; uchinchidan, davlat tomonidan beriladigan moliyaviy yengilliklar tayyor mahsulot, standartlashtirish va yangi bozorlar bilan bog‘langan ko‘rsatkichlar asosida differensiallashtirilishi maqsadga muvofiq; to‘rtinchidan, korxonalar xalqaro brendlar bilan subpudrat aloqalarini mahalliy brend yaratish tajribasi bilan uyg‘unlashtirishi kerak.

Xulosa

Yengil sanoat korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda qo‘shilgan qiymat zanjirini chuqurlashtirish hal qiluvchi ahamiyatga ega. Eksport hajmining o‘sishi tarmoq rivojining muhim ko‘rsatkichi bo‘lsa-da, barqaror iqtisodiy samara tayyor mahsulot ulushi, texnologik qayta ishlash darajasi, standartlashgan ishlab chiqarish, brend, logistika va bozor diversifikatsiyasi orqali shakllanadi. O‘zbekiston to‘qimachilik eksporti tarkibida tayyor mahsulotlar ulushining oshib borishi ijobiy jarayon, lekin ip-kalava ulushi hali ham tarmoq oldida zanjirni chuqurlashtirish vazifasi dolzarbligini saqlab turganini ko‘rsatadi.

Tadqiqot natijasida qo‘shilgan qiymat zanjiri chuqurlashuvi indeksi taklif qilindi. Indeks korxonani eksport summasi bo‘yicha emas, tayyor mahsulot ulushi, bo‘yash-pardozlash quvvati, standartlashtirish, brend, logistika va bozorlar diversifikatsiyasi asosida baholashga xizmat qiladi. Bu yondashuv eksport salohiyatini boshqarishda aniq diagnostika, investitsiya ustuvorligini tanlash va strategik nazorat imkonini beradi. Amaliy jihatdan yengil sanoat korxonalari uchun besh yo‘nalish muhim: bo‘yash-

pardozlash va mato tayyorlash quvvatlarini kengaytirish; tikuv-trikotajda moslashuvchan ishlab chiqarish liniyalarini rivojlantirish; xalqaro standart va sertifikatlarni olish xarajatlarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash; mahalliy brendlar va dizayn markazlarini shakllantirish; eksport logistikasini savdo uylari, xorijiy omborlar va elektron savdo kanallari bilan bog‘lash. Ushbu yo‘nalishlar birgalikda qo‘llanganda korxona xomashyo va yarim tayyor mahsulot eksportidan yuqori marjali tayyor mahsulot eksportiga o‘tadi.

Davlat siyosati darajasida eksportchi korxonalarni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari qo‘shilgan qiymat yaratish natijalariga bog‘lanishi maqsadga muvofiq. Imtiyozli kredit, soliq yengilligi, sertifikat xarajatlarini qoplash, eksport sug‘urtasi va logistika ko‘magini tayyor mahsulot ulushi, yangi bozorlar soni, xalqaro standartga mos ishlab chiqarish va mahalliy brend ostidagi eksport ko‘rsatkichlari bilan uyg‘unlashtirish tarmoqning raqobatbardoshligini oshiradi. Shu asosda yengil sanoat korxonalari milliy eksport tarkibida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar ulushini ko‘paytiruvchi asosiy drayverlardan biriga aylanishi mumkin.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son Farmoni. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida. // Lex.uz.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 1-maydagi PF-71-son Farmoni. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini rivojlantirish hamda sohaning eksport salohiyatini oshirishga oid chora-tadbirlar to‘g‘risida. // Lex.uz.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. O‘zbekiston qariyb 2,9 mlrd dollarlik to‘qimachilik mahsulotlari eksport qilgan. 24.01.2025.

4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston 11 oyda 2,3 mlrd dollarlik to‘qimachilik mahsulotlari eksport qilgan. 05.01.2026.

5. World Trade Organization. Global Value Chains Sectoral Profiles: Textiles and Clothing Industry. Geneva: WTO, 2024.

6. Қодиров Ҳ. Т. Корхоналарнинг экспорт салоҳиятини бошқаришнинг методологик асосларини такомиллаштириш (Фарғона водийсидаги тўқимачилик саноати корхоналари мисолида). DSc диссертацияси автореферати. — 2026.

7. Абдиева Д. А. Инновацион-инвестицион фаолиятдан самарали фойдаланиш асосида тармоқнинг экспорт салоҳиятини ошириш методологиясини такомиллаштириш (“Ўзтўқимачиликсаноат” уюшмаси мисолида). DSc диссертацияси автореферати. — 2025.

8. Садриддинова Н. Х. Тўқимачилик кластерларининг экспорт салоҳиятини бошқариш механизмларини такомиллаштириш. PhD диссертацияси автореферати. — 2022.

9. Gereffi G. Global value chains in a post-Washington Consensus world // Review of International Political Economy. — 2014. — Vol. 21, № 1. — P. 9–37.

10. Kaplinsky R., Morris M. A Handbook for Value Chain Research. — Ottawa: IDRC, 2001.

11. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. — New York: Free Press, 1985.

12. Ханкелдиева Г. Ш., Шакирова Ю. С. Тўқимачилик саноатининг экспорт салоҳияти. Монография. — Фарғона: Al-Ferganus, 2021.