TO‘QIMACHILIK VA TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARIDA YUQORI QO‘SHILGAN QIYMATLI MAHSULOTLAR EKSPORTINI RIVOJLANTIRISH MEXANIZMLARI

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: Maqolada to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari tahlil qilindi. Tadqiqotda ip-kalava eksportidan mato, bo‘yash-pardozlash, tayyor kiyim, trikotaj, dizayn va brendlangan mahsulot eksportiga o‘tish jarayoni korxona raqobatbardoshligini oshiruvchi asosiy omil sifatida baholandi. Eksportni rivojlantirish mexanizmlari ishlab chiqarish-texnologik modernizatsiya, eksportoldi moliyalashtirish, soliq-bojxona rag‘batlari, standartlashtirish, klaster ichki kooperatsiyasi, logistika va brending bloklari bo‘yicha tizimlashtirildi. Maqolada yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksporti tayyorgarligi indeksi taklif etilib, uni korxona darajasida diagnostika va strategik rejalashtirish vositasi sifatida qo‘llash asoslandi.

Kalit so‘zlar: to‘qimachilik sanoati, tikuv-trikotaj, yuqori qo‘shilgan qiymat, eksport salohiyati, eksportoldi moliyalashtirish, soliq rag‘batlari, standartlashtirish, brending.

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ С ВЫСОКОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТЬЮ НА ТЕКСТИЛЬНЫХ И ШВЕЙНО-ТРИКОТАЖНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Аннотация: В статье проанализированы экономические механизмы развития экспорта продукции с высокой добавленной стоимостью на текстильных и швейно-трикотажных предприятиях. Переход от экспорта пряжи к экспорту тканей, крашения и отделки, готовой одежды, трикотажа, дизайна и брендированной продукции рассматривается как ключевой фактор повышения конкурентоспособности предприятия. Механизмы развития экспорта систематизированы по производственно-технологическому, финансовому, налогово-таможенному, стандартизационному, кластерно-кооперационному, логистическому и брендинговому блокам. Предложен индекс готовности к экспорту продукции с высокой добавленной стоимостью, который может использоваться как инструмент диагностики и стратегического планирования на уровне предприятия.

Ключевые слова: текстильная промышленность, швейно-трикотажное производство, высокая добавленная стоимость, экспортный потенциал, предэкспортное финансирование, налоговые стимулы, стандартизация, брендинг.

MECHANISMS FOR DEVELOPING THE EXPORT OF HIGH VALUE-ADDED PRODUCTS IN TEXTILE AND GARMENT-KNITWEAR ENTERPRISES

Abstract: The article analyzes the economic mechanisms for developing exports of high value-added products in textile and garment-knitwear enterprises. The transition from yarn exports to fabrics, dyeing and finishing, ready-made garments, knitwear, design and branded products is assessed as a key factor in improving enterprise competitiveness. Export development mechanisms are systematized into production-technological modernization, pre-export financing, tax and customs incentives, standardization, cluster-based cooperation, logistics and branding blocks. The article proposes an export readiness index for high value-added products and substantiates its use as a diagnostic and strategic planning tool at the enterprise level.

Keywords: textile industry, garment and knitwear production, high value added, export potential, pre-export financing, tax incentives, standardization, branding.

Kirish. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati O‘zbekiston iqtisodiyotida xomashyoni chuqur qayta ishlash, bandlikni kengaytirish, hududiy sanoatni rivojlantirish va eksport tushumlarini oshirish nuqtayi nazaridan ustuvor tarmoqlardan biridir. Paxtachilik bazasining mavjudligi, klaster tizimining shakllanishi, tikuv-trikotaj korxonalarining ko‘payishi hamda xalqaro bozorlar bilan aloqalarning kengayishi tarmoq uchun muhim raqobat ustunligi yaratmoqda. Shu bilan birga eksport tarkibida yuqori qayta ishlangan mahsulotlar ulushini oshirish vazifasi ishlab chiqarish, moliya, standartlashtirish va marketing mexanizmlarini birgalikda takomillashtirishni talab qiladi.

O‘zbekiston - 2030 strategiyasida milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish, eksport tarkibida qo‘shilgan qiymati yuqori mahsulotlar ulushini keskin oshirish, eksportchi korxonalar sonini 15 mingtaga yetkazish, tayyor va yarim tayyor mahsulotlar ulushini 70 foizga ko‘tarish hamda xalqaro standartlarni joriy qilgan korxonalar sonini 5 mingtaga yetkazish vazifalari belgilangan [1]. Bu maqsadlar yengil sanoat korxonalari uchun oddiy ishlab chiqarish hajmini oshirishdan tashqari, mahsulotning qiymat zanjiridagi o‘rnini yuqorilatish zarurligini ko‘rsatadi.

2024-yilning yanvar-may oylarida O‘zbekiston 1,3 milliard AQSH dollari atrofida to‘qimachilik mahsulotlarini eksport qilgan, eksport tarkibida ip-kalava 46,8 foiz, tayyor to‘qimachilik mahsulotlari 37,6 foiz ulushni egallagan [4]. 2024-yil yakunlari bo‘yicha tarmoq eksporti 2,87 milliard AQSH dollarini tashkil etib, ip-kalava 43,2 foiz, tayyor to‘qimachilik mahsulotlari 39,2 foiz bo‘lgan [5]. Raqamlar tarmoqda tayyor mahsulotlar ulushi kengayib borayotganini, ammo ip-kalava segmenti hanuz yirik eksport yo‘nalishi bo‘lib qolayotganini ko‘rsatadi.

Maqolaning maqsadi to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlarini asoslash, ularning korxona eksport salohiyatiga ta’sirini tizimlashtirish va amaliy boshqaruv modeli sifatida foydalanish mumkin bo‘lgan indeksni taklif etishdan iborat. Tadqiqotning vazifalari yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksporti tushunchasini aniqlashtirish, moliyaviy-iqtisodiy rag‘batlarni guruhlash, klaster ichki kooperatsiyasi va standartlashtirish omillarini baholash hamda korxona darajasida qo‘llanadigan takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Adabiyotlar tahlili. Qo‘shilgan qiymat zanjiri nazariyasi korxona raqobatbardoshligini yakuniy mahsulot narxida aks etadigan iqtisodiy qiymat manbalari orqali izohlaydi. M. Porter qiymat zanjiri yondashuvida asosiy va yordamchi faoliyatlar uyg‘unligi korxona ustunligini shakllantirishini asoslagan [12]. G. Gereffi global qiymat zanjirlari nazariyasida ishlab chiqaruvchining jahon bozoridagi o‘rni uning oddiy ishlab chiqarishdan dizayn, logistika, marketing va brend boshqaruviga o‘tishi bilan mustahkamlanishini ko‘rsatadi [13]. R. Kaplinsky va M. Morris qiymat zanjirida funksional yuksalish, jarayon innovatsiyasi va mahsulot innovatsiyasini rivojlanayotgan mamlakatlar eksport salohiyati uchun muhim shart sifatida talqin qiladi [14].

WTO tomonidan e’lon qilingan global qiymat zanjirlari sektor profilida tekstil va kiyim-kechak eksport qiymatining salmoqli qismi ishlab chiqarishdan tashqari xizmatlar, qishloq xo‘jaligi, kimyo sanoati, transport va savdo bo‘g‘inlarida shakllanishi qayd etiladi. 2022-yilda tekstil va kiyim-kechak eksportidagi qiymatning 34,7 foizi xizmatlar, 10,9 foizi qishloq xo‘jaligi, 5,6 foizi kimyo sanoati hissasiga to‘g‘ri kelgan [6]. Bu holat yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni faqat tikuv liniyalari bilan bog‘lash yetarli bo‘lmasligini, dizayn, standart, logistika, marketing va savdo xizmatlarini ham iqtisodiy mexanizmga kiritish zarurligini ko‘rsatadi.

GIZning O‘zbekiston tekstil va apparel sektori bo‘yicha hisobotida mamlakatda 7 mingdan ortiq to‘qimachilik va kiyim-kechak korxonalari mavjudligi, 2023-yilda tarmoq eksporti 3,9 milliard AQSH dollaridan oshgani va paxta xomashyosining 100 foizi ip-kalavaga qayta ishlangani qayd etilgan [7]. Ushbu natija dastlabki qayta ishlash bosqichida katta burilish bo‘lganini ko‘rsatadi. Keyingi bosqichda raqobat ustunligi ip-kalavani ichki bozorda mato, bo‘yash-pardozlash, trikotaj, tayyor kiyim va brendlangan mahsulotga aylantirish hisobidan shakllanadi.

O‘zbekistonda soha bo‘yicha fundamental tadqiqotlar mavjud. H. Qodirov korxonalar eksport salohiyatini boshqarish metodologiyasini Farg‘ona vodiysidagi to‘qimachilik korxonalari misolida o‘rganib, eksport salohiyatini mavjud va istiqbolda ishga solinmagan imkoniyatlar majmui sifatida talqin qiladi [8]. D. Abdieva innovatsion-investitsion faoliyatdan samarali foydalanish asosida tarmoq eksport salohiyatini oshirish

metodologiyasini ishlab chiqib, tikuvchilik korxonasida bichish jarayoni xarajatlarini optimallashtirish orqali eksport bozorida ustunlikka erishish masalasini asoslagan [9].

N. Sadriddinova to‘qimachilik klasterlarining eksport salohiyatini boshqarish mexanizmlarini tadqiq qilib, BSCI va Sedex kabi ijtimoiy standartlarni olishda korxonalarni guruhlash, laboratoriya va sertifikatlashtirish tizimlarini rivojlantirish orqali eksport xarajatlarini pasaytirish mumkinligini ko‘rsatgan [10]. M. Aripova feshn-biznesda brendni shakllantirish va siljitish mexanizmlarini o‘rganib, kreaktiv faoliyat, raqamli marketing va “tezkor moda” segmenti orqali qo‘shilgan qiymat yaratish yo‘nalishini asoslagan [11].

Mavjud tadqiqotlarning aksariyatida eksport salohiyati, investitsiya, klaster boshqaruvi, standartlashtirish yoki brend masalasi alohida yoritilgan. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish esa ushbu bloklarning o‘zaro bog‘langan iqtisodiy mexanizm sifatida ishlashini talab qiladi. Mazkur tadqiqot aynan shu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan: korxona eksport strategiyasi mahsulot tarkibi, moliyalashtirish, standartlar, logistika va brending o‘rtasidagi o‘zaro ta’sir asosida tahlil qilinadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda tizimli tahlil, tarkibiy tahlil, qiyosiy tahlil, iqtisodiy guruhlash, indeksli baholash va konseptual modellashtirish usullaridan foydalanildi. Tizimli tahlil to‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonasini xomashyo xaridi, ip-kalava ishlab chiqarish, mato tayyorlash, bo‘yash-pardozlash, tikuv, dizayn, standartlashtirish, logistika va eksport savdosi bo‘g‘inlaridan iborat iqtisodiy tizim sifatida ko‘rishga xizmat qildi. Tarkibiy tahlil eksport mahsulotlari ulushini qayta ishlanish darajasi bo‘yicha baholash imkonini berdi.

Tadqiqotda yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulot tushunchasi quyidagi belgilarga ega mahsulotlar majmui sifatida qabul qilindi: ichki zanjirda kamida uch bosqich qayta ishlanganligi; tayyor yoki yarim tayyor holda yakuniy xaridorga yetkazilishi; xalqaro sifat, ekologik yoki ijtimoiy standartlarga mosligi; dizayn, brend, qadoqlash, logistika va savdo xizmati orqali narx ustamasi yaratishi; eksport bozorida bir martalik xomashyo savdosi bilan cheklanmay, uzoq muddatli buyurtma yoki distribyutorlik kanali orqali sotilishi.

Korxona darajasida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksporti tayyorgarligini baholash uchun quyidagi indeks taklif etiladi:

$$YQQETI = 0{,}20T + 0{,}15I + 0{,}15S + 0{,}15M + 0{,}15B + 0{,}10L + 0{,}10R.$$

Bu yerda YQQETI - yuqori qo‘shilgan qiymatli eksport tayyorgarligi indeksi;

T - texnologik tayyorgarlik;

I - investitsiya va aylanma mablag‘ ta’minoti;

S - standartlashtirish va sertifikatlash darajasi;

M - bozor diversifikatsiyasi;

B - brend, dizayn va marketing salohiyati;

L - logistika va yetkazib berish barqarorligi;

R - eksport risklarini boshqarish darajasi.

Indeksning har bir tarkibiy qismi 0 dan 1 gacha baholanadi. 0-0,30 oralig‘i past tayyorgarlik, 0,31-0,50 oralig‘i boshlang‘ich tayyorgarlik, 0,51-0,70 oralig‘i o‘rta tayyorgarlik, 0,71-0,85 oralig‘i yuqori tayyorgarlik, 0,86-1,00 oralig‘i raqobatbardosh eksport modeli sifatida talqin qilinadi. Indeks korxonaga eksport hajmidagi muammolarni umumiy tarzda emas, aynan qaysi zanjir bo‘g‘ini eksportni cheklayotganini aniqlash imkonini beradi.

Tahlil manbalari sifatida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining strategik hujjatlari, Lex.uz normativ-huquqiy bazasi, Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari, WTO va GIZ hisobotlari, OAK e’lonlarida keltirilgan dissertatsiya tadqiqotlari hamda to‘qimachilik sanoati bo‘yicha ilmiy manbalardan foydalanildi. Maqolada statistik ko‘rsatkichlar tayanch fakt sifatida, nazariy qarashlar esa mexanizmni asoslash vositasi sifatida qo‘llanildi.

Tahlil va natijalar. Yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirishda birinchi muammo eksport tarkibining qayta ishlanish darajasi bilan bog‘liq. Ip-kalava eksporti korxonaga tez aylanma mablag‘ keltiradi, ammo uning narx ustamasi, bandlik multiplikatori va ichki tarmoqlararo ta’siri tayyor kiyim yoki trikotaj mahsulotlariga qaraganda pastroq bo‘ladi. Mato, bo‘yash-pardozlash, tikuv, dizayn va brend bosqichlariga o‘tilganda ichki iqtisodiyotda mehnat, xizmat, kimyo, qadoqlash, logistika va marketing qiymati saqlanadi.

PF-71-son Farmonda to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini yangi sifat bosqichiga olib chiqishning asosiy yo‘nalishlari sifatida gazlama, trikotaj mato ishlab chiqarish va bo‘yash hajmini oshirish uchun infratuzilmaviy hamda moliyaviy shart-sharoitlar yaratish, ip-kalavani qayta ishlash darajasini 2027-yil yakuniga qadar bosqichma-bosqich 100 foizga yetkazish belgilangan [2]. Bu vazifa yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni rivojlantirishda moliyaviy resurslar va texnologik modernizatsiya bir vaqtda ishlashi kerakligini ko‘rsatadi.

Korxona darajasida yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportga o‘tishning asosiy iqtisodiy mexanizmi investitsiya loyihalarini zanjir bo‘g‘inlari bo‘yicha ustuvorlashtirishdir. Agar korxonada yigirish quvvati mavjud bo‘lsa, keyingi investitsiya to‘qish, trikotaj mato, bo‘yash-pardozlash, sifat laboratoriyasi yoki tikuv liniyasiga yo‘naltirilishi zarur. Investitsiya qarori faqat uskuna qiymati bilan baholanmaydi; eksport buyurtmasi muddati, sifat barqarorligi, energiya sarfi, chiqindi miqdori, sertifikatga moslik va bozor narxi ham hisobga olinadi.

1-jadval.

Yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish mexanizmlari

Mexanizm bloki	Asosiy vositalar	Eksportga ta’siri	Baholash ko‘rsatkichi
Ishlab chiqarish-texnologik mexanizm	mato, trikotaj, bo‘yash-pardozlash, avtomatlashtirilgan bichish va sifat laboratoriyasi	qayta ishlanish darajasi, mahsulot sifati va buyurtma barqarorligi oshadi	tayyor mahsulot ulushi, brakka chiqish darajasi, partiya barqarorligi
Moliyaviy mexanizm	eksportoldi kreditlari, faktoring, buyurtma asosida moliyalashtirish, eksport sug‘urtasi	aylanma mablag‘ yetishmovchiligi kamayadi, yirik buyurtmalarni bajarish imkoniyati ortadi	aylanma davri, kredit qiymati, eksport shartnomasi bajarilish ulushi
Soliq-bojxona mexanizmi	QQS qaytarish tezligi, bojxona imtiyozi, import qilinmaydigan xomashyo va butlovchi qismlarni qo‘llab-quvvatlash	ishlab chiqarish xarajati pasayadi, narx raqobati kuchayadi	soliq yuki, qaytarilgan QQS muddati, mahsulot tannarxi
Standartlashtirish mexanizmi	BSCI, Sedex, OEKO-TEX, ekologik va ijtimoiy audit, laboratoriya sinovlari	yirik xaridorlar bozoriga kirish imkoniyati kengayadi	sertifikatlar soni, auditdan o‘tish darajasi, reklamatsiya ulushi
Klaster-kooperatsiya mexanizmi	ichki transfer narx, umumiy laboratoriya, kooperatsion buyurtma, umumiy logistika markazi	zanjir ichidagi uzilishlar kamayadi, yetkazib berish muddati qisqaradi	ichki qayta ishlash koeffitsiyenti, kooperatsiya shartnomalari soni
Marketing-brending mexanizmi	dizayn markazi, milliy brend, raqamli savdo kanallari, distribyutorlik shartnomalari	narx ustamasi va bozor tan olinishi shakllanadi	brendlangan eksport ulushi, yangi bozorlar soni, narx ustamasi

Manba: muallif tomonidan ilmiy adabiyotlar va normativ hujjatlar tahlili asosida tuzildi [1; 2; 6; 10].

Moliyaviy mexanizmlar ichida eksportoldi moliyalashtirish alohida o‘rin tutadi. Tayyor kiyim va trikotaj eksportida korxona ip-kalava eksportiga qaraganda ko‘proq xomashyo, yordamchi material, dizayn, qadoqlash, logistika va sertifikat xarajatlarini oldindan moliyalashtiradi. Xaridor to‘lovi ko‘pincha mahsulot yetkazib berilgandan keyin amalga oshirilgani uchun aylanma mablag‘ bosimi kuchayadi. Shu sababli buyurtma portfeli bilan bog‘langan kredit liniyalari, faktoring va eksport sug‘urtasi yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportning zarur sharti hisoblanadi.

Soliq-bojxona mexanizmlari ham mahsulot tarkibini chuqurlashtirishga xizmat qilishi kerak. Imtiyozlar faqat eksport hajmiga bog‘lanib qolsa, korxona ip-kalava eksportini ko‘paytirish orqali ham rag‘batdan foydalanishi mumkin. Rag‘batlar qayta ishlash bosqichi, tayyor mahsulot ulushi, sertifikatlangan eksport partiyalari, yangi bozorlar soni va brendlangan mahsulot ulushi bilan bog‘lansa, korxona zanjirni chuqurlashtirishdan iqtisodiy manfaat ko‘radi. Bunda QQS qaytarish tezligi, bojxona rasmiylashtiruvi, ishlab chiqarishda respublikada mavjud bo‘lmagan xomashyo va yordamchi materiallarni import qilish shartlari muhim ahamiyat kasb etadi.

Sertifikatlash va standartlashtirish yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportga kirishning institutsional eshigi hisoblanadi. Yevropa, AQSH, Turkiya va boshqa yirik bozorlarning xaridorlari narx bilan birga mahsulot xavfsizligi, ekologik tozaligi, mehnat sharoitlari va kuzatuvchanlik tizimini talab qiladi. N. Sadriddinova tadqiqotida BSCI va Sedex talablariga tayyorgarlik ko‘rish jarayonida korxonalarni guruhlash va malakali xodimlarni jalb etish orqali xarajatlarni 30 foizgacha qisqartirish taklifi asoslangan [10]. Demak, standartlashtirish xarajat sifatida emas, eksport bozoriga kirish investitsiyasi sifatida boshqarilishi lozim.

Brending va dizayn yuqori qo‘shilgan qiymatni shakllantiruvchi yakuniy bo‘g‘inlardan biridir. Oddiy CMT modelida korxona buyurtmachining texnik topshirig‘i bo‘yicha tikish xizmatini ko‘rsatadi va qiymatning katta qismi dizayn, savdo belgisi, marketing va chakana savdo kanallarida qoladi. OEM, ODM va OBM bosqichlariga o‘tish korxonaning qiymat

zanjiridagi funksional mavqeini oshiradi. OBM bosqichida korxona o‘z brendi, dizayni va savdo kanaliga ega bo‘ladi, narx ustamasining katta qismi ichki iqtisodiyotda saqlanadi.

Yuqori qo‘shilgan qiymatli eksport mexanizmining samaradorligi har bir zanjir bosqichida kutiladigan iqtisodiy natija bilan baholanishi kerak. Quyidagi jadvalda asosiy bosqichlar, zarur moliyaviy vositalar va kutiladigan natijalar tizimlashtirildi.

2-jadval.

Zanjir bosqichlari bo‘yicha moliyalashtirish ehtiyoji va iqtisodiy natija

Zanjir bosqichi	Moliyaviy ehtiyoj	Iqtisodiy mexanizm	Kutiladigan natija
Ip-kalava - mato	to‘qish uskunasi, trikotaj mashinalari, energiya samaradorligi	investitsiya krediti, lizing, texnopark infratuzilmasi	ichki qayta ishlash ulushi va mahsulot nomenklaturasi kengayadi
Mato - bo‘yash-pardozlash	bo‘yash uskunasi, suv tozalash, kimyoviy yordamchi materiallar	uzoq muddatli kredit, ekologik modernizatsiya subsidiyasi	sifat barqarorligi, eksport partiyasi narxi va xaridor ishonchi oshadi
Bo‘yash - tikuv-trikotaj	bichish, tikish, qadoqlash, ishchi malakasi	eksportoldi kredit, aylanma mablag‘ liniyasi	buyurtmalarni muddatida bajarish va tayyor mahsulot ulushi ortadi
Tikuv - sertifikat	audit, laboratoriya sinovi, ijtimoiy va ekologik standart	sertifikat xarajatini qisman qoplash, guruhli audit	yirik xaridorlar bilan ishlash imkoniyati kengayadi
Sertifikat - brend	dizayn, marketing, showroom, raqamli savdo	marketing granti, brendni ro‘yxatdan o‘tkazish xarajatlarini qo‘llab-quvvatlash	narx ustamasi, takroriy buyurtma va bozor diversifikatsiyasi kuchayadi
Brend - xalqaro bozor	logistika, distribyutor, eksport sug‘urtasi, qaytariladigan partiya riski	eksport sug‘urtasi, faktoring, logistika subsidiyasi	risklar pasayadi, uzoq muddatli shartnomalar soni ko‘payadi

Taklif etilgan YQQETI indeksi korxona eksport strategiyasini aniqroq rejalashtirishga imkon beradi. Masalan, texnologik tayyorgarlik yuqori, ammo standartlashtirish darajasi past korxona yirik xalqaro buyurtmachilar bilan ishlashda cheklanadi. Aylanma mablag‘i yetarli, lekin dizayn va brend salohiyati past korxona odatda CMT yoki OEM modelida qoladi. Logistika zaif bo‘lgan korxona mavsumiy buyurtmalarni o‘z vaqtida yetkazib bera olmaydi. Indeks har bir zaif bo‘g‘inni alohida ko‘rsatib, davlat qo‘llab-quvvatlashi va korxona investitsiyasini manzilli yo‘naltirishga yordam beradi.

Yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni rivojlantirishda klaster ichki kooperatsiyasi muhim rol o‘ynaydi. Paxta-to‘qimachilik klasteri bir tomondan xomashyo xavfsizligini, ikkinchi tomondan qayta ishlash bosqichlari o‘rtasida muvofiqlikni ta’minlaydi. Ammo klaster ichida ip-kalava, mato, bo‘yash, tikuv va savdo bo‘g‘inlari iqtisodiy manfaatlar

bo‘yicha uyg‘unlashtirilmasa, zanjir ichida uzilishlar yuzaga keladi. Ichki transfer narxlar, buyurtma taqsimoti, umumiy sifat laboratoriyasi va yagona eksport ofisi klasterdagi iqtisodiy mexanizmni kuchaytiradi.

Maqsadli bozor tanlash mexanizmi ham zanjir chuqurlashuviga ta’sir ko‘rsatadi. Arzon narx segmenti ko‘pincha katta hajm va past marja talab qiladi. O‘rta va yuqori segmentlar sifat, dizayn, standart, yetkazib berish tezligi hamda brend ishonchini talab qiladi. O‘zbekiston korxonalari uchun dastlabki bosqichda Turkiya, Rossiya, MDH, Yaqin Sharq va Yevropa bozorlarida differensial strategiya qo‘llash maqsadga muvofiq: ayrim bozorlar uchun yirik partiyali trikotaj va uy tekstili, ayrimlari uchun sertifikatlangan ekologik paxta mahsulotlari, boshqalari uchun milliy dizayn elementlari bo‘lgan brendlangan kiyimlar taklif etiladi.

Eksport risklarini boshqarish yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlarda yanada muhimlashadi. Xomashyo yoki ip-kalava eksportida partiya standarti nisbatan sodda bo‘lsa, tayyor kiyim eksportida o‘lcham, rang, model, qadoqlash, yorliq, yetkazib berish muddati, reklamatsiya va qaytarish risklari ko‘payadi. Shuning uchun korxona eksport shartnomalarida sifat protokoli, yetkazib berish grafigi, oldindan to‘lov ulushi, valyuta kursi riski va sug‘urta mexanizmlarini aniq belgilashi zarur.

Tahlillar yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni rivojlantirish korxona ichki boshqaruv tizimini ham o‘zgartirishini ko‘rsatadi. Bunday korxonada ishlab chiqarish bo‘limi bilan bir qatorda dizayn, mahsulotni rivojlantirish, eksport marketingi, xalqaro standartlar, logistika va moliyaviy risklarni boshqarish bo‘limlari muvofiq ishlashi lozim. Eksport menejmenti mahsulotni ishlab chiqarish yakunida sotish vazifasi bilan cheklanmaydi; u buyurtma olish, texnik topshiriqni ishlab chiqish, xarajatlarni kalkulyatsiya qilish, sertifikat talablarini nazorat qilish va xaridor bilan uzoq muddatli aloqalarni boshqarish jarayonlarini qamrab oladi.

Natijaviy model quyidagicha ifodalanadi: yuqori qo‘shilgan qiymatli eksport = chuqur qayta ishlash + standartlashtirilgan ishlab chiqarish + barqaror moliyalashtirish + brend va dizayn + bozor diversifikatsiyasi + logistika ishonchliligi. Ushbu komponentlardan biri zaif bo‘lsa, eksport salohiyati to‘liq ishga tushmaydi. Shu sababli iqtisodiy mexanizm bir

martalik imtiyozlar to‘plami ko‘rinishida emas, korxonaning qiymat zanjiridagi mavqeini bosqichma-bosqich yuqorilatadigan boshqaruv tizimi sifatida qurilishi lozim.

Korxonalar uchun amaliy natija shundan iboratki, eksport strategiyasi mahsulot turlarini uch guruhga ajratishi kerak: tez tushum beruvchi yarim tayyor mahsulotlar; barqaror buyurtma beruvchi tayyor to‘qimachilik va trikotaj mahsulotlari; uzoq muddatli yuqori marja beruvchi brendlangan yoki dizayn asosidagi mahsulotlar. Birinchi guruh aylanma mablag‘ni ta’minlaydi, ikkinchi guruh ishlab chiqarish quvvatini barqaror band qiladi, uchinchi guruh korxonaning xalqaro bozordagi qiymatini oshiradi. Ular o‘rtasidagi nisbat korxona quvvati, bozor tajribasi va moliyaviy imkoniyatiga qarab belgilanadi.

Davlat qo‘llab-quvvatlashi mexanizmlari ham ushbu uch guruhni farqlashi lozim. Yangi texnologiya uchun investitsiya krediti, sertifikatlash uchun xarajatlarni qoplash, eksportoldi moliyalashtirish, logistika xarajatlarini kamaytirish, dizayn va brendni rivojlantirish uchun grantlar alohida natija ko‘rsatkichlari bilan bog‘lanishi kerak. Bunday yondashuv qo‘llab-quvvatlashning samaradorligini oshiradi va byudjet resurslarini yuqori qo‘shilgan qiymat yaratuvchi yo‘nalishlarga yo‘naltiradi.

Xulosa. To‘qimachilik va tikuv-trikotaj korxonalarida yuqori qo‘shilgan qiymatli mahsulotlar eksportini rivojlantirish tarmoqning strategik raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy yo‘nalishdir. Eksport hajmini ko‘paytirish muhim, biroq eksport tarkibining ip-kalavadan tayyor kiyim, trikotaj, bo‘yash-pardozlangan mato, uy tekstili, texnik tekstil va brendlangan mahsulotlarga siljishi iqtisodiy samaraning chuqurroq shakllanishiga olib keladi.

Tadqiqot natijasida yuqori qo‘shilgan qiymatli eksportni rivojlantirish mexanizmlari ishlab chiqarish-texnologik, moliyaviy, soliq-bojxona, standartlashtirish, klaster-kooperatsiya, logistika va marketing-brending bloklariga ajratildi. Ushbu bloklar birgalikda ishlaganda korxona mahsulotining xalqaro bozordagi narx ustamasi, xaridor ishonchi, buyurtma barqarorligi va valyuta tushumi oshadi.

Korxona darajasida YQQETI - yuqori qo‘shilgan qiymatli eksport tayyorgarligi indeksidan foydalanish tavsiya etiladi. Indeks texnologik tayyorgarlik, investitsiya va aylanma mablag‘, standartlashtirish, bozor diversifikatsiyasi, brend-dizayn, logistika va

risklarni boshqarish ko‘rsatkichlarini birlashtiradi. Bu indeks korxonaning eksport salohiyatini umumiy baholashdan tashqari, qaysi bo‘g‘in rivojlantirilishi kerakligini ko‘rsatadi.

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 rivojlantirishni yangi bosqichga olib chiqish chora-tadbirlari to‘g‘risida. // Lex.uz.

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 10-yanvardagi PF-2-son Farmoni. Paxta-to‘qimachilik klasterlari faoliyatini qo‘llab-quvvatlash, to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini tubdan isloh qilish hamda sohaning eksport salohiyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida. // Lex.uz.

4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Uzbekistan exported textile products to 55 countries around the world. 10.07.2024.

5. TextileExpo Uzbekistan. In 2024, textile production in Uzbekistan increased, but exports decreased by 6.7%. 2025.

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

7. Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ). A textile giant in the making? A look at the Textile and Apparel Sector in Uzbekistan. Bonn/Eschborn: GIZ, 2024.

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

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

10. Садриддинова Н. Х. Тўқимачилик кластерларининг экспорт салоҳиятини бошқариш механизмларини такомиллаштириш. PhD диссертацияси автореферати. - 2022.

11. Арипова М. С. Фешн-бизнесда брендни шакллантириш ва силжитиш механизмини такомиллаштириш. PhD диссертацияси автореферати. - 2025.

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

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

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

15. Fernández-Stark K., Bamber P., Couto V. Analysis of the Textile and Clothing Industry Global Value Chains. Inter-American Development Bank, 2022.