

MAMLAKAT IQTISODIYOTIDA EKSPORT SALOHIYATINING TUTGAN O'RNI VA UNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Toshpo'latova Mohichehra Yuldosh qizi

Termiz iqtisodiyot va servis universiteti

Iqtisodiyot mutaxassisligi 1-bosqich magistranti

Mamadjanova Tuyg'unoy Ahmadjanovna

Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori, dotsent

Annotatsiya: Ushbu maqolada mamlakat eksport salohiyatini oshirishning asosiy vosialari ko'rib chiqiladi. Maqolada mamlakatning eksport salohiyatining iqtisodiyotni rivojlantirishda tutgan o'rni va uning o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilinadi. Shuningdek, eksport salohiyati, eksportni rag'batlantirish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish kabi muhim masalalar muhokama qilinadi.

Kalit so'zlar: Eksport, eksport salohiyati, iqtisodiy salohiyat, eksportbop mahsulotlar, aktiv va passiv eksport, eksportni rag'batlantirish.

Kirish

Bugungi kunning ilmiy sohasida keng qo'llanilayotgan atamalardan yana biri "eksport salohiyati"dir. Uning milliy iqtisodiyotimiz uchun bir qator yangi tushunchaligi bo'sidan uni yanada chuqurroq o'rganishga undaydi. "Salohiyat" tushunchasi ma'lum makon va zamon doirasida resurslarni umumlashtirish, jamlash ma'nosini bildiradi. "Iqtisodiy salohiyat" tushunchasi esa jamiyatni moddiy va inson resurslari bilan ta'minlanganlik darajasini, ulardan foydalanish bo'yicha imkoniyatlarning xali mavjudligini anglatadi xamda ana shu imkoniyatlar miqyosi bilan baholanadi. Iqtisodiy salohiyatni baholashni tabiiy va inson resurslarini baholashdan boshlash lozim. Chunki, iqtisodning asosini cheklangan resurslar orqali insoniyatning cheksiz ehtiyojlarini optimal qondirish hisoblanadi. Bunda ishlab chiqarishning asosini xom-ashyo resurslari hamda inson mehnati tashkil qiladi.

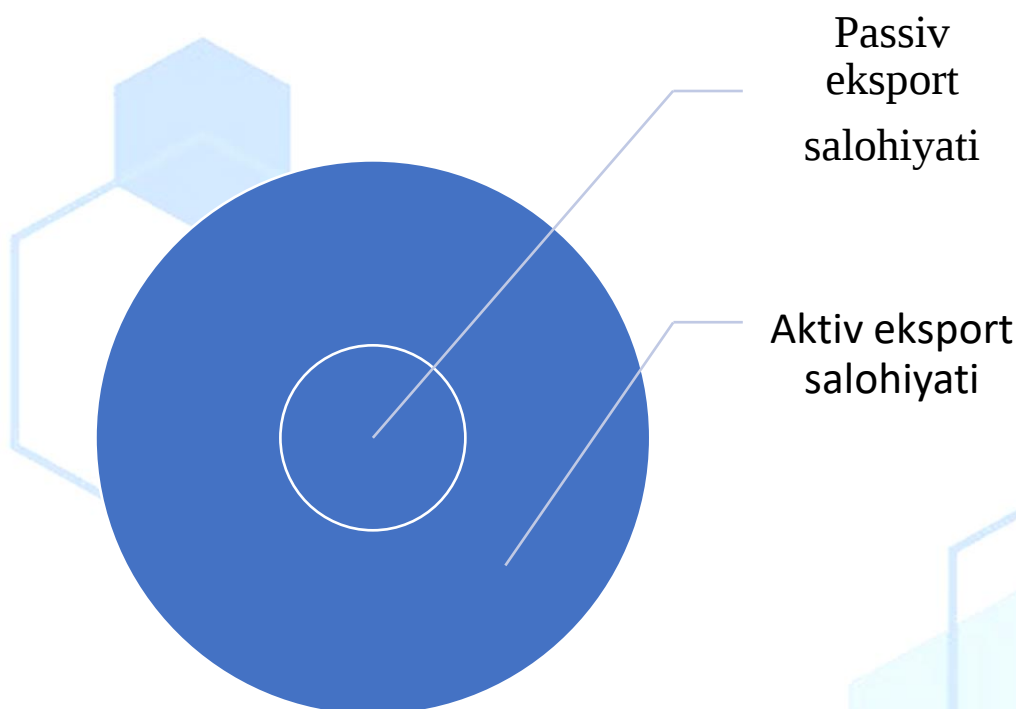
Eksport salohiyatiga faqat rivojlanish imkoniyati sifatida qarash mazkur tushunchani belgilashga juda tor va bir taraflama yondashuv bo'ladi, chunki, uning haqiqiy (real) shaklini hisobga olmaydi. Shu bilan birga, "salohiyat" (inglizcha potential - imkoniyat, qudrat, kuch) so'zining etimologiyasida ham uni muayyan tizimning imkoniyatlarini baholash uchun foydalanish nazarda tutiladi. "Salohiyat" atamasi "imkoniyat" tushunchasidan ancha keng ma'noni bildiradi. "Imkoniyat"ni harakat va rivojlanish jarayonidagi tarkibiy element yoxud hatto uning funktsional "salohiyati" sifatida qabul qilish mumkin.¹

Eksport salohiyatini amalga oshirish darajasi eksport ishlab chiqarishi bo'lib, u jahon xo'jalik aloqalari tizimida qay darajada amal qilsa, shunday darajada mehnat taqsimotining asosini tashkil qiladi. Tadqiqot jarayonida kelingan xulosalar shuni ko'rsatadiki, eksport salohiyati ko'p jixatdan faqat makrodarajada ko'rib chiqilgan xamda uni hisoblash yoki aniqlash bo'yicha aniq ko'rsatmalar, formulalar berilmagan. Mazkur tushunchaga yanada takomillashgan ta'rif berishga xarakat qiladigan bo'lsak "eksport salohiyati"ga D. Baxromovanning "Mamlakatimizda ijtimoiy sohalar faoliyatini yanada takomillashtirishning iqtisodiy-statistik tahlili" nomli maolasida muallif tomonidan taklif qilinayotgan ta'rif quyidagicha: "Eksport salohiyati - bu milliy iqtisodiyot, mintaqalar, aloxida olingan tarmoqlar yoki korxonalarning eksportga kerakli miqdorda raqobatbardosh mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarish va yetarli xajmda yetkazib berish qobiliyati".

Bizning fikrimizcha, eksport salohiyatidan foydalanilganlik darajasiga qarab u 2 qismga: aktiv va passiv eksport salohiyatlariga bo'linadi.

Aktiv eksport salohiyati - bu yalpi eksport salohiyatidan faqatgina foydalanilayotgan qismi. Ya'ni, jahon bozorlariga yoki chet davlatlarga eksport qilinayotgan raqobatbardosh mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarishdagi imkoniyatlar yig'indisi.

¹ Baxromova D. Mamlakatimizda ijtimoiy sohalar faoliyatini yanada takomillashtirishning iqtisodiy-statistik tahlili. // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 3, 2022-yil



1-рasm. Экспорт способностидан фойдаланиш даражasi

Shuni ta'kidlab o'tish joizki, eksport salohiyati tushunchasiga berilgan ta'riflar, yondashuvlarning asosiy qismi faqat nazariy ahamiyatga ega bo'lib, uni qanday uslublar yoki matematik formulalar vositasida hisoblash, baholash mumkinligini ochib bermaydi. Biz ushbu tadqiqot ishida eksport salohiyati tushunchasiga nafaqat nazariy-tahliliy yondashuv bilan balki, uni hisoblash yoki baholash metodikasi ustida ham to'xtalib o'tamiz va shu bilan birga olib borilgan tadqiqotlar natijasida eksport salohiyatini reytingli baholash uslubini ishlab chiqamiz.

Mintaqa eksport salohiyatini reytinglashdan maqsad eksport salohiyatiga miqdoriy baho berish hamda ularning boshqa mintaqalar orasidagi o'rnini aniqlashdan iborat. Ko'rsatkichlarni quyidalar yordamida yagona bir tizimli, taqqoslash imkonini beradigan holatga keltirib olindi. Ular:

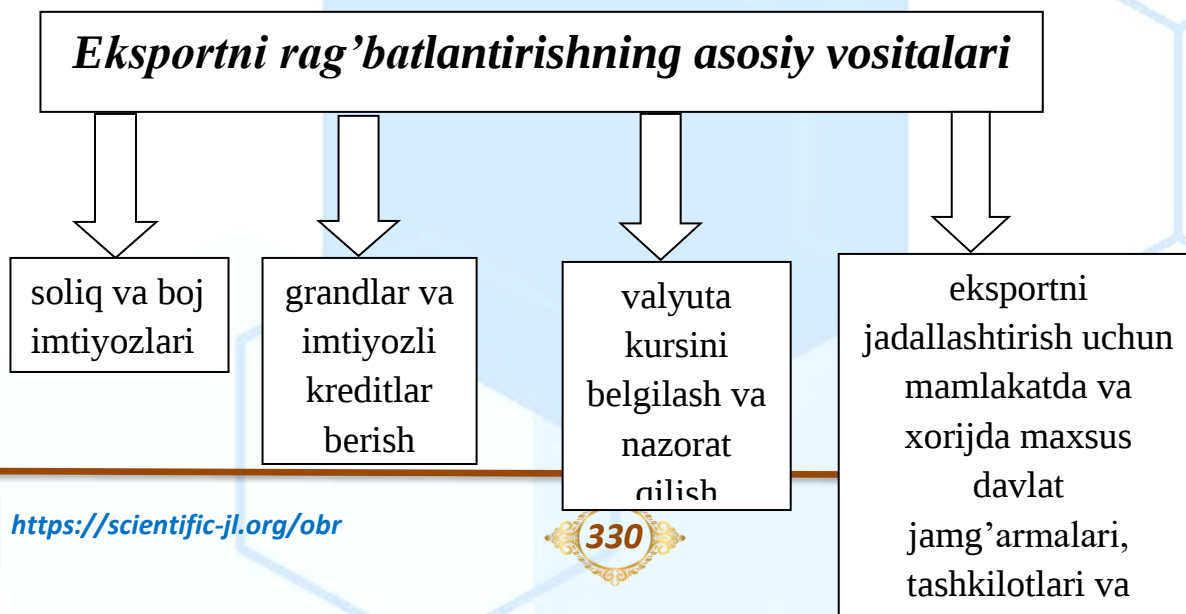
- jon boshiga to'g'ri kelgan mintaq tashqi savdo aylanmasi, investitsiyalar, sanoat mahsuloti, qishloq xo'jaligi mahsuloti, xizmatlar, qo'shma korxonalar tashqi savdo aylanmasi;
- individual tadbirkorlar soni;

- barpo etilgan korxonalar soni (yil boshiga nisbatan %da);
- qo'shma korxonalarda band bo'lganlik darajasi;
- har bir kichik biznesni korxonasiga to'g'ri kelgan kichik biznes korxonalari mahsuloti;
- jami investitsiyalarda korxonalar va aholining ulushi;
- kichik biznesda bandlar soni;
- mintaqa iqtisodiyotining ochiqlik darajasi;
- yalpi investitsiyalarda xorijiy investitsiya ulushi;
- kapital importi koeffitsienti (xorijiy investitsiya)lardir.

Baholash mintaqalarni ko'rsatkichlar va yig'gan natijalari bo'yicha reytinglashni ifodalaydi. Mamlakat iqtisodiyotining rivojlanish darajasi hamda YaIM hajmi ko'p jihatdan mamlakat eksport salohiyati va undan naqadar oqilona foydalanishga bog'liq bo'ladi.

Boshqa tomondan esa, bir qator boshqa davlatlar (Malayziya, Singapur, Tailand, Tayvan)ning tajribasi asosan bozor mexanizmlariga tayanishni o'zida aks ettiradi. Sanoati rivojlangan davlatlar sirasiga mansub eksportga yo'naltirilgan davlatlar (Tailand, Tayvan, Malayziya)ning ko'pchiligida hukumat eksport masalalariga deyarli aralashmagan. Boshqa davlatlar esa, aksincha, eksportchilar uchun qulay makroiqtisodiy sharoitlarni yaratish bilan bir qatorda eksportni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashning maxsus shakllaridan ham foydalanishgan.

O'tkazilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, eksportni rag'batlantirishning asosiy vositalari quyidagilardir: qulay makroiqtisodiy muhit va ishlab chiqaruvchilar uchun eksportga rag'bat yaratish.



Ekspost subsidiyalari ko'p mablag' sarflanadigan tovarlar bilan bir qatorda ayrim tayyor mahsulotlar ekspostiga, ayniqsa, qishloq xo'jalik mahsulotlariga nisbatan keng tarzda ishlatiladi. Masalan, Janubiy Koreya hukumati 2021-yilda qishloq xo'jalik mahsulotlarini ekspost qilishga 25.95 milliard vonni tashkil qiluvchi subsidiya ajratdi. Ushbu subsidiyalar mevalar, gullar, sabzavotlar, kimchi, jenshen va qora mol mahsulotlariga tegishli edi.

Ekspost tovar siyosatini amalga oshirishda xalqaro xarakterga ega bo'lgan marketing tadqiqotlari	Mazkur tovar yoki xizmatlar xalqaro bozori kon'yunkturasini o'rganish, mazkur tovar bozoridagi potensial hamkor yoki raqobatchi firmalarni aniqlash hamda ularning ish usullarini tahlil qilish
	Xalqaro bozorning maqsadli qismini aniqlash
	Xalqaro bozorning maqsadli uchastkasida faoliyat yuritishning ijtimoiy, siyosiy, iqtisodiy, moliyaviy, huquqiy va bojxona shartlarini aniqlash
	Mazkur tovar mahsulotining potensial iste'molchilarini segmentlash
	Xalqaro marketing kommunikatsiya vositalarini qo'llash imkoniyatlarini izlab topish
	Xalqaro bozorda mazkur tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligini aniqlash

Mamlakatimizdagi korxona va tashkilotlarning xalqaro savdo faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish va nazorat qilish ekspost-import operatsiyalarini litsenziyalash vositasida amalga oshiriladi. Ushbu faoliyat turlariga mos keluvchi davlat organlarining maxsus (asosiy va individual) ruxsatnomalar berishi nazarda tutiladi. A.A.Ilyosov aytganidek asosiy litsenziya- bu bozor sub'yektiga ma'lum muddatga muayyan tovarlarni cheklanmagan miqdorda, mamlakati ko'rsatilgan holda ekspost yoki import qilish uchun beriluvchi maxsus ruxsatnomadir. ²

² Kurpayanidi, K. I., & Ilyosov, A. A. (2020). Problems of the use of digital technologies in industry in the context of increasing the export potential of the country. ISJ Theoretical & Applied Science, 10 (90), 113-117. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS>

Individual Litsenziya esa bozor sub'yektiga cheklangan muddatga muayyan tovarni cheklangan miqdorda mamlakati ko'rsatilgan holda eksport yoki import qilish uchun beriluvchi bir martalik maxsus ruxsatnoma hisoblanadi.

Litsenziyalash tashqi savdo munosabatlarini xalqaro tartibga solishning amaliy vositasi bo'lib, ichki iste'mol uchun zarur bo'lgan mahsulot eksportini cheklash, mahalliy mahsulot ishlab chiqaruvchilarga zarar yetkazilishining oldini olish maqsadida importni cheklash, mamlakatning savdo va to'lov balansini tartibga solish, fors-major holatlar sababli iqtisodiyotda yuzaga kelgan vaqtinchalik qiyinchiliklarni bartaraf qilish, xorijiy valyutani sarflashni nazorat qilish kabi maqsadlarda keng qo'llanadi.

Eksport tovar siyosatida tovarning iste'mol qiymati o'z ko'rsatkichlari bo'yicha chet ellik iste'molchining talablariga javob bergan taqdirda yuqori bo'ladi. Tovarni import qiluvchi mamlakatdagi avvaldan belgilangan, kutilayotgan maqsadli xaridorlar guruhiga aniq yo'naltirgan holda loyihalashtirish, ya'ni «o'rtacha statistik xaridor»ga emas, balki muayyan xaridorlarga yo'naltirish lozim. Jahon tajribalarining ko'rsatishicha, turli xildagi raqobatbardosh eksport tovarlarining etarli bo'lishi tijorat olamining javob tariqasidagi harakatlarini – yuqori sifatli tovarlar importi va chet el investisiyalari oqimining o'sishiga sabab bo'ladi.

Xulosa

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkinki, eksport tovar siyosati natijalarini ko'p jihatdan xalqaro savdo marketingi belgilab beradi. Xalqaro savdoda eksportchi bozorni tanlashga ta'sir ko'rsatuvchi turli omillar: bozorning o'ziga xosligi va salohiyati, barqarorligi, tovar mahsulotlari kiritishning murkkablik darajasi kabi omillarga duch keladi. Bozorni tartibga soluvchi bir qator qoida va munosabatlarga, shuningdek, importchi mamlakat jamoatchiligining ichki muammolari, jumladan, an'analar va ramziy belgilar dunyosi, turli xil udumlar xarakteri bilan ham hisoblashish zarur. Bu muammolar muayyan tashqi bozorga mo'ljallangan eksport tovarida loyihalashtiriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Baxromova D. Mamlakatimizda ijtimoiy sohalar faoliyatini yanada takomillashtirishning iqtisodiy-statistik tahlili. // “iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 3, 2022-yil
2. Kurpayanidi, K. I., & Ilyosov, A. A. (2020). Problems of the use of digital technologies in industry in the context of increasing the export potential of the country. ISJ Theoretical & Applied Science, 10 (90), 113-117. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS>
3. Kurpayanidi, K. et al. (2020). The issue of a competitive national innovative system formation in Uzbekistan. E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2020. – T. 159. – C. 04024. DOI: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202015904024>