O'ZBEKISTONDA EKSPORT GEOGRAFIYASINI DIVERSIFIKATSIYA QILISHNING IQTISODIY AHAMIYATI

ECONOMIC IMPORTANCE OF EXPORT GEOGRAPHY DIVERSIFICATION IN UZBEKISTAN

Muallif: Raximov Feruz Uyg'unovich [1]
Affiliyatsiya: Mustaqil tadqiqotchi, Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi sho'ba mudiri[1]
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.23279782

ANNOTATSIYA

Maqolada O'zbekiston sharoitida eksport geografiyasini diversifikatsiya qilishning makroiqtisodiy barqarorlik, tarkibiy yangilanish va tashqi savdo risklarini kamaytirishdagi ahamiyati tahlil qilingan. 2023–2025-yillardagi rasmiy tashqi savdo ma'lumotlari asosida eksport dinamikasi, yetakchi bozorlar konsentratsiyasi va eksport tarkibi baholangan. Geografik diversifikatsiyani o'lchash uchun CRk va HHI yondashuvlari, yangi bozorlarni tanlash uchun RCA, gravitatsion model hamda ko'p mezonli baholash usuli taklif etilgan. Natijalar eksport hajmining o'sishi bilan bir qatorda oltin va xizmatlar ulushi yuqoriligini, shuningdek, uzoq va yuqori daromadli bozorlarga chiqishda logistika, standartlashtirish va eksport moliyasi hal qiluvchi omil ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: Eksport geografiyasi, diversifikatsiya, tashqi savdo, bozor tanlash, eksport siyosati, logistika

ABSTRACT

The article examines the economic importance of diversifying Uzbekistan's export geography for macroeconomic resilience, structural transformation and the reduction of external trade risks. Official foreign trade data for 2023–2025 are used to assess export dynamics, market concentration and the composition of exports. CRk and HHI approaches are discussed for geographic concentration, while RCA, the gravity model and a multi-criteria scoring framework are proposed for market selection. The analysis shows that rapid export growth does not automatically imply deep diversification because gold and services retain large shares. Sustainable diversification therefore requires access to higher-income markets, stronger logistics, international standards, export finance and a broader base of competitive exporting firms.

Keywords: Export geography, diversification, foreign trade, market selection, export policy, logistics

Bozor iqtisodiyoti sharoitida eksportning o'sishi mamlakatning tashqi talabdan foydalanish imkoniyatini kengaytiradi, biroq eksportning oz sonli mahsulot va bozorlarga bog'lanib qolishi tashqi shoklarga sezgirlikni oshiradi. Shu sabab eksport geografiyasini diversifikatsiya qilishga nafaqat savdo hajmini ko'paytirish, balki talab, narx, transport, valyuta va geosiyosiy risklarni portfel tamoyili asosida taqsimlash vositasi sifatida qaralishi lozim. Xalqaro savdo nazariyasida bozorlar kengayishi

ixtisoslashuv va miqyos samarasini kuchaytirishi, ayni paytda raqobatchi firmalarni unumdorlikni oshirishga undashi koʻrsatiladi [Krugman, 2022].

Eksportning sifati uning miqdori kabi muhimdir. Hausmann, Hwang va Rodrik yuqori daromad va texnologik sigʻimga ega mahsulotlardan tarkib topgan eksport savati uzoq muddatli oʻsish bilan bogʻliqligini asoslagan [Hausmann, Hwang, Rodrik, 2007: 1–25]. Oʻzbekiston uchun bu xulosa geografik va mahsulot diversifikatsiyasini birgalikda olib borishni anglatadi: yangi mamlakatga bir xil xomashyo sotish geografiyani kengaytiradi, ammo narx riskini kamaytirmasligi mumkin; aksincha, turli mahsulotlarni faqat bir-ikki bozorda sotish ham bozor riskini saqlab qoladi.

Tadqiqot metodologiyasi va ilmiy yondashuvlar. Tadqiqotning asosiy empirik manbasi Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasining 2025-yil yanvar-dekabr tashqi savdo aylanmasi boʻyicha dastlabki ma'lumotlaridir. Tahlilda 2023–2025-yillar dinamikasi, eksport tarkibi va 2025-yildagi asosiy eksport hamkorlari koʻrsatkichlaridan foydalanildi. Geografik konsentratsiyani baholash uchun eng yirik bozorlarga toʻgʻri keluvchi ulush — CRk koeffitsiyenti qoʻllanildi. Ushbu hisobotdagi oʻnta asosiy bozor boʻyicha CR10 qariyb 42,6 foizni tashkil etadi. Toʻliq HHI esa HHI = Σs_i^2 formulasi orqali hisoblanishi kerak, biroq rasmiy statistikada eksportning katta qismi “boshqa mamlakatlar” koʻrinishida agregat berilgani sababli aniq HHI hisoblash uchun barcha davlatlar kesimidagi batafsil ma'lumotlar talab qilinadi.

Mahsulotning qiyosiy ustunligini aniqlashda Balassa RCA indeksi qoʻllanishi mumkin: RCA > 1 boʻlsa, mamlakatning mazkur mahsulot boʻyicha nisbiy eksport ixtisoslashuvi mavjud deb qaraladi [Balassa, 1965: 99–123]. Maqsadli bozorni tanlashda esa gravitatsion model bozor hajmi bilan savdo xarajatlarini bir vaqtda hisobga olish imkonini beradi; nazariy modelda savdo oqimi iqtisodiy hajm ortishi bilan koʻpayadi, masofa va boshqa savdo qarshiliklari ortishi bilan kamayadi [Anderson, Wincoop, 2003: 170–192]. Firma darajasida Melitz modeli eksportga kirishning doimiy xarajatlari sababli unumdorligi yuqori korxonalar tashqi bozorga chiqishga koʻproq moyilligini koʻrsatadi [Melitz, 2003: 1695–1725].

Oʻzbekiston eksportining tarkibiy va geografik holati. 2025-yilda Oʻzbekiston tashqi savdo aylanmasi 81,1668 mlrd AQSH dollariga yetdi. Eksport 33,8123 mlrd dollarni tashkil etib, 2024-yilga nisbatan 24,0 foiz, import esa 47,3545 mlrd dollarni tashkil etib 18,5 foiz oʻsdi. Tashqi savdo balansida 13,5422 mlrd dollarlik manfiy saldo saqlanib qoldi. 2023-yildagi 24,8695 mlrd dollarlik eksport bilan taqqoslaganda, 2025-yilga kelib eksport hajmi sezilarli kengaygan.

Biroq eksport oʻsishining tarkibi diversifikatsiya darajasini baholashda hal qiluvchi ahamiyatga ega. 2025-yilda nomonetar oltin 9,9001 mlrd dollar yoki jami eksportning 29,3 foizini, xizmatlar esa 9,7604 mlrd dollar yoki 28,9 foizini tashkil etdi. Demak, oltin va xizmatlar birgalikda eksportning qariyb 58,1 foizini bergan. Oziq-ovqat eksporti 2,9447 mlrd dollarga, turli tayyor buyumlar 1,6960 mlrd dollarga yetgan boʻlsa, sanoat tovarlari 3,9884 mlrd dollargacha va mashina-transport uskunalari 1,1615 mlrd dollargacha qisqargan. Bu jami eksportning tez oʻsishi sanoat diversifikatsiyasi bilan doimo bir xil yoʻnalishda harakat qilmasligini koʻrsatadi.

Geografik jihatdan 2025-yilda Rossiya eksportning 12,8 foizini, Xitoy 7,3 foizini, Qozogʻiston 4,6 foizini, Afgʻoniston 4,5 foizini va Turkiya 3,4 foizini qabul qilgan. Oʻnta yirik bozor ulushi qariyb 42,6 foizni tashkil etadi. Bu koʻrsatkich ekstremal konsentratsiyani anglatmaydi, ammo eksport portfelining muhim qismi qoʻshni va an'anaviy bozorlarga tayanganini koʻrsatadi. Shu bilan birga, meva-sabzavot

eksportining 36,9 foiz oʻsishi va xizmatlar eksportining 28,9 foiz kengayishi yangi geografiyaga chiqish uchun istiqbolli tayanch segmentlar mavjudligini bildiradi.

Strategik yoʻnalishlar. Birinchi strategik yoʻnalish — eksport natijalarini faqat jami qiymat bilan emas, oltinsiz va yuqori qoʻshilgan qiymatli eksport koʻrsatkichlari bilan baholashdir. Oltin eksporti katta qiymat yaratadi, biroq uning hajmi alohida operatsiyalar va jahon narxlariga sezgir. Shu sabab eksport strategiyasining barqarorligini qayta ishlangan sanoat mahsulotlari, oziq-ovqat, kimyo, tayyor toʻqimachilik va xizmatlar eksportining dinamikasi bilan oʻlchash maqsadga muvofiq.

Ikkinchi yoʻnalish — mahsulotni qiymat zanjiri boʻyicha yuqoriga koʻtarish. Meva-sabzavotda oddiy xom mahsulotdan saralangan, sovitilgan, qadoqlangan va qayta ishlangan mahsulotlarga; toʻqimachilikda ip-kalavadan tayyor kiyim va brendli mahsulotga; kimyo sanoatida xom va bazaviy komponentlardan yuqori marjali maxsus mahsulotlarga oʻtish geografik diversifikatsiyani yanada samarali qiladi.

Uchinchi yoʻnalish — logistika yoʻlaklarini va transport turlarini diversifikatsiya qilish. Oʻzbekistonning dengizga bevosita chiqish imkoniyati yoʻqligi sababli bozor tanlashda faqat import talabi emas, yetkazib berish vaqti, tranzit barqarorligi va yetkazib berish xarajati hisobga olinishi kerak. Jahon banki Oʻzbekistonning global integratsiyasida transport, bojxona, raqamlashtirish va xususiy sektor raqobatbardoshligini kuchaytirishni muhim omillar sifatida koʻrsatadi [World Bank, 2025]. CAREC boʻyicha ADB tadqiqotlari ham tashqi shoklar sharoitida savdo va transport yoʻnalishlarini parallel diversifikatsiya qilish zarurligini ta'kidlaydi [Asian Development Bank, 2024].

Toʻrtinchi yoʻnalish — sertifikatlash, laboratoriya, fitosanitariya, kuzatuvchanlik va sifat menejmentini eksport infratuzilmasining ajralmas qismiga aylantirishdir. Uzoq va yuqori daromadli bozorlarda tarifdan tashqari talablar koʻpincha boj stavkasidan muhimroq boʻlib, korxonaning bozorga kirish xarajatini belgilaydi. Shu sabab xalqaro standartlarga moslashish alohida korxona xarajati emas, eksport siyosatining gorizontal infratuzilmasi sifatida koʻrilishi lozim.

Bozor tanlash modeli. Maqolada yangi eksport bozorlarini tanlash uchun ikki bosqichli model taklif etiladi. Birinchi bosqichda mahsulotlar ichki qoʻshilgan qiymat, RCA, eksport tajribasi, ishlab chiqarish quvvati, resurs sigʻimi va xalqaro standartlarga tayyorlik boʻyicha saralanadi. Ikkinchi bosqichda maqsadli bozorlar talab hajmi va oʻsishi, tarif va notarif toʻsiqlar, masofa, transport vaqti, raqobat, toʻlov riski hamda diversifikatsiya ta'siri boʻyicha baholanadi.

Amaliy skoring modeli quyidagicha tuzilishi mumkin: M = 0,30D + 0,20A + 0,20L + 0,15R + 0,15V. Bu yerda D — talab va bozor oʻsishi; A — bozorga kirish imkoniyati; L — logistika samaradorligi; R — siyosiy, valyuta va toʻlov riskining teskari bahosi; V — bozorning mavjud eksport konsentratsiyasini kamaytirish hissasi. Vaznlar tarmoq xususiyatiga qarab oʻzgartiriladi. Masalan, tez buziladigan agromahsulotlarda logistika vazni oshiriladi, raqamli xizmatlarda esa masofa omili keskin kamayadi.

Oʻzbekiston uchun bozor portfeli uch qatlamda shakllanishi maqsadga muvofiq: birinchisi — Rossiya, Markaziy Osiyo, Afgʻoniston va Turkiya kabi mavjud tayanch bozorlar; ikkinchisi — Yevropa Ittifoqi va Fors koʻrfazi kabi yuqori xarid qobiliyatiga ega bozorlar; uchinchisi — Xitoyning yangi segmentlari, Janubiy va Sharqiy Osiyo hamda Shimoliy Amerika kabi selektiv uzoq bozorlar. Bunda maqsad mavjud bozorlardan voz kechish emas, mustaqil talab markazlarini eksport portfeliga qoʻshishdir.

Eksport siyosati. Eksport siyosati individual korxonaga doimiy subsidiya berishdan koʻra, barcha eksportchilar foydalanishi mumkin boʻlgan gorizontal imkoniyatlarni kuchaytirishga yoʻnaltirilishi kerak. Birinchidan, mahsulotlar (TIF Kod: HS6) darajasida mamlakat–mahsulot kesimida talab, tarif, raqobatchi, transport va narx ma'lumotlarini birlashtiruvchi “Eksport diversifikatsiyasi paneli”ni yaratish zarur. Unda CR5/CR10, HHI, yangi bozor, yangi mahsulot, eksportchi firmalar soni va takroriy buyurtma kabi sifat indikatorlari monitoring qilinishi lozim.

Ikkinchidan, kichik va oʻrta eksportchilar uchun eksport krediti, faktoring, sugʻurta va buyurtma oldi moliyalashtirish mexanizmlari kengaytirilishi kerak. Firma tayyorligi nazariyasi eksportga kirishda doimiy xarajatlar mavjudligini koʻrsatadi; shu bois sertifikat, qadoqlash, marketing va birinchi partiya logistikasi uchun moliyaviy cheklovlarni pasaytirish yangi eksportchilar sonini oshiradi.

Uchinchidan, sovuq zanjir, konsolidatsiya omborlari, multimodal terminallar va raqamli bojxona kabi umumiy logistika infratuzilmasiga ustuvorlik berish lozim.

Toʻrtinchidan, xizmatlar eksporti alohida diversifikatsiya siyosatini talab qiladi. 2025-yilda xizmatlar jami eksportning 28,9 foizini tashkil etgan boʻlsa-da, uning 50 foizi safarlar, 33 foizi transport va 9,4 foizi telekommunikatsiya, kompyuter va axborot xizmatlariga toʻgʻri kelgan. IT/BPO, muhandislik, professional va kreativ xizmatlar fizik logistika cheklovlarini kamaytirgani uchun Oʻzbekistonning uzoq bozorlarga chiqishida muhim yoʻnalish boʻlishi mumkin.

Beshinchidan, amaldagi “Oʻzbekiston — 2030” strategiyasida oltinsiz eksportni oshirish, eksportchi korxonalar sonini koʻpaytirish, tayyor va yarim tayyor mahsulot ulushini kengaytirish hamda xalqaro standartlarni joriy etish boʻyicha belgilangan maqsadlar diversifikatsiya mezonlari bilan bogʻlanishi lozim [Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 16-fevraldagi PF-21-son Farmoni]. Eksport siyosati natijasi faqat “qancha eksport qilindi?” degan savol bilan emas, “nechta yangi firma, nechta yangi mahsulot va nechta barqaror yangi bozor yaratildi?” degan savollar orqali baholanishi kerak.

Xulosa. Tahlil Oʻzbekistonda eksport geografiyasini diversifikatsiya qilishning dolzarbligi eksport hajmining oʻsishidan ham kengroq masala ekanini koʻrsatadi. 2025-yilda eksport 24 foizga oshgan boʻlsa-da, oltin va xizmatlar birgalikda jami eksportning qariyb 58,1 foizini tashkil etdi; sanoat tovarlari va mashina-transport uskunalari eksportida esa pasayish kuzatildi. Shu sababli barqaror eksport modeli geografik, mahsulot va firma darajasidagi diversifikatsiyani bir vaqtda talab qiladi.

Strategik jihatdan Oʻzbekiston tayanch mintaqaviy bozorlarni saqlagan holda Yevropa, Fors koʻrfazi va Osiyoning yangi segmentlariga chiqishi, yuqori qoʻshilgan qiymatli mahsulotlar ulushini oshirishi, xalqaro standartlar va logistika infratuzilmasini rivojlantirishi zarur. Bozor tanlash RCA, gravitatsion model va koʻp mezonli skoring yondashuvlariga, siyosat esa bozor axboroti, eksport moliyasi, raqamli savdo, sifat infratuzilmasi va xizmatlar eksportini kengaytirishga tayanishi maqsadga muvofiq. Xalqaro savdo siyosati boʻyicha zamonaviy darsliklar ham uzoq muddatli raqobatbardoshlikning asosiy manbai firmalarning unumdorligi va savdo xarajatlarini kamaytiruvchi institutlar ekanini ta'kidlaydi [Feenstra, 2021].

REFERENCES

1. Oʻzbekiston Respublikasi Milliy statistika qoʻmitasi. Oʻzbekiston Respublikasi tashqi savdo aylanmasi: 2025-yil yanvar-dekabr uchun dastlabki ma'lumot. – Toshkent, 2026. 1–7. – B. 12.

2. Krugman P.R., Obstfeld M., Melitz M.J. International Economics: Theory and Policy. 12th ed. Pearson, 2022.
3. Hausmann R., Hwang J., Rodrik D. What You Export Matters // Journal of Economic Growth. 2007. Vol. 12(1). – P. 1–25.
4. Balassa B. Trade Liberalisation and 'Revealed' Comparative Advantage // The Manchester School. 1965. Vol. 33(2). – P. 99–123.
5. Anderson J.E., van Wincoop E. Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle // American Economic Review. 2003. Vol. 93(1). – P. 170–192.
6. Melitz M.J. The Impact of Trade on Intra-Industry Reallocations and Aggregate Industry Productivity // Econometrica. 2003. Vol. 71(6). – P. 1695–1725.
7. World Bank. Uzbekistan Country Economic Memorandum: Fostering Private Sector-Led Growth and Global Integration. Washington, D.C., 2025.
8. Asian Development Bank. Diversifying Trade Flows and Transport Routes in CAREC amid External Shocks. Manila, 2024.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 16-fevraldagi PF-21-son Farmoni. Mamlakat taraqqiyotining 2030-yilgacha mo‘ljallangan ustuvor yo‘nalishlari doirasida islohotlarni izchil davom ettirish va yangi bosqichga olib chiqishning qo‘shimcha chora-tadbirlari to‘g‘risida. Lex.uz, 2026.
10. Feenstra R.C., Taylor A.M. International Economics. 5th ed. Macmillan Learning, 2021.