

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



RAQAMLI MARKETING
INNOVATSIYA
TARAQIYOT
SAVDO
BIZNES
WATLUBA
SUN'ULUBA

№7-SON

2025-YIL, IYUL

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



zenodo

ORCID

OPEN ACCESS



Marketing

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL

ELEKTRON NASHR. 31 IYUL, 2025-YIL

JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/marketingjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoiraa Azimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti "Menejment va marketing" kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University "Iqtisodiyot" fakulteti dekani professor

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Elektron nashr 372 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 31-iyulda ruxsat etildi

MUNDARIJA

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ СРЕДСТВ.....	6
Икрамов Мурат Акрамович, Юлдашев Жамшид Аброрович	
KOMPANIYALAR EKOMARKETING STRATEGIYASIDA “YASHIL” BRENDING TENDENSIYALARI.....	13
Sa’dulloev Habibullo Ibodullo o’g’li	
МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ЗАДАЧ УСТОЙЧИВОГО УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ	21
Ренкер Клеменс, Багиев Георгий Леонидович, Икрамов Мурат Акрамович	
XORAZM VILOYATIDA SANOATNING TARKIBIY TUZILISHI VA UNING DINAMIKASI TAHLILI.....	29
Ibragimov Jaxongir Baxodirovich	
O‘ZBEKISTONNING INVESTITSION JOZIBADORLIGI YUQORI BO‘LGAN HUDUDLARIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI.....	36
Astanov Sherzod Rustamovich	
HALOL STANDARTLARINING MAZMUN-MOHİYATI, ASOSIY TALABLARI VA IJTIMOİY-IQTISODIY TUSHUNCHALARI	45
Azizova Saodat Xabibulloyevna	
QURITILGAN MEVALAR EKSPORTIDA MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA QIYMAT ZANJIRINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	56
Yunusov Baxodir Marisovich	
KORXONA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHGA YO‘NALTIRILGAN STRATEGIK MARKETING YONDSHAUVLARI.....	64
Xidirov Sherzod Olimovich	
BIZNES JARAYONLARNING LOGISTIKA AUTSORSINGI	70
Uzaqov Ortik Shaymardanovich	
O‘ZBEKISTONNING BARQAROR RIVOJLANISH STRATEGIYASINI AMALGA OSHIRISHDA YASHIL MOLIYALASHNING AHAMIYATI VA ISTIQBOLLI YO‘NALISHLARI	78
Oripov Ilhom Abdullayevich	
NAMANGAN VILOYATIDA INVESTITSIYA FAOLIYATINI FAOLLASHTIRISH JARAYONINI MODELLASHTIRISH	90
Inamov Farhodjon Ikrom o’g’li	
“YASHIL” SANOAT SIYOSATINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	97
Ismatulloeva Madinabonu Fozil qizi	
TIJORAT BANKLARI FAKTORING XIZMATLARI ASOSIDA KICHIK BIZNESNI MOLIYALASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI	108
Jalilov Azizbek Baxodir o’g’li	
MINTAQAVIY IJTIMOİY-IQTISODIY TIZIMDA SAMARADORLIK VA SIFATNING O‘ZARO BOG‘LIQLIGI	117
Jumanov Sherzod Norboyevich	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARIDA MAQSADLI AUDITORIYANI ANIQLASHDA SUNIY INTELLEKT VOSITALARI VA ULARDA MARKETING STRATEGIYALARINI QO‘LLASH.....	126
Maxmudov Faxriddin Umarovich	

ELEKTRON TIJORATDA TESKARI LOGISTIKANING INNOVATSION MODELLARINI QO‘LLASH ORQALI SAMARADORLIKNI OSHIRISH YO‘LLARI.....	134
Maxmudov Lazizbek Ubaydullo o‘g‘li	
MINTAQADA QURILISH ISHLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING EKONOMETRIK MODELLARI	150
Jumanov Sherzod Norboyevich	
FROM PARTNERSHIP TO STRATEGIC ALLIANCE: MAPPING FUTURE COLLABORATION BETWEEN INDIA AND UZBEKISTAN	159
Abror Kucharov, Jyoti Meshram	
OLIY TA‘LIM MUASSASALARINI BOSHQARISHNING TASHKILY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	167
Alimardonov Asrorjon Alimardonovich	
ZIYORAT TURIZMI BO‘YICHA XALQARO TAJRIBALAR VA ULARDAN O‘ZBEKISTON TURIZMINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQUISHDA FOYDALANISH IMKONIYATLARI	176
Salomov Temurbek Boburmirzo o‘g‘li	
O‘ZBEKISTON AGROSANOAT ZANJIRLARIDA SIFAT MENEJMENTI TIZIMLARINI JORIY ETISHGA TASHQI MUHIT OMILLARI TA‘SIRINI KOMPLEKS BAHOLASH	180
Djumayev Asror Almamatovich	
TRANSPORT – EKSPEDITSIYA XIZMATLARI BOZORIDA MARKETING KONSEPTSIYASI	190
Ergasheva Muxabbat Abdusamatovna	
SOG‘LIQNI SAQLASH TA‘LIM MUASSASALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING ROLI	198
Jonibekov Jasurbek Jonibekovich	
IMPROVING THE EFFICIENCY OF LOGISTICS SERVICES IN FREE ECONOMIC ZONES. STRATEGIC CONCEPT ON THE EXAMPLE OF JIZZAK FEZ	204
Mukhiddinov Muminjon Shavkiddin ugli	
SIFAT MENEJMENTI TIZIMINI JORIY ETISHNING TIBBIYOT OLIY TA‘LIM MUASSASALARI TA‘LIM SIFATIGA TA‘SIRI.....	213
Nazarova Fotima Xakimovna, Jonibekov Jasurbek Jonibekovich	
MAKROIQTISODIYOTDA ISTE‘MOL TALABI NAZARIYASI VA UNING MARKETING TADQIQOTLARIDA QO‘LLANILISHI.....	219
Rustamov Narzillo Istamovich	
O‘ZBEKISTON QISHLOQ XO‘JALIGIDA MOLIYAVIY TAHDIDLARNI BOSHQARISHDA BILIMLAR DARAJASINING ROLI	227
Sadibaqosov Suxrob Toshpo‘lot o‘g‘li	
XORAZM VILOYATI IQTISODIYOTI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA INVESTITSION OMILLARNING TA‘SIRINI BAHOLASH VA RIVOJLANTIRISH YO‘NALISHLARI	235
Sapayeva Fazilat Norbayevna	
MODALAR BIZNESIDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI.....	241
Ziyayeva Shahlo Shoakbar qizi, Yuldasheva Dilorom Shaxzod qizi	
TIJORAT BANKLARIDA KOMPLAYENS NAZORAT TIZIMINI TASHKIL ETISHNING HUQUQIY ASOSLARI	248
Tuychiyev Alisher Jurayevich, Kurbanbayeva Zuxra Abduraxmon qizi	
СТИМУЛИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	257
Матлюбов Хуршид Жамшидович	

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА И КИТАЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ.....	266
Самединов Тимур	
OLIY TA'LIM MUASSASALARINI RAQAMLASHTIRISH JARAYONIDA BIG DATA TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA TALABA FIKRLARINI TAHLIL QILISH VA MARKETING STRATEGIYASINI OPTIMALLASHTIRISH	279
Akbarov Nodir Gafurovich	
BANK XIZMATLARI MARKETINGIDA SUN'IY INTELLEKTNI QO'LLASHNING INNOVATSION IMKONIYATLARI VA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	287
Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETING FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH INNOVATSION YONDASHUVLAR VA INTEGRATSIYALASHGAN BOSHQARUV METODOLOGIYASI.....	295
Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi	
KORXONALARDA RAQOBAT RAZVEDKASI TIZIMIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHGA QARATILGAN METODOLOGIK YONDASHUVLARNI RIVOJLANTIRISH	304
Tursunxo'jayev Sardor Jamoliddin o'g'li	
ZIYORAT TURIZMI BO'YICHA XALQARO TAJRIBALAR VA ULARDAN O'ZBEKISTON TURIZMINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQUISHDA FOYDALANISH IMKONIYATLARI	311
Salomov Temurbek Boburmirzo o'g'li	
ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA MODDIY OQIMNI BOSHQARISHDA LOGISTIKA XIZMATINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY-TASHKILY MEXANIZMI	315
Maxmidov Shirinboy Botirovich	
UZOQ MUDDATLI AKTIVLARNING NAZARIY MASALALARI	322
Gozieva Mokhira Rustamovna	
YASHIL IQTISODIYOT VA BARQAROR RIVOJLANISH	330
Turobjanov Murodjon Maxammadjanovich	
BOJXONA TIZIMIDA TRANSPORT LOGISTIKASINI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI VA UNI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI	335
Kucharov Abror Sabirjanovich, Alijanova Komila Toxir kizi	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA BYUDJETLASHTIRISHDAN FOYDALANGAN HOLDA BOSHQARUV TIZIMINI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	344
Sobirov Shoyadbek Kurbonaliyevich	
O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA RAQAMLI MARKETINGDA SUN'IY INTELLEKT	352
Sadikov Shoxrux Shuxratovich	
AVTOMOBIL SANOATIDA EKSPORT HAJMINI OSHIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGIYASI AHAMIYATI.....	358
Akramov Tohir Abdirahmonovich	
MINTAQALAR INVESTITSION SALOHİYATINI SHAKLLANTIRISHNING INSTITUTSIONAL ASOSLARI.....	364
Qobilov Anvar Eshpo'lotovich	

СТИМУЛИРОВАНИЕ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Матлюбов Хуршид Жамшидович

Начальник договорного отдела ООО «ТЕХНОПАРК»

E-mail: xurshid.matlyubov@texnopark.uz

Аннотация

В статье рассмотрены современные механизмы стимулирования экспортной деятельности в Республике Узбекистан, с акцентом на опыт зарубежных стран, как лидирующие в экспорте различных видов готовой продукции с высокой добавленной стоимостью. На основе анализа динамики внешнеэкономической стратегии компании, выявлены ключевые барьеры и предложены практические рекомендации по усилению конкурентоспособности экспортной продукции. Отдельное внимание уделено влиянию государственной поддержки, цифровизации внешнеэкономических процедур и ожидаемому вступлению Узбекистана во Всемирную торговую организацию.

Ключевые слова: Экспорт, экспортная стратегия, стимулирование, льготы и преференции, ВТО, внешнеэкономическая деятельность, локализация, цифровизация.

Annotatsiya

Maqolada O'zbekiston Respublikasida eksport faoliyatini rag'batlantirishning zamonaviy mexanizmlari ko'rib chiqilgan bo'lib, tayyor mahsulotning yuqori qo'shilgan qiymatga ega turlarini eksport qilishda yetakchi bo'lgan xorijiy mamlakatlar tajribasiga alohida e'tibor qaratilgan. Kompaniyalarning tashqi iqtisodiy strategiyasi dinamikasi tahlili asosida asosiy to'siqlar aniqlanib, eksport mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha amaliy tavsiyalar berilgan. Shuningdek, davlat tomonidan ko'rsatiladigan qo'llab-quvvatlash choralari, tashqi iqtisodiy jarayonlarni raqamlashtirish hamda O'zbekistonning Jahon savdo tashkilotiga a'zo bo'lishi bilan bog'liq kutilayotgan o'zgarishlarga alohida urg'u berilgan.

Kalit so'zlar: eksport, eksport strategiyasi, rag'batlantirish, imtiyoz va preferensiyalar, JST, tashqi iqtisodiy faoliyat, lokalizatsiya, raqamlashtirish.

Abstract

The article examines modern mechanisms for stimulating export activities in the Republic of Uzbekistan, with an emphasis on the experience of foreign countries as leaders in the export of various types of finished products with high added value. Based on the analysis of the dynamics of the company's foreign economic strategy, key barriers are identified and practical recommendations are proposed to enhance the competitiveness of export products. Particular attention is paid to the impact of state support, digitalization of foreign economic procedures and the expected accession of Uzbekistan to the World Trade Organization.

Keywords: Export, export strategy, stimulation, benefits and preferences, WTO, foreign economic activity, localization, digitalization.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях глобализации и усиления международной конкуренции развитие экспортного потенциала является ключевым фактором экономического роста любой страны. Для Узбекистана, который активно интегрируется в мировую экономику, стимулирование экспорта приобретает особую значимость. Экспорт играет решающую роль в обеспечении валютных поступлений, создании новых рабочих мест и модернизации производств. В рамках стратегии развития Узбекистана на 2022–2026 годы увеличение не сырьевого экспорта является приоритетом для снижения зависимости от импорта и сырьевого сектора [1]. Несмотря на рост экспортных показателей, структура экспорта Узбекистана остается слабо диверсифицированной, с преобладанием сырьевых товаров (хлопок, газ, металлы). Стимулирование не сырьевого экспорта, в том числе продукции агропромышленного комплекса, текстиля, химической и фармацевтической промышленности, требует разработки эффективных мер господдержки.

Многие страны (Сингапур, Южная Корея, Казахстан) успешно реализуют программы стимулирования экспорта через налоговые льготы, субсидии и создание экспортно-ориентированных кластеров. Изучение международного опыта и его адаптация к условиям Узбекистана позволит повысить эффективность госполитики в этой сфере.

В условиях членства Узбекистана в ВТО и расширения торговых соглашений (СНГ, ЕАЭС, страны Центральной Азии) местные предприятия нуждаются в дополнительных стимулах для укрепления позиций на международных рынках. Таким образом, исследование механизмов стимулирования экспортной деятельности предприятий в Узбекистане является крайне актуальным, поскольку от эффективности государственной и корпоративной политики в этой сфере зависят темпы экономического развития страны, рост ВВП и улучшение торгового баланса. Результаты работы могут быть использованы государственными органами, бизнес-ассоциациями и самими предприятиями для разработки практических мер по наращиванию экспортного потенциала.

Развитие экспортного потенциала является приоритетным направлением экономической стратегии Республики Узбекистан. В условиях глобализации и усиления международной конкуренции предприятия страны сталкиваются с рядом барьеров при выходе на внешние рынки. Наряду с этим государство предпринимает последовательные шаги по стимулированию экспорта, включая налоговые льготы, развитие инфраструктуры, доступ к финансированию и

торгово-дипломатическую поддержку. Однако сохраняются системные вызовы, препятствующие полной реализации экспортного потенциала.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Теоретической основой исследования послужил комплексный анализ существующих теорий, концепций и подходов к стимулированию экспортной деятельности предприятий. В статье использованы труды отечественных и зарубежных авторов в области внешнеэкономической деятельности, государственного регулирования экспорта и стратегического управления. Вопросы стимулирования экспортной деятельности предприятий в Узбекистане нашли широкое отражение в научной литературе последних лет. Основные направления исследований включают механизмы государственной поддержки, развитие экспортной инфраструктуры, формирование конкурентных преимуществ, роль свободных экономических зон, а также институциональные реформы, направленные на либерализацию внешнеэкономической деятельности. Так, Хакимов У.Б. рассматривает институциональные и организационно-экономические механизмы повышения экспортного потенциала страны, акцентируя внимание на необходимости комплексного реформирования системы внешнеэкономических связей [2]. Юсупов Ш.Р. подробно анализирует инструменты государственной поддержки экспортеров, включая субсидии, налоговые льготы и экспортное страхование [3]. Шермухамедов А. исследует цели и задачи экспортной политики Узбекистана, подчеркивая необходимость интеграции в международные экономические альянсы и организации [4]. Расулов Н.Н. акцентирует внимание на роли малого бизнеса и значении экспортных субсидий и упрощенного доступа к международным рынкам [5]. Исламов Б.А. и Турдибаева М.М. проводят сравнительный анализ экспорта Узбекистана на российском направлении, выявляя факторы конкурентоспособности и барьеры [6]. Файзиев З. и Сатторкулов О.Т. исследуют эффективность свободных экономических зон и возможности их использования как инструмента стимулирования экспорта [7].

Международные аспекты стимулирования экспортной деятельности также освещаются в исследованиях Хамидуллаева С.А., Кима Т. и Гофуржоновой Ш., где рассматриваются креативная экономика и торгово-экономические связи как ключевые направления долгосрочного экспортного роста [8, 9, 10].

В совокупности, представленные работы формируют методологическую основу для комплексного анализа проблем и перспектив экспортной деятельности Узбекистана.

МЕТОДОЛОГИЯ

В рамках данного исследования использован комплексный подход, включающий: контент-анализ нормативно-правовой базы Узбекистана, регулирующей экспортную деятельность; сравнительно-аналитический метод для изучения опыта других развивающихся стран (например, Казахстана, Вьетнама, Турции); статистический анализ экспортных показателей по данным Госкомстата Узбекистана (2017–2024 гг.);

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В условиях глобальных экономических трансформаций, усиления торговых противоречий и перестройки международных цепочек поставок внешнеэкономические стратегии государств претерпевают значительные изменения. Современные тенденции характеризуются переходом от глобализации к регионализации, активной цифровизацией торговых процессов, а также возрастающим вниманием к устойчивому развитию и экономической безопасности. Для Узбекистана, который активно интегрируется в мировую экономику, анализ этих тенденций имеет особую актуальность, поскольку определяет направления совершенствования национальной экспортной политики и повышения конкурентоспособности отечественных предприятий на международных рынках.

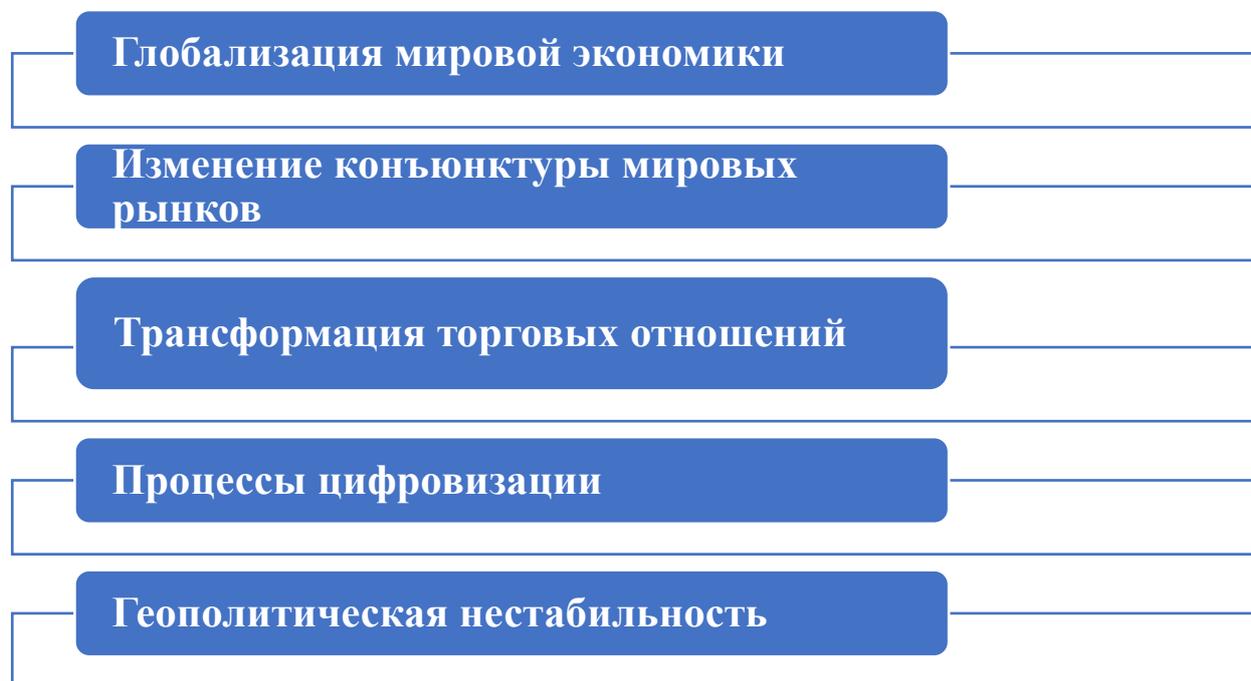


Рис. 1. Основные факторы, влияющие на внешнеэкономическую деятельность предприятий¹

¹ Составлено автором

Внешнеэкономическая политика Узбекистана тесно взаимосвязана с внутренней экономической стратегией развития страны и подчинена задачам обеспечения устойчивого экономического роста. Основными целями внешнеэкономической политики являются:

- развитие взаимовыгодного сотрудничества с зарубежными партнерами;
- повышение конкурентоспособности узбекских производителей;
- обеспечение экономической безопасности страны;
- поддержание сбалансированности торгового баланса (Рис. 1).

Современная внешнеэкономическая деятельность Узбекистана развивается под влиянием ряда ключевых факторов:

1. Глобализация мировой экономики, сопровождающаяся ужесточением международной конкуренции;
2. Изменение конъюнктуры мировых рынков, особенно в условиях постпандемического восстановления;
3. Трансформация торговых отношений в Центральноазиатском регионе;
4. Процессы цифровизации международной торговли.
5. Геополитическая нестабильность - экосистемные факторы в контексте геополитической нестабильности, которые детерминированы влиянием техносферных процессов на жизненные циклы природных, культурных и социотехнических систем.

Особое значение приобретает баланс между мерами протекционизма и либерализации внешнеэкономической деятельности. Чрезмерный протекционизм может ограничить доступ к современным технологиям, в то время как избыточная либерализация создает риски для национальных производителей.

Стимулирование экспортной деятельности является ключевым элементом экономической политики многих стран, стремящихся к устойчивому развитию и интеграции в мировую экономику. Узбекистан, обладающий значительным производственным и ресурсным потенциалом, может извлечь ценные уроки из успешных международных практик, адаптировав их к национальным условиям. Развитые и развивающиеся страны применяют различные инструменты стимулирования экспорта, которые условно можно разделить на финансовые, институциональные и регуляторные. В современной глобальной экономике различные страны демонстрируют уникальные подходы к стимулированию экспортной деятельности, которые могут служить ценными примерами для Узбекистана. Анализ этих международных практик позволяет выявить эффективные механизмы, которые могли бы быть адаптированы к узбекским реалиям.

Южная Корея представляет собой выдающийся пример трансформации из аграрной экономики в мирового промышленного лидера. Ключевым элементом корейского успеха стала целенаправленная государственная политика, сочетавшая защиту внутреннего рынка с последовательной интеграцией в мировую экономику. Корейское правительство создало мощную систему

поддержки экспортеров, включающую целевое финансирование, налоговые льготы и гарантии по экспортным кредитам. Особое внимание уделялось развитию человеческого капитала и внедрению передовых технологий. Для Узбекистана корейский опыт особенно ценен в части создания вертикально интегрированных производственных цепочек и постепенного перехода от экспорта сырья к поставкам высокотехнологичной продукции [11].

Турция, экономика которой во многом схожа с узбекской, демонстрирует успешную модель поддержки экспорта через развитие промышленных кластеров и активное содействие малым и средним предприятиям. Турецкие власти создали разветвленную сеть торговых представительств за рубежом, которые помогают национальным компаниям выходить на новые рынки. Особого внимания заслуживает турецкий опыт в области брендинга национальной продукции и развития экспорта услуг, особенно в сфере строительства и туризма. Для Узбекистана турецкий опыт может быть полезен при разработке программ поддержки экспорта сельскохозяйственной продукции и текстиля [11].

Германия представляет собой пример успешной экспортной модели, основанной на развитии среднего бизнеса - так называемых "скрытых чемпионов". Немецкие предприятия среднего размера, специализирующиеся на нишевой высокотехнологичной продукции, стали основой экспортного успеха страны. Германская система дуального образования обеспечивает предприятия квалифицированными кадрами, а сеть торгово-промышленных палат оказывает всестороннюю поддержку экспортерам. Для Узбекистана немецкий опыт может быть полезен при разработке программ поддержки специализированных производств и реформировании системы профессионального образования [11]. Китайский опыт экспортного стимулирования показывает важность последовательной промышленной политики и создания полных производственных цепочек. Китайские специальные экономические зоны стали полигонами для отработки экспортных моделей, сочетая преимущества дешевой рабочей силы с постепенным освоением современных технологий. Особый интерес для Узбекистана представляет китайский опыт в области развития инфраструктуры и создания промышленных парков, ориентированных на экспорт [11].

Для Узбекистана значение этих международных примеров заключается в возможности адаптировать лучшие практики к национальным условиям. Ключевыми уроками являются:

- необходимость комплексного подхода, сочетающего финансовую поддержку с развитием инфраструктуры и человеческого капитала;
- важность создания благоприятного делового климата для экспортеров;
- необходимость постепенного перехода от экспорта сырья к поставкам продукции с высокой добавленной стоимостью;
- значение региональной интеграции и развития транзитного потенциала (Рис. 2).

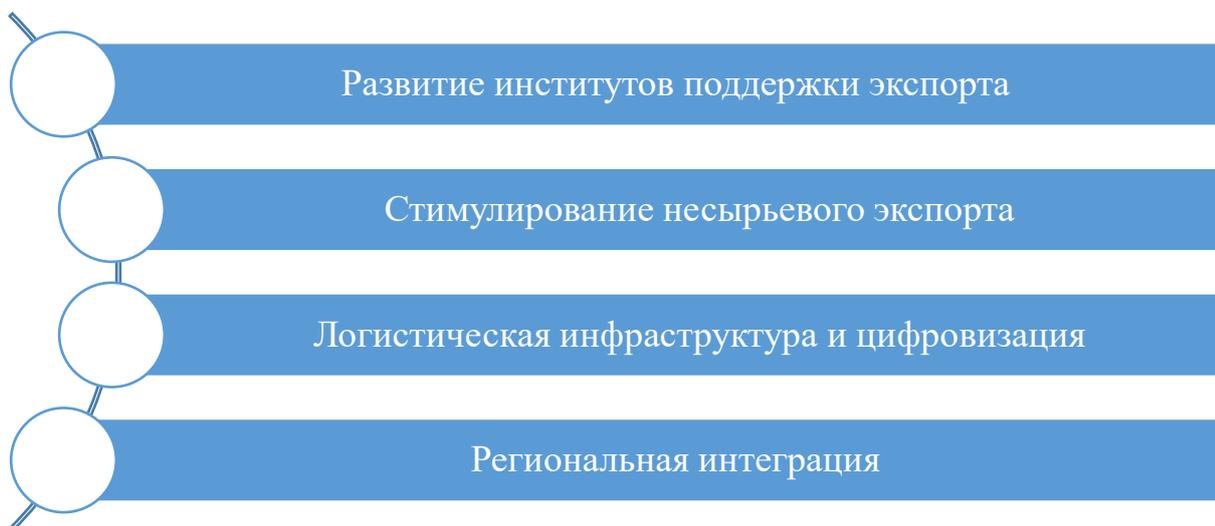


Рис. 2. Актуальные уроки для Узбекистана¹

1. Развитие институтов поддержки экспорта. Создание специализированных агентств (по аналогии с Export Credit Guarantee Corporation of India или Turk Eximbank) могло бы усилить финансовую поддержку узбекских экспортеров. Узбекистан уже предпринимает шаги в этом направлении, но важно обеспечить прозрачность и доступность таких инструментов для малого и среднего бизнеса.

2. Стимулирование несырьевого экспорта. Опыт Малайзии и Вьетнама показывает, что переход от сырьевой зависимости к экспорту готовой продукции требует целевых инвестиций в перерабатывающие отрасли. Узбекистану стоит активнее развивать текстильную, химическую, фармацевтическую и пищевую промышленность, делая ставку на качество и брендинг.

3. Логистическая инфраструктура и цифровизация. Как показывает пример ОАЭ и Нидерландов, эффективная логистика – ключевой фактор конкурентоспособности экспорта. Развитие транспортных коридоров (например, через проект «Средний коридор»), модернизация таможенных процедур и внедрение цифровых платформ (по типу Alibaba Trade Assurance) помогут узбекским компаниям выходить на новые рынки.

4. Региональная интеграция. Узбекистан уже активизирует торговлю с соседними странами Центральной Азии, но потенциал сотрудничества с ЕАЭС, Китаем и Ближним Востоком раскрыт не полностью. Опыт Польши и Чехии, успешно интегрировавшихся в европейские цепочки поставок, может быть полезен для выстраивания аналогичных связей.

Международный опыт свидетельствует, что успешная экспортная политика требует не только государственной поддержки, но и активного участия бизнеса. Для Узбекистана критически важно сохранить баланс между защитой внутреннего рынка и открытостью к международной конкуренции.

В Узбекистане действует комплексная система мер поддержки экспортёров, предусмотренная Законом «О внешнеэкономической деятельности» (2021) и актуализированными постановлениями Президента и Кабинета Министров

¹ Составлено автором

(2023–2025). Программа компенсаций до 70% логистических издержек, система «Единое окно» и льготное финансирование от банков с госучастием значительно упростили экспортную деятельность.

С 2020 года в Узбекистане активно реализуются реформы по либерализации торговли:

- 91% экспортных грузов оформляется в электронном виде;
- средний срок прохождения экспортных процедур сократился до 1,8 дня;
- возросла доступность льготных кредитов через EDB, ITFC и EXIM-банки.
- Вступление в ВТО, ожидаемое в 2026 году, станет важным внешнеэкономическим событием. Это позволит:
 - устранить нетарифные барьеры;
 - упростить доступ к рынкам ЕС, Южной и Восточной Азии;
 - активизировать международную сертификацию и технологическую модернизацию.

Однако вместе с тем возникнут требования к прозрачности субсидий, защите интеллектуальной собственности и усилению конкуренции внутри страны.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Несмотря на достижения, экспортные предприятия Узбекистана сталкиваются с рядом вызовов:

- валютные и геополитические риски на рынках СНГ и Ближнего Востока;
- высокая стоимость логистики, особенно в отдалённые регионы (Африка, ЮВА);
- недостаток квалифицированных кадров в области экспортного маркетинга;
- ограниченная представленность брендов Узбекистана на глобальных торговых площадках.
- Рекомендации:
 - развитие логистических хабов и складов временного хранения в ключевых странах-импортёрах;
 - запуск национального экспортного маркетплейса на базе UzTrade;
 - стимулирование бизнес-инкубаторов и стартапов, ориентированных на экспорт ИКТ и бытовой электроники;
 - расширение программ международной стажировки экспортных менеджеров.

Примеры многих отечественных компаний подтверждает: при наличии промышленного потенциала, эффективной государственной поддержки и инвестиционной активности предприятия Узбекистана способны конкурировать на международном уровне. Узбекистан делает уверенные шаги к построению современной экспортной модели экономики. Для её устойчивости важны координация усилий государства и бизнеса, развитие кластерных подходов и повышение технологической гибкости экспортной продукции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан, от 28.01.2022 г. № УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022 — 2026 годы». <https://lex.uz/ru/docs/5841077>
2. Хакимов У.Б. Развитие экспортного потенциала Узбекистана. – Ташкент: ИЭИ, 2018. – 204 с.
3. Юсупов Ш.Р. Инструменты государственной поддержки экспортёров: монография. – Ташкент: Фан, 2019. – 168 с.
4. Шермухамедов А. Цели и задачи экспортной политики в Республике Узбекистан // Экономика и образование. – 2022. – № 7. – С. 65–69.
5. Расулов Н.Н. Роль государственной поддержки в развитии экспорта малого бизнеса в Узбекистане // Илмий тадқиқотлар. – 2022. – № 3. – С. 45–49.
6. Исламов Б.А., Турдибаева М.М. Основные тенденции и перспективы развития экспорта Республики Узбекистан в Российскую Федерацию // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 4 (146). – С. 82–86.
7. Сагторкулов О.Т., Узайдуллаев Ш.Ш., Турдикулова Г.О. Факторы развития свободных экономических зон в Узбекистане // Молодой ученый. – 2020. – № 299. – С. 126–129.
8. Файзиев З. Issues of Export Promotion in Free Economic Zones // Science and Global Studies. – 2021. – № 2. – С. 35–38.
9. Хамидуллаев С.А. Развитие креативной экономики: опыт Узбекистана и международная практика // Scientific Progress. – 2024. – Т. 5, № 2. – С. 112–118.
10. Ким Т., Гофуржонова Ш. Развитие международных торгово-экономических связей Республики Узбекистан // Green Economy and Development. – 2023. – № 3. – С. 41–47.
11. Абдуллаев, Р. (2021). Стратегии развития экспорта Узбекистана: уроки Вьетнама и Казахстана. Ташкент: Институт экономических исследований.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhah:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, iyul, 7-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta:

info@marketingjournal.uz

Bot:

[@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)

Tel.:

+998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOST 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**