



MILLIY MAHSULOTLARNI TASHQI BOZORLARDA TARG‘IB QILISHNING O‘RNI VA AHAMIYATI

Abdunazarov Bexzod Abduvaitovich
Bojxona qo‘mitasi Tashqi iqtisodiy faoliyat
ilmiy markazi yetakchi ilmiy xodimi,
abdunazarovbexzod024@gmail.com

Anotatsiya

Tezisdan O‘zbekiston milliy mahsulotlarini tashqi bozorlarda targ‘ib qilish holati va muhim vazifalar yoritiladi. “Made in Uzbekistan” brendini rivojlantirish, xalqaro standartlar va raqamli marketingni keng joriy etish orqali eksport salohiyatini oshirish zarurligi asoslanadi. Shuningdek, quritilgan meva, tekstil va oziq-ovqat mahsulotlari ustuvor eksport yo‘nalishlari sifatida ko‘rsatib o‘tiladi.

Kalit so‘zlar: Made in Uzbekistan, eksport, milliy brend, xalqaro standartlar, raqamli marketing, elektron tijorat, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, tashqi bozor.

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

Абдуназаров Бехзод Абдуваитович
Ведущий научный сотрудник
Научного центра внешнеэкономической
деятельности Таможенного комитета,
abdunazarovbexzod024@gmail.com

Аннотация

В тезисе рассматриваются текущее состояние и приоритетные задачи по продвижению национальной продукции Узбекистана на внешних рынках. Обосновывается необходимость повышения экспортного потенциала за счёт развития бренда “Made in Uzbekistan”, широкого внедрения международных стандартов и цифрового маркетинга. Также отмечается, что сушёные фрукты,



текстильная и пищевая продукция являются приоритетными направлениями экспорта.

Ключевые слова: Made in Uzbekistan, экспорт, национальный бренд, международные стандарты, цифровой маркетинг, электронная коммерция, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия, внешний рынок.

Milliy mahsulotlarni tashqi bozorlarda targ'ib qilish mamlakat iqtisodiyoti o'sishga erishishning juda muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanib, mavjud holat sohadagi kamchiliklarni bartaraf etishni taqozo qilmoqda.

Ma'lumotlarga ko'ra, 2025-yilning o'tgan 9 oyi davomida 41 ta holatda umumiy qiymati **209,6 mln AQSH dollariga** teng bo'lgan milliy tovarlar xorijiy davlatlarga ko'rgazmalar uchun eksponat sifatida olib chiqilgan.

Milliy mahsulotlarni yagona brend asosida xalqaro standartlar bilan targ'ib etish va jahon bozorida sifatli hamda ekologik toza mahsulot sifatida joylashtirish eksport salohiyati va raqobatbardoshligini oshiradi.

Xususan, milliy mahsulotlarni yagona brend ostida targ'ib qilish va "Made in Uzbekistan" imijini shakllantirish ularni jahon bozorida keng tanitish hamda raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasi"da ham eksportni qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish orqali eksport geografiyasini 115 tadan 150 taga kengaytirish belgilangan¹.

Shu bilan birga, mahsulotlarni "ekologik toza", "organik" va "sifatli" konsepsiyasi asosida taqdim etish, ularning tarixiy va madaniy qiymatini yoritish xorijiy iste'molchilar e'tiborini kuchaytiradi. ISO, HACCP, Global G.A.P., Halal va Kosher kabi xalqaro standartlarni joriy etish esa mahsulotlarni xalqaro bozorda tan olinishi va brend qiymatining oshishiga zamin yaratadi.

¹ Economic development as a priority in the development strategy of uzbekistan for 2022-2026. https://www.uzbekistan.org.ua/en/news/5734-economic-development-as-a-priority-in-the-development-strategy-of-uzbekistan-for-2022-2026.html?utm_source=chatgpt.com



International Conference on Scientific Research in Natural and Social Sciences

Hosted online from New York, USA

Website: econfseries.com

2nd December, 2025

Davlat tomonidan ham ushbu jarayonga jiddiy e'tibor qaratilib, "Made in Uzbekistan" imijini xalqaro "marketpleys"larda targ'ib qilish va reklama qilish uchun Savdoga ko'maklashish jamg'armasi hisobidan **2 mln dollar** ajratilgan².

Elektron tijorat, xalqaro ko'rgazmalar va savdo uylari orqali milliy mahsulotlarni standart qoplama va brendlangan stendlarda targ'ib qilish – ularning jahon bozorida xaridorgirligini oshiradi va eksportni kengaytiradi.

Elektron tijorat platformalari orqali eksportni yo'lga qo'yish, milliy mahsulotlar uchun onlayn-katalog va veb-saytlar yaratish, shuningdek Instagram, TikTok va YouTube'da "Uzbek food" hamda "Organic Uzbekistan" kontent kampaniyasini kengaytirish ularni targ'ib etishning samarali usuli hisoblanadi.

Mahalliy korxonalarning "Green Week", "Gulfood", "Prodexpo" kabi xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda faol ishtirok etishi, brendlangan stendlarda mahsulotlar namoyishi milliy mahsulotlar xaridorgirligini oshiradi.

O'zbekistonning asosiy savdo hamkorlari bo'lgan mamlakatlarda savdo uylari faoliyatini kengaytirish, to'g'ridan-to'g'ri distribyutorlar orqali targ'ib qilish va xalqaro standartlarga mos qoplama hamda etiketka tayyorlash eksport ko'rsatkichlarining o'sishiga xizmat qiladi.

O'rganishlar davomida bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi bilan savdo aloqalari yuqori ko'rsatkichlarga ega bo'lgan bir qator xorijiy davlatlarning milliy mahsulotlarni tashqi bozorlarga targ'ib qilish tajribasi o'rganib ko'rildi.

Turkiyada Turquality dasturi orqali kompaniyalarga marketing, dizayn, logistika, sertifikatlash va reklama bo'yicha subsidiyalar berilib, mahalliy brendlarni xalqaro bozorga chiqarish qo'llab-quvvatlanadi. Bu orqali LC Waikiki, Koton, Turkish Airlines va Vestel kabi brendlar jahonda muvaffaqiyat qozondi.

Turk seriallari, kino va turizm mahsulotlarga qiziqishni oshirib, milliy brendlarga talabni kuchaytirmoqda. Hukumat ko'magida Boku, Nyu-York, Dubay va Tehrondagi "Turkish Trade Center"lar orqali turk mahsulotlari xorijda faol targ'ib etilmoqda.

Xitoy 2015-yilda qabul qilingan "Made in China 2025" strategiyasi orqali arzon ishlab chiqarishdan sifatli va innovatsion mahsulotlar yaratishga o'tdi va "Created

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 16.01.2025-yildagi PF-6-son <https://lex.uz/docs/7330228>



in China” konsepsiyasiga e’tiborni kuchaytirdi. Hukumat milliy kompaniyalarni xorijga chiqarish uchun kredit va subsidiyalar ajratib, logistika infratuzilmasini va **“Bir makon – bir yo‘l”** tashabbusini rivojlantirdi.

Huawei, Xiaomi, Lenovo, Haier, BYD, Alibaba va TikTok kabi kompaniyalar shu qo‘llov natijasida jahon brendiga aylandi. Shuningdek, yirik sport tadbirlari va EKSPOLarda reklama kampaniyalari, shu bilan birga Alibaba, JD.com, TikTok, Temu va Shein platformalari orqali tashqi bozorda faol targ‘ibot amalga oshirilmoqda.

Janubiy Koreya 1990-yillardan “Brand Korea” konsepsiyasini joriy etib, milliy mahsulotlarni jahon bozoriga faol olib chiqishni yo‘lga qo‘ydi. Dastur natijasida Samsung, LG, Hyundai va Kia kabi kompaniyalar davlat qo‘llovi va samarali marketing orqali jahon brendiga aylandi.

K-pop, serial va kino mahsulotlarga qiziqishni oshirib, kosmetika, kiyim-kechak va texnologiyalarni global trendga aylantirdi. Bugun Koreya tovarlari arzonligi emas, balki yuqori sifat va dizayn bilan raqobat qiladi.

Milliy mahsulotlarni tashqi bozorlarda targ‘ib qilishning o‘rni va ahamiyati yuzasidan, mazkur yo‘nalishda tadqiqot olib borgan bir qator **milliy va xorijiy ekspertlar fikri** o‘rganib ko‘rildi.

Jumladan, Eurasia Division nashridagi A. Schurich-Rey maqolasida qayd etilishicha, O‘zbekistonda kichik va o‘rta biznes tashqi bozorlarda mahsulotlarini aniq qiymati va xalqaro sifat standartlari asosida joylashtirishda qiynalmoqda. Bu esa milliy brendning ommalashishi va raqobatbardoshligini oshirish jarayonini sekinlashtirmoqda³.

Shuningdek, UNIDO ekspertlari tahlillarida to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoati raqobatbardoshligini oshirish uchun modernizatsiya zarurligi, branding, marketing, dizayn va raqamlashtirish orqali qo‘shimcha qiymat yaratish hamda eksport bozorlariga kirish imkoniyatini kengaytirish muhimligi qayd etilgan⁴.

³ A. Schurich-Rey. Boosting the Internationalisation of Firms through Better Export Promotion Policies in Uzbekistan. Eurasia Division 2022 https://www.oecd.org/en/publications/boosting-the-internationalisation-of-firms-through-better-export-promotion-policies-in-uzbekistan_4eadfc79-en.html?utm_source=chatgpt.com

⁴ Sustainable Upgrading of Textile and Garment Industry in Uzbekistan 2022. https://downloads.unido.org/ot/26/99/26999053/Signed_UNIDO%20project%20document_180041.pdf?utm_source=chatgpt.com



International Conference on Scientific Research in Natural and Social Sciences

Hosted online from New York, USA

Website: econfseries.com

2nd December, 2025

Shu bilan birga, milliy ekspert B.Alimjanov TextileExpo uchun bergan intervyusida tashqi bozorda milliy mahsulotlar jozibasini oshirish uchun ularni mustaqil brend sifatida ilgari surish, investitsiya va ommaviy ishlab chiqarish muhimligi ta’kidlangan⁵.

Xulosa o’rnida aytish mumkinki, O’zbekiston milliy mahsulotlarini tashqi bozorlarda targ’ib qilishda quritilgan meva va yong’oqlar, tayyor tekstil mahsulotlari, konserva va sharbatlar hamda milliy gastronomiya mahsulotlari eng yuqori salohiyatga ega yo’nalishlar hisoblanadi. Bu mahsulotlarni jahon bozorida mustahkam joylashtirish uchun “Made in Uzbekistan” strategiyasi sifat, sertifikatlash, brending, qoplama va logistika yo’nalishlarini qamrab olgan kompleks dastur sifatida shakllanishi lozim.

Yuqorida qayd etilganlarni inobatga olib, quyidagi takliflarni amalga oshirish maqsadga muvofiq:

Birinchidan, eksport bilan bog’liq xarajatlarni qisman subsidiya qilish, jumladan xalqaro sertifikatlar (ISO, HACCP, Global G.A.P.), laboratoriya tekshiruvlari, logistika xarajatlarini qo’llab-quvvatlash;

Ikkinchidan, eksportyorlar uchun tadbirkorlik, marketing, dizayn va elektron tijorat bo’yicha maxsus o’quv dasturlarini tashkil etish, xususan Amazon, Alibaba va Yevropa bozorlari uchun mahsulot tayyorlash ko’nikmalarini oshirish;

Uchinchidan, chet el OAV va raqamli platformalarda targ’ibot kampaniyalarini yo’lga qo’yish, jumladan telekanallar, YouTube, Instagram va TikTok orqali milliy mahsulotlarning imidjini kuchaytirish;

To’rtinchidan, turizm va milliy mahsulotlarni birlashtirgan targ’ibot modelini joriy etish, “Uzbekistan – Land of Taste” konsepsiyasi doirasida milliy gastronomiya, suvenirilar va organik mahsulotlarni turistik yo’nalishlar bilan integratsiya qilish.

⁵ Uzbekistan needs to promote its textile brands, not just to sew to order. <https://textileexpo.uz/en/news/uzbekistan>