



MILLIY HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINI ONLAYN PLATFORMALAR ORQALI EKSPORT QILISHNING IQTISODIY MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH

Aslanova Dilbar Xasanovna,

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori.

dilbaraslanova@sies.uz

ORCID: 0009-0004-8802-170X

Safarova Dilshoda Farruxovna,

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tayanch doktoranti.

DOI: <https://doi.org/10.54613/ku.v19iB.1828>

MAQOLA HAQIDA/О СТАТЬЕ	ANNOTATSIYA/АННОТАЦИЯ
Qabul qilindi: 2-oktabr 2026-yil Tasdiqlandi: 5-oktabr 2026-yil Jurnal soni: 19-B Maqola raqami: 2 KALIT SO'ZLAR/КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА Milliy hunarmandchilik, elektron tijorat, raqamli iqtisodiyot, jahon bozori, eksport, logistika, to'lov xavsizligi, brending	Global iqtisodiyot sharoitida milliy hunarmandchilik mahsulotlarini eksport qilish jarayonini samarali tashkil etish zamonaviy raqamli texnologiyalar bilan chambarchas bog'liqdir. Ushbu maqolada milliy hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar orqali eksport qilishni barqaror rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilingan. Xususan, elektron tijorat platformalari orqali eksportni yo'lga qo'yish, mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqish imkonini kengaytirish, hunarmandlar daromadini oshirish va qo'shimcha qiymat zanjirini optimallashtirishga qaratilgan. Tadqiqot doirasida milliy hunarmandchilik mahsulotlarini xalqaro elektron bozorlarga olib chiqishda raqamli savdo ko'nikmalari, logistika xizmatlari, xalqaro elektron to'lovlar, mahsulotni brendlash va raqamli marketing kabi omillarning o'zaro bog'liqligiga alohida e'tibor qaratilgan. Shuningdek, hunarmandlar uchun elektron tijorat platformalaridan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, eksport jarayonidagi vositachilik xarajatlarini qisqartirish va mahsulotlarni xorijiy iste'molchilarga to'g'ridan-to'g'ri yetkazib berish mexanizmlarini takomillashtirish yo'nalishlari ko'rib chiqilgan. Milliy hunarmandchilik mahsulotlarining madaniy va estetik xususiyatlarini raqamli marketing vositalari orqali namoyon etish, mahsulot tarixini storytelling asosida yoritish hamda yagona milliy brend konsepsiyasini shakllantirishning eksport salohiyatiga ta'siri ham asoslangan. Mazkur yondashuv hunarmandchilikni an'anaviy faoliyat doirasidan chiqarib, raqamli iqtisodiyotning zamonaviy imkoniyatlari bilan uyg'unlashgan eksportga yo'naltirilgan iqtisodiy faoliyat sifatida rivojlantirishga xizmat qiladi.
ABOUT THE PAPER	ANNOTATION
Accepted: 2 October 2026 Approved: 5 October 2026 Volume: 19-B Paper number: 2 KEYWORDS National handicrafts, e-commerce, digital economy, world market, export, logistics, payment security, branding	The effective organization of the process of exporting national handicrafts in the conditions of the modern global economy is closely related to digital technologies. This article analyzes the specific features of the sustainable development of the export of national handicrafts through online platforms. In particular, it focuses on establishing exports through e-commerce platforms, expanding the possibilities of exporting products to the world market, increasing the income of craftsmen and optimizing the added value chain. The study also examines the interrelated factors that influence the integration of national handicraft products into international digital markets, including digital trade skills, logistics services, international electronic payment systems, branding, and digital marketing. Particular attention is paid to expanding artisans' access to e-commerce platforms, reducing intermediary and transaction costs, and establishing more efficient mechanisms for direct delivery of handicraft products to foreign consumers. The paper further considers the potential of storytelling, professional visual content, and the "Made in Uzbekistan" concept to communicate the cultural and aesthetic value of handicraft products in the digital environment. The development of a unified national brand and specialized support services for artisans is also considered as an important direction for strengthening export capacity. Such an approach can contribute to transforming traditional handicraft activities into an export-oriented form of economic activity integrated with the opportunities of the digital economy.

Kirish

Jahonda raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi servis sohasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga asoslangan innovatsion xizmatlarni, xususan, elektron tijoratni kengayib borishiga imkon yaratmoqda. Shu bois barcha mamlakatlarda elektron tijoratni rivojlantirish orqali turli mahsulotlarni eksport qilish masalasiga, jumladan milliy hunarmandchilik mahsulotlar bozorini raqamli texnologiyalardan foydalangan holda rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda.

O'zbekistonda ham elektron tijorat sohasini rivojlantirishga qaratilgan islohotlar amalga oshirilmoqda. Ushbu sohadagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni takomillashtirish uchun normativ-huquqiy baza yaratilgan. Jumladan "Axborotlashtirish to'g'risida", "Elektron to'lovlar to'g'risida", "Avtomatlashtirilgan bank tizimida axborotni muhofaza qilish to'g'risida", "Elektron hujjat aylanishi to'g'risida", "Elektron tijorat to'g'risida"gi va boshqa Qonunlar qabul qilingan. Bular tadbirkorlikni rivojlantirish

hamda ishbilarmonlik muhitini yaxshilash uchun qo'shimcha sharoitlar yaratish imkonini beradi.

Olib borilgan islohotlar sharoitida hunarmandchilikni ham rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining — "Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash to'g'risida" gi 17-noyabr 2017-yildagi PF-5242 son, "Aholini hunarmandchilikka jalb qilish va hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 12-iyun 2023-yildagi PF-91 son farmonlarida hunarmandchilik faoliyati bilan shug'ullanuvchi fuqarolarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash bo'yicha maqsadli va kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirishga qaratilgan bir qator maqsadlar belgilangan. [1]

Shu bilan birga Respublikamizda milliy hunarmandchilikning qo'llab-quvvatlanishi, rivojlantirilishi davlat siyosati darajasiga ko'tarilganini ko'rish mumkin.

- "Hunarmand" uyushmasining a'zolari mahsulot ishlab chiqarish va sotishda qat'iy belgilangan soliqdan ozod etildi;
- Ijtimoiy soliq stavkasi yiliga bazaviy hisoblash miqdorining bir baravari miqdorida belgilandi;
- Yil davomida hunarmandchilik mahsulotlarini sotishdan tushgan tushumi 100 mln. so'mdan oshgan, biroq 1 mlrd. so'mdan ko'p bo'lmagan miqdori uchun yagona soliq to'lov stavkasi 2 foiz miqdorida belgilandi;
- Uyushma a'zolariga shogirdlar soni bo'yicha cheklovlar bekor qilindi;
- Amaliy san'at turlarini qayta tiklashga qaratilgan sa'y-harakatlar natijasida dastlab amalda bo'lgan 34 ta hunar turlari soni 43 taga ko'paydi, o'z navbatida 31,5 mingta yangi hunarmandlar kashf etilib uyushma a'zolariga qabul qilindi.

Bugungi kunga qadar uyushmaga a'zo hunarmandlardan 98 nafari davlatimizning yuksak mukofotlari bilan taqdirlandi. Usta-shogird an'analari rivojlantirish orqali jami 118 mingta jumladan kam ta'minlangan hamda ishsiz, shuningdek nogironligi bo'lgan fuqarolar bandligi ta'minlandi. Shuncha chora-tadbirlar amalga oshirilgan bo'lsada, hunarmandchilik mahsulotlarini eksportini tashkil etishda hanzugacha talaygina muammolar mavjud: logistik infratuzilmaning yo'qligi, elektron to'lovlar tizimining rivojlanmaganligi, kadrlar yetishmasligi va h.k.

Shuning uchun ham milliy hunarmandchilik mahsulotlari bozorini rivojlantirish uni to'siqsiz eksportini ta'minlash, logistik yo'llar infratuzilmasini mamlakatning asosiy turizm shaharlarida keng joriy qilish va elektron to'lovlar tizimini takomillashtirish kabi muammolarni ilmiy va amaliy yechimlarini topish masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda.

Adabiyotlar tahlili

Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar orqali eksport qilish masalasi iqtisodiyot, elektron tijorat, raqamli marketing, logistika, tadbirkorlik va madaniy merosni tijoratlashtirish yo'nalishlari kesishmasida shakllanayotgan ilmiy muammolardan biridir. Mavjud manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, hunarmandchilik an'anaviy ishlab chiqarish turi bo'lishi bilan birga, kichik kapital asosida yuqori qo'shimcha qiymat yaratish, bandlikni ta'minlash va mahalliy mahsulotlarni xalqaro bozorga olib chiqish imkoniyatiga ega iqtisodiy faoliyat sifatida ham qaratiladi. Shu nuqtayi nazardan, E.F. Shumaxerning kichik ishlab chiqarishning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyatiga oid qarashlari hunarmandchilikning katta miqdordagi kapitalni talab qilmasdan, inson mehnati, ijodkorligi va individual mahorati orqali mahsulot qiymatini oshirish imkoniyatini tushuntirishda nazariy asos bo'lib xizmat qiladi [1, 45–52-b.]. Shumaxer konsepsiyasidagi inson omiliga tayanadigan kichik ishlab chiqarish modeli zamonaviy raqamli platformalar orqali hunarmand mahsulotlarini global iste'molchiga bevosita taklif qilish imkoniyati bilan uyg'unlashadi.

Hunarmandchilikning iqtisodiy samaradorligini tushuntirishda kreativ iqtisodiyot konsepsiyasi ham muhim ahamiyatga ega. R. Florida kreativ iqtisodiyot doirasida ijodkorlik, bilim, dizayn va individual qobiliyatni iqtisodiy qiymat yaratishning muhim manbalaridan biri sifatida talqin qiladi. Uning yondashuvida kreativ mahsulotning qiymati faqat xomashyo yoki ishlab chiqarish xarajatlari bilan belgilanmaydi, balki mahsulotga singdirilgan g'oya, dizayn, o'ziga xoslik va ijodiy mehnat bilan ham belgilanadi [2, 68–76-b.]. Bu nazariy qarash milliy hunarmandchilik mahsulotlari uchun ayniqsa dolzarbdir, chunki so'zana, kulolchilik, atlas-adras, yog'och o'ymakorligi, do'ppi va boshqa mahsulotlarning bozor qiymati ularning moddiy tarkibidan tashqari tarixiy, estetik va madaniy mazmuni bilan ham belgilanadi. Demak, onlayn savdo maydonlarida hunarmandchilik mahsulotini oddiy tovar sifatida emas, balki muayyan madaniy mazmunga ega kreativ mahsulot sifatida taqdim etish uning eksport salohiyatini oshiruvchi omillardan biri hisoblanadi.

A. Marshallning kichik ishlab chiqarish va korxonalar iqtisodiyotiga oid qarashlari ham mazkur masalaning nazariy asoslarini belgilashda muhimdir. Marshall kichik ishlab chiqarish subyektlarining moslashuvchanligi, mehnat taqsimoti, mahalliy ishlab chiqarish muhiti va ixtisoslashuvning iqtisodiy samaradorlikka ta'sirini tahlil qilgan [3, 284–291-b.]. Ushbu yondashuvni hunarmandchilik sohasiga tatbiq etganda, hunarmandning tor ixtisoslashuvi va individual mahorati mahsulotning noyobligini ta'minlashi, raqamli platformalar esa mazkur noyob mahsulotni geografik jihatdan keng iste'molchilar doirasiga olib chiqishi mumkin. Shunday qilib, an'anaviy kichik ishlab chiqarishning mahalliy bozorga bog'langan modeli elektron tijorat vositasida xalqaro bozorga yo'naltirilgan modelga transformatsiyalanadi.

O'zbekiston sharoitida hunarmandchilikning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyati mahalliy iqtisodchi olimlarning qarashlarida ham yoritilgan. S. G'ulomovning iqtisodiy rivojlanish, tadbirkorlik va bandlikka oid ilmiy qarashlarida kichik biznes va kasanachilikning aholi bandligini ta'minlashdagi imkoniyatlari alohida ahamiyat kasb etadi [4, 112–118-b.]. Mazkur yondashuv hunarmandchilikni faqat madaniy merosni saqlash vositasi sifatida emas, balki daromad manbai va aholining iqtisodiy faolligini oshiruvchi mexanizm sifatida ko'rib chiqish imkonini beradi. Ayniqsa, qishloq hududlarida hunarmandchilikning rivojlanishi ishlab chiqarish imkoniyatlari cheklangan aholining mehnat bozoriga jalb etilishiga xizmat qilishi mumkin.

M. Tursunxodjayevning ishlab chiqarish va inson kapitaliga oid qarashlari nuqtayi nazaridan esa hunarmandchilikning o'ziga xosligi uning moddiy-texnik bazasidan ko'ra inson mahorati, tajribasi, kasbiy ko'nikmasi va ijodiy salohiyatida namoyon bo'ladi [5, 156–163-b.]. Bunday yondashuv hunarmandchilik mahsulotining narx shakllanish mexanizmini tushuntirishda muhimdir. Chunki qo'lda tayyorlangan mahsulotning tannarxida xomashyo ulushi nisbatan past bo'lishi mumkin, biroq uning dizayni, qo'lda bajarilishi, tarixiy uslubga asoslanishi va individual mahorat mahsulotning bozor qiymatini sezilarli darajada oshiradi. Shu sababli eksport mexanizmidagi mahsulotni ishlab chiqarish bilan bir qatorda uning raqamli taqdimoti, brendingi va iste'molchiga yetkaziladigan axborot mazmuni ham iqtisodiy qiymat yaratish jarayonining tarkibiy qismi sifatida qaralishi lozim.

N. Jumayevning milliy brendlar va eksport salohiyatiga oid ilmiy qarashlari ham hunarmandchilik mahsulotlarini xalqaro bozorda targ'ib etish masalasini yoritishda muhim metodologik asos beradi. Milliy mahsulotning tashqi bozordagi raqobatbardoshligi faqat ishlab chiqarish hajmi yoki narx bilan emas, balki uning kelib chiqishi, sifati, o'ziga xosligi va brend imiji bilan ham belgilanadi [6, 203–210-b.]. Bu jihat O'zbekiston hunarmandchiligi uchun alohida ahamiyatga ega. Chunki "Rishton kulolchiligi", "Marg'ilon adras", "Chust do'ppisi", "Buxoro zardo'zligi" kabi mahsulotlar geografik va madaniy identifikatsiya bilan

bog'langan bo'lib, ularni yagona milliy brend konsepsiyasi asosida targ'ib qilish xalqaro iste'molchida mahsulotning kelib chiqishi va o'ziga xosligi haqidagi tasavvurni mustahkamlashi mumkin.

Elektron tijoratning hunarmandchilik eksportidagi imkoniyatlarini o'rganishda xalqaro tashkilotlar materiallari alohida o'rin tutadi. Xalqaro Savdo Markazi tomonidan O'zbekistonning elektron tijorat strategiyasini ishlab chiqishga ko'rsatilgan ko'mak doirasidagi materiallarda elektron tijoratning kichik biznes subyektlari va eksportyorlar uchun xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirishi qayd etiladi. Ayniqsa, to'qimachilik, hunarmandchilik va turizm bilan bog'liq faoliyat yurituvchi subyektlar uchun raqamli savdo kanallaridan foydalanish yangi iste'molchilar segmentlariga chiqish imkonini berishi ta'kidlangan [7, 4–8-b.]. Mazkur yondashuv milliy hunarmandchilik mahsulotlari uchun elektron platformalarni oddiy savdo vositasi emas, balki xalqaro bozorga kirish infratuzilmasining bir qismi sifatida ko'rishni talab etadi.

Elektron tijoratning afzalliklari, avvalo, geografik chegaralarning qisqarishi, iste'molchilar doirasining kengayishi va ishlab chiqaruvchi bilan yakuniy xaridor o'rtasidagi ayrim vositachilik bosqichlarining kamayishi bilan bog'liq. Mazkur jihat ayniqsa kichik hunarmandlar uchun muhim, chunki an'anaviy eksport modelida ular ko'pincha yirik vositachilar, distribyutorlar yoki chakana savdo tarmoqlariga bog'liq bo'ladi. Elektron platformalar esa mahsulotni to'g'ridan-to'g'ri xorijiy iste'molchiga namoyish qilish, buyurtma qabul qilish va to'lovni elektron shaklda amalga oshirish imkonini yaratadi. Mavjud materiallarda Etsy va Amazon kabi platformalarning qo'lda tayyorlangan mahsulotlarni xalqaro iste'molchilarga yetkazishda muhim vosita sifatida qo'llanilishi qayd etilgan [7, 9–11-b.].

Elektron tijoratning global rivojlanish tendensiyalari ham hunarmandchilik mahsulotlarini raqamli eksport qilish masalasining dolzarbligini kuchaytiradi. Manbalarda global elektron tijorat hajmining sezilarli o'sib borayotgani va hunarmandchilik bozorining ham uzoq muddatli o'sish tendensiyasiga ega ekanligi ko'rsatiladi [8, 3–7-b.]. Bunda elektron platformalar hunarmandlar uchun yangi geografik bozorlarni ochib beruvchi vosita sifatida qaraladi. Biroq mazkur imkoniyatlardan foydalanish faqat platformaga mahsulot joylashtirish bilan cheklanmaydi. Mahsulotni xalqaro talabga moslashtirish, sifat standartlarini ta'minlash, professional fotosurat va video materiallar tayyorlash, mahsulot tavsiflarini xorijiy tillarda shakllantirish, narxni to'g'ri belgilash va mijoz bilan raqamli kommunikatsiyani yo'lga qo'yish ham eksport mexanizmining muhim elementlarini tashkil etadi.

O'zbekiston elektron tijorat bozorining rivojlanishiga oid ma'lumotlar ham mazkur yo'nalishning iqtisodiy ahamiyatini ko'rsatadi. Mavjud manbada 2024-yilda O'zbekiston elektron tijorat bozori 1,2 mlrd. AQSh dollarini tashkil etgani va tijorat chakana savdodagi ulushi 3,8 foiz bo'lgani keltiriladi. KPMG prognozlariga ko'ra, ushbu ko'rsatkichning 2027-yilga kelib 1,8–2,2 mlrd. AQSh dollariga yetishi kutilmoqda [9, 2–4-b.]. Ushbu ko'rsatkichlar milliy hunarmandchilik mahsulotlarini elektron tijorat ekotizimiga integratsiya qilish uchun bozor muhiti shakllanayotganini ko'rsatadi.

Adabiyotlarda hunarmandchilik eksportining muhim tarkibiy qismlaridan biri sifatida logistika masalasiga ham alohida e'tibor qaratiladi. Xalqaro Savdo Markazi va savdo bo'yicha xalqaro tahliliy materiallarda rivojlanayotgan mamlakatlarda kichik ishlab chiqaruvchilarning eksport faoliyatiga yuqori transport xarajatlari, bojxona tartib-taomillarining murakkabligi va raqamli infratuzilmaning

yetarli emasligi to'sqinlik qilishi qayd etiladi [10, 6–10-b.]. O'zbekistonning dengiz portlariga to'g'ridan-to'g'ri chiqish imkoniyatining mavjud emasligi esa xalqaro yetkazib berish xarajatlarini kamaytirish masalasini yanada dolzarb qiladi. Shu sababli elektron tijoratning o'zi eksport muammosini to'liq hal qilmaydi; u logistika, bojxona, to'lov tizimlari va ombor infratuzilmasi bilan o'zaro bog'langan yagona iqtisodiy mexanizm sifatida shakllanishi kerak.

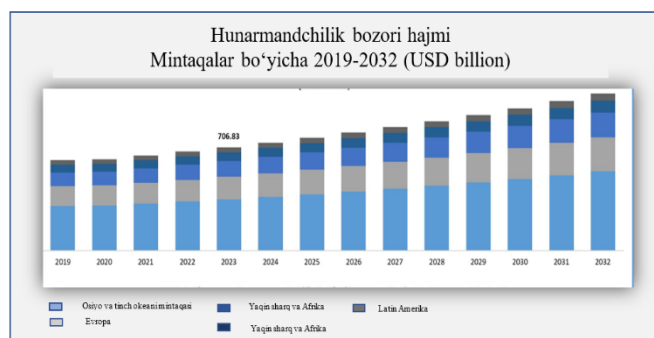
Milliy hunarmandchilik mahsulotlarining xalqaro elektron bozorlarga kirishida branding va raqamli marketing masalalari ham yetarlicha muhim. Mavjud materiallarda O'zbekiston hunarmandchilik mahsulotlari — so'zana, sopol buyumlar, ipak va ipak matolari, yog'och o'ymakorligi kabi mahsulotlar — madaniy jihatdan yuqori o'ziga xoslikka ega bo'lsa-da, ularni xalqaro elektron bozorlarga olib chiqishda branding, standartlashtirish va raqamli salohiyat bilan bog'liq muammolar mavjudligi qayd etilgan. Bu holat adabiyotlarda ishlab chiqarishning o'zi emas, balki mahsulotni bozorga tayyorlash va uning qiymatini raqamli muhitda namoyon qilish masalalari ham eksport samaradorligiga bevosita ta'sir etishini ko'rsatadi.

UNESCO materiallarida an'anaviy hunarmandchilik moddiy mahsulot yaratish bilan bir qatorda nomoddiy madaniy merosni saqlash va avloddan avlodga yetkazish mexanizmi sifatida talqin qilinadi [11, 1–5-b.]. Shu nuqtayi nazardan, hunarmandchilik mahsulotlarining xalqaro elektron savdosini faqat iqtisodiy manfaat doirasida baholash yetarli emas. Mahsulotning tarixi, ishlab chiqarish texnologiyasi, mahalliy maktabi va madaniy ramzlari haqidagi ma'lumotlarni raqamli platformalarda berish mahsulotning iste'molchi uchun qo'shimcha qiymatini oshirishi mumkin. Bu esa zamonaviy elektron tijoratda storytelling, vizual kontent va milliy brandingdan foydalanish zaruratini yuzaga keltiradi.

Xalqaro Savdo Markazi O'zbekistonning 2023–2027 yillar uchun elektron tijorat strategiyasini ishlab chiqishda ko'maklashdi va to'qimachilik, hunarmandchilik va turizm sohalarida faoliyat yurituvchi kompaniyalar elektron tijorat orqali raqobatdosh ustunlikka erishishi mumkinligi ta'kidladi. O'zbekiston aholisining 60% dan yuqori qismi 30 yoshgacha bo'lgan yoshlar bo'lib, bu raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga katta imkon yaratadi [12].

Onlayn platformalarning asosiy ustunliklari: kengroq iste'molchilar bazasiga erishish imkoniyatining yuqoriligi, past operatsion xarajatlar va hunarmandlarning to'g'ridan to'g'ri xalqaro bozorga chiqishi. Bularga misol, Etsy va Amazon kabi platformalar qo'lda yasalgan mahsulotlarni jahon bo'ylab iste'molchilarga yaqinlashtirib beradi.

2023-yilda global elektron tijorat orqali savdo taxminan 30 trillion AQSh dollarini tashkil etdi. Bunda global hunarmandchilik bozori 2018-yilda 562,86 mlrd. AQSh dollarini tashkil etgan bo'lsa, 2032-yilga kelib 1,230 mlrd. dollarga yetishi bashorat qilinmoqda — yillik o'rtacha o'sish sur'ati 5,4% ni tashkil etadi. Bu o'sishning asosiy dvigateli — elektron tijorat bo'lib, bozorlarga tijorat platformalari hunarmandlarga xalqaro bozorlarga kirishni ta'minlashidir [13].



1-rasm. Hunarmandchilik bozori ulushi, hajmi, tendensiyalari, sanoat tahlili hisoboti (2023 – 2032)

Polaris Market Research kompaniyasining yangi tadqiqotiga ko'ra, global hunarmandchilik bozori hajmi 2032-yilga kelib 1,072,31 milliard dollarga yetishi kutilmoqda [14].

O'zbekiston Elektron tijorat Assotsiatsiyasi raisi Muzaffar Azamovning ta'kidlashicha, elektron tijorat qashshoqlikni kamaytirish, ijtimoiy harakatchanlikni oshirish va millionlab fuqarolar uchun ish o'rinlari yaratishga xizmat qilishi mumkin. O'zbekistonda ishlab chiqariladigan mahsulotlarining xorijiy bozorlarga kirib borishi uchun elektron tijorat muhim rol o'ynaydi.

2024-yilda O'zbekistonning elektron tijorat bozori 1,2 mlrd. dollarni tashkil etdi (chakana savdoning 3,8%). KPMG (audit, soliq va konsalting xizmatlarini ko'rsatuvchi) kompaniyasining eng yirik xalqaro proffisional tarmog'i bo'lib, mashhur "Katta to'rtlik" (Big Four) kompaniyasidan biri) bashoratiga ko'ra, 2027-yilga kelib bu ko'rsatkich 1,8–2,2 mlrd. dollarga yetishi kutilmoqda [14].

Elektron tijorat vositachilarni oradan olib tashlash va to'g'ridan to'g'ri elektron platformalarda savdoni olib borish tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi, ta'minot zanjirlari samaradorligini oshiradi va cheklangan hududlarda ish o'rinlari yaratishga xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi

Elektron tijoratni, onlayn platformalar orqali eksportni qilishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish mavzusi doirasidagi mavjud adabiyotlar, ilmiy maqolalar va tadqiqotlar o'rganildi. Buning natijasida mavzu bo'yicha ilmiy asoslar va nazariy yondashuvlar aniqlandi. Shuningdek, hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar eksport orqali qilishga oid mavjud vaziyatni o'rganish uchun qo'llaniladigan ma'lumotlar to'plandi. Ma'lumotlar vizualizatsiya qilindi, natijalar diagramma va grafiklar yordamida ko'rsatildi. Tadqiqot natijalariga asoslanib, milliy hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar eksport orqali qilishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalar berildi.

Natijalar

O'zbekiston xalqlarining boy madaniy merosi va tarixiy an'analari saqlab qolish, hunarmandchilik faoliyati bilan shug'ullanuvchilarni qo'llab-quvvatlash, hunarmandlarni kasbiy tayyorlash tizimini takomillashtirish, ularni moddiy-texnik, moliyaviy resurslar bilan ta'minlashni tartibga solish, hunarmandchilik mahsulotlari sifatini bozor talabiga muvofiq oshirish va eksportini ko'paytirish, hunarmandchilik faoliyatida tadbirkorlikdan foydalanish kabi muammolarni hal etish ushbu sohani ilmiy tadqiq etish zaruriyatini keltirib chiqaradi.

O'zbekistonda hunarmandchilik yuqori madaniy qiymatga ega ekanligi va hunarmandchilik mahsulotlarining eksport salohiyati yuqori ekanligi milliy hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar orqali eksport qilishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish muhim ekanligini asosiy mohiyati bo'lib, bu tizim hunarmandchilik mahsulotini ishlab chiqarishdan boshlab to'g'ri iste'molchiga yetkazishgacha bo'lgan tizimli jarayonlar majmuasini o'z ichiga oladi. Bu tizimni tashkil etuvchi asosiy elementlar ishlab chiqarish, raqamli platformaga joylashtirish, marketing (SMM, SEO, storytelling), to'lov tizimlari, logistika, davlat qo'llab-quvvatlashi kabilardir.

Xalqaro Savdo Markazi (ITC) ma'lumotlariga ko'ra, rivojlanayotgan mamlakatlardagi barchasi hunarmandchilik mahsulotlarini eksport qilishda katta to'siqlarga duch keladi: yuqori yuk tashish xarajatlari, murakkab bojxona qoidalar va raqamli infratuzilmaning yetarli emasligi shular jumlasidandir.

Aynan Markaziy Osiyo "quruqlik o'ralganligi" mamlakatlarini uchun esa bu muammolar yanada kattaroq salbiy ta'sirga ega. Portlarsiz mamlakatlar uchun savdo xarajatlari 540% bojga teng deb baholanadi, bu esa tadbirkorlar raqobatbardoshligini keskin pasaytiradi [13].

O'zbekistonda ishlab chiqariladigan mahsulotlar so'zana, sopol mahsulotlari, ipak, ipak mato'lari, yog'och

o'ymakorligi mahsulotlari, Qora mo'yna va quritilgan mevalar —xalqaro bozorda muhim madaniy ustunliklarga ega, biroq ularning elektron tijorat bozorlariga kirishga to'siq bo'lib kelayotgan sabablar: brending zaif rivojlanganligi, standartlashtirish yetarli emasligi va raqamli salohiyat tanqisligi deb o'ylaymiz.

Bu muammolarni quyidagi asosiy guruhga ajratsak maqsadga muvofiq bo'ladi:

- Hunarmandlar orasida raqamli savdo ko'nikmalarini ozlashtirilganligining pastligi;
- O'zbekistonda logistika xarajatlarining yuqoriligi;
- Jahon to'lov tizimlari bilan integratsiya muammolari borligi;
- Marketing va brending ko'nikmalarining yetarli emasligi;
- Jahon yirik platformalarga chiqish murakkabligi (masalan, Etsy yoki Amazon).

Bu muammolarni tizimli hal etish uchun quyidagi kompleks yechimlarni amalga oshirishni taklif etmoqchimiz:

- Raqamli savdo va e-commerce ko'nikmalarini oshirish – "Hunarmand" uyushmasi va IT-Park hamkorligida har bir hududda hunarmandlar uchun amaliy raqamli savdo (Etsy, eBay, Shopify) kurslarini yo'lga qo'yish. Raqamli ko'nikmasi yetarli bo'lmagan usta-hunarmandlar mahsulotlarini platformalarga joylashtirish va savdosini yuritishni o'z zimmasiga oluvchi "Trading Houses" (savdo uylari) va vositachi servis kompaniyalarini barpo etish.

- Logistika xarajatlarini kamaytirish - Hunarmandlar mahsulotlarini AQSH va Yevropadagi arzon fulfillment omborlariga oldindan ommaviy yuklab qo'yish tizimini yo'lga qo'yish. Bu yetkazib berish vaqtini va xarajatini 2–3 barobarga qisqartiradi. "O'zbekiston pochta"ni modernizatsiya qilish: Xalqaro kurerlik xizmatlari (DHL, FedEx) bilan maxsus imtiyozli tarif bitimlarini tuzish hamda milliy pochta operatorining xalqaro posilka yetkazish narxlarini subsidiyalash.

Fulfillment bu xaridor Internet orqali mahsulotga buyurtma bergandan boshlab, u mahsulotni o'z qo'lga olgunga qadar davom etadigan barcha logistika va ombor operatsiyalari majmuasidir. Bu qabul qilish, saqlash, buyurtmani qayta ishlash, qadoqlash, yetkazib berish va qaytarilgan tovarlar bilan ishlashni o'z ichiga oladi.

- Jahon to'lov tizimlari bilan integratsiya - Xalqaro to'lov tizimlari (PayPal, Stripe) integratsiyasi amalga oshirish. Davlat darajasida ushbu to'lov tizimlari bilan muzokaralarni yakunlab, O'zbekiston bank kartalariga to'g'ridan-to'g'ri mablag' qabul qilish imkonini yaratish.

Fintech yechimlar: Qo'shni mamlakatlar (masalan, Qozog'iston yoki boshqa qo'shni mamlakatlar) orqali vaqtincha yuridik shaxslarni masofadan ro'yxatdan o'tkazish (E-Residency) va to'lovlarni legal qabul qilish bo'yicha amaliy qo'llanmalar ishlab chiqish.

- Marketing va brendingni rivojlantirish – Story telling va vizual content yaratish: Mahsulotning o'zini emas, balki uning ortidagi tarix va milliy madaniyatni ("Made in Uzbekistan") targ'ib qiluvchi professional vizual kontentlar (foto/video) yaratishga ko'maklashish.

Sifat sertifikati va qadoqlash: Mahsulotlarni xalqaro standartlarga mos, ekologik va xavfsiz qadoqlash (eco-friendly packaging) bo'yicha standartlar ishlab chiqish.

- Yirik platformalarga (Etsy, Amazon) chiqishni osonlashtirish - Davlat ko'magi va B2B platformalar: Etsy yoki Amazonda sotuvchi hisoblarini (Seller Account) ochish va verifikatsiyadan o'tkazish bo'yicha yagona markazlashtirilgan konsalting xizmatini yo'lga qo'yish.

Akkreditatsiyadan o'tgan eksportchi platformalar: Hunarmandlarga yakka tartibda emas, balki yagona milliy brend (masalan, *Craft Uzbekistan* yoki *All made Uzbekistan*) ostida eksport qiluvchi platforma orqali global bozorga chiqish imkonini berish.

Elektron tijoratni geografik to'siqlarni yengishning samarali vositasi sifatida baholasak bo'ladi. Bunga misol sifatida, pandemiya davrida turistlar oqimi to'xtagach,

ko'plab hunarmandlarimiz Etsy orqali o'z mahsulotlariga yangi bozorlar topdilar va bugungi kunda qishloq aholisi uchun yangi ish o'rinlari yaratilishiga sabab bo'ldilar.

Muhokama

"Hunarmand" uyushmasining ma'lumotlariga ko'ra, Amazon, eBay va Etsy kabi platformalarda 250 dan ortiq ustaxona o'z mahsulotlarini sotmoqda. "Chust Do'ppisi", "Marg'ilon Adras", "Qorako'l mo'ynasi" va "Rishton keramikasi" kabi milliy brendlar yaratilgan bo'lib, onlayn savdo hajmi 1,5 million dollardan oshdi.

Xalqaro Savdo Tashkiloti tomonidan qo'llab-quvvatlangan "Ready4Trade Markaziy Osiyo" loyihasi doirasida Toshkentlik Abduvali Abdukayumov Etsy va

eBay'da sotuvini oyiga 2-3 ming dollardan 5 ming dollargacha oshirishga muvaffaq bo'ldi va Etsy'ning "Star Seller" maqomiga sazovor bo'ldi [13].

UNESCO ma'lumotlariga ko'ra, 2021-yilda madaniy ahamiyatga ega qo'lda tayyorlangan mahsulotlarning global savdosi 65,1 mlrd. dollardan oshdi [15].

Bu raqam hunarmandchilikni madaniy meros saqlovchisi sifatida ham, iqtisodiy rivojlanish vositasi sifatida ham muhimligini tasdiqlaydi. Agar shu ma'lumotlarga asoslanib hunarmandchilik mahsulotlarining bozoriga baho beradigan bo'lsak, buni quydagicha jadvalda ifodalasak bo'ladi.

1-jadval

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorini baholash

Omil	Baho
Bozor salohiyati	Juda yuqori
Ijtimoiy ta'sir	Kuchli (ayollar, qishloq aholisi, katta yoshlilar va yoshlar)
Raqobatbardoshlik	Madaniy noyoblik(yagonalik) orqali yuqori
Asosiy to'siqlar	Logistika, brending, raqamli savodxonlik
Davlat roli	Hal qiluvchi (huquqiy baza, soliq imtiyozlari, trening, infratuzilma)

Xulosa va takliflar

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash joizki, milliy hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar orqali eksport qilish zamonaviy elektron tijoratning muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib, u nafaqat mahsulotlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish, balki milliy madaniy merosni targ'ib qilish, xalqaro iqtisodiy va madaniy aloqalarni kengaytirish, aholi bandligini ta'minlash hamda hududlarda daromad manbalarini ko'paytirish imkonini beradi. Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi natijasida hunarmandlar uchun an'anaviy savdo kanallaridan tashqari, xorijiy iste'molchilar bilan bevosita aloqa o'rnatish, mahsulotlarini global auditoriyaga namoyish etish va buyurtmalarni elektron shaklda qabul qilish imkoniyatlari kengaymoqda. Shu jihatdan, elektron tijorat milliy hunarmandchilik mahsulotlarining geografik bozorini kengaytiruvchi, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi masofani qisqartiruvchi hamda mahsulotning iqtisodiy qiymatini oshirishga xizmat qiluvchi muhim mexanizm sifatida namoyon bo'lmoqda.

Global hunarmandchilik bozorining rivojlanish tendensiyalari ham mazkur yo'nalishning iqtisodiy salohiyati yuqori ekanligini ko'rsatadi. Polaris Market Research ma'lumotlariga ko'ra, global hunarmandchilik bozori hajmining 2032-yilga kelib 1,072,31 milliard AQSh dollariga yetishi kutilmoqda [5]. Ushbu ko'rsatkich hunarmandchilik mahsulotlariga xalqaro bozorda talab mavjudligini va raqamli savdo kanallaridan foydalanish orqali ushbu talabdan samarali foydalanish imkoniyatlari kengayib borayotganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, elektron tijoratni barqaror rivojlantirish mahalliy ishlab chiqaruvchilarning bozor imkoniyatlarini kengaytirish, aholi daromadlarini oshirish, milliy hunarmandchilik an'analari saqlash va ularni xalqaro miqyosda targ'ib qilish uchun yangi sharoit yaratadi. Ayniqsa, hunarmandchilik bilan shug'ullanuvchi qishloq aholisi, yoshlar, ayollar va boshqa ijtimoiy guruhlar uchun elektron savdo yangi iqtisodiy imkoniyatlarni shakllantirishi mumkin.

Shu bilan birga, milliy hunarmandchilik mahsulotlarini elektron platformalar orqali eksport qilish jarayonida bir qator tizimli muammolar mavjud. Jumladan, hunarmandlar orasida raqamli savdo ko'nikmalarining yetarli darajada shakllanmaganligi, xalqaro logistika xarajatlarining yuqoriligi, jahon to'lov tizimlari bilan integratsiya masalalarining to'liq hal etilmaganligi, xalqaro marketing va brending bo'yicha ko'nikmalarining yetishmasligi hamda Etsy, Amazon kabi yirik elektron tijorat platformalariga chiqishning murakkabligi eksport jarayonining samaradorligiga ta'sir qiluvchi asosiy omillar sifatida namoyon bo'lmoqda. Ushbu muammolar alohida-alohida emas, balki ishlab chiqarishdan boshlab mahsulotni

yakuniy xorijiy iste'molchiga yetkazishgacha bo'lgan yagona iqtisodiy zanjir doirasida hal etilishi maqsadga muvofiq.

Birinchi navbatda, hunarmandlarning raqamli savdo va elektron tijorat bo'yicha amaliy ko'nikmalarini rivojlantirish zarur. Buning uchun "Hunarmand" uyushmasi va IT Park hamkorligida hududlarda hunarmandlar uchun elektron tijorat platformalaridan foydalanish, mahsulotlarni raqamli muhitga joylashtirish, mahsulot tavsiflarini tayyorlash, onlayn reklama tashkil etish, buyurtmalarni boshqarish va mijozlar bilan elektron kommunikatsiyani yo'lga qo'yishga qaratilgan amaliy o'quv kurslarini tashkil etish mumkin. Etsy, eBay, Shopify kabi platformalar bilan ishlash bo'yicha bosqichma-bosqich o'qitish tizimini joriy etish hunarmandlarning mustaqil ravishda xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi. Raqamli ko'nikmalari yetarli bo'lmagan hunarmandlar uchun esa mahsulotlarni platformalarga joylashtirish, reklama qilish, buyurtmalarni qabul qilish va savdo jarayonini boshqarishga ko'maklashuvchi maxsus "Trading Houses", ya'ni savdo uylari yoki vositachi servis kompaniyalarini tashkil etish maqsadga muvofiq.

Eksportning yana bir muhim tarkibiy qismi logistika tizimini takomillashtirish bilan bog'liq. Hunarmandchilik mahsulotlarining kichik hajmda va alohida buyurtmalar asosida xorijga yuborilishi yetkazib berish xarajatlarining oshishiga olib kelishi mumkin. Shu sababli xalqaro bozorlarda faol talab mavjud bo'lgan hududlarda fulfillment omborlaridan foydalanish mexanizmini rivojlantirish, mahsulotlarni oldindan konsolidatsiya qilish va buyurtma berilganidan keyin xaridorga yaqin hududdan yetkazib berish imkoniyatlarini kengaytirish zarur. Bunday yondashuv yetkazib berish muddatlarini qisqartirish va logistika xarajatlarini optimallashtirishga xizmat qilishi mumkin. Shu bilan birga, "O'zbekiston pochta" tizimini xalqaro elektron tijorat talablariga mos ravishda modernizatsiya qilish, xalqaro kurerlik kompaniyalari bilan hamkorlikni kuchaytirish va hunarmandchilik mahsulotlarini eksport qilish uchun qulay tarif mexanizmlarini ishlab chiqish ham muhim yo'nalishlardan biridir.

Elektron to'lov tizimlarini takomillashtirish ham eksport mexanizmining ajralmas qismi hisoblanadi. Xorijiy xaridorlardan to'lovlarni tezkor, xavfsiz va qonuniy ravishda qabul qilish imkoniyatining mavjudligi hunarmandlarning xalqaro elektron platformalarda faoliyat yuritishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu bois xalqaro to'lov tizimlari bilan integratsiya imkoniyatlarini kengaytirish, elektron to'lovlarni qabul qilishning huquqiy va texnik mexanizmlarini takomillashtirish hamda eksport qiluvchi hunarmandlar uchun tushunarli amaliy yo'riqnomalarni

ishlab chiqish zarur. Bunda xorijiy to'lov tizimlari bilan ishlashning qonuniy va institutsional asoslari ham aniq belgilanishi lozim.

Milliy hunarmandchilik mahsulotlarining xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini oshirishda marketing va brending masalalari ham alohida ahamiyat kasb etadi. Elektron platformalarda mahsulotning faqat texnik tavsifi yoki narxini ko'rsatish yetarli emas. Xaridor uchun mahsulotning yaratilish tarixi, uning milliy madaniyatdagi o'rni, ishlab chiqarish texnologiyasi va o'ziga xos jihatlari tushuntirib beruvchi mazmun ham muhimdir. Shu sababli storytelling, professional foto va videokontent, mahsulot tarixini yorituvchi matnlar hamda "Made in Uzbekistan" konsepsiyasiga asoslangan raqamli marketing vositalaridan foydalanish maqsadga muvofiq. Bunday yondashuv hunarmandchilik mahsulotlarini oddiy iste'mol tovaridan madaniy va kreativ qiymatga ega mahsulot sifatida namoyon etishga yordam beradi.

Mahsulot sifatini xalqaro talablar asosida standartlashtirish va qadoqlash tizimini takomillashtirish ham eksport mexanizmining muhim elementi hisoblanadi. Xalqaro iste'molchilar uchun mahsulotning xavfsizligi, qadoqlash sifati, transport jarayonida shikastlanishdan himoyalanganligi va ekologik talablarga muvofiqligi muhim omillardan biridir. Shu sababli milliy hunarmandchilik mahsulotlari uchun xalqaro bozor talablariga mos qadoqlash standartlarini ishlab chiqish, ekologik xavfsiz materiallardan foydalanish va mahsulotning kelib chiqishi hamda ishlab chiqaruvchisi haqidagi ma'lumotlarni qadoqda aks ettirish eksport jarayonining ishonchligini oshirishi mumkin.

Shuningdek, hunarmandlarning Etsy, Amazon va boshqa yirik xalqaro elektron tijorat platformalariga chiqishini soddalashtirish uchun markazlashtirilgan konsalting va axborot xizmatlarini tashkil etish maqsadga muvofiq. Bunday markazlar platformalarda sotuvchi hisobini ochish, verifikatsiyadan o'tish, mahsulotlarni

joylashtirish, narx belgilash, xalqaro to'lovlarni tashkil etish, logistika va mijozlar bilan ishlash masalalarida hunarmandlarga amaliy yordam ko'rsatishi mumkin. Bu, ayniqsa, mustaqil ravishda xalqaro platformalarning texnik va huquqiy talablarini o'rganish imkoniyati cheklangan kichik ishlab chiqaruvchilar uchun muhimdir.

Kelgusida milliy hunarmandchilik mahsulotlarini alohida ishlab chiqaruvchilar nomidan emas, balki yagona milliy brend konsepsiyasi asosida xalqaro bozorlarga olib chiqish imkoniyatlarini ham ko'rib chiqish mumkin. Bunda "Craft Uzbekistan" kabi yagona brend ostida turli hududlarning hunarmandchilik mahsulotlarini birlashtiruvchi elektron platformani shakllantirish mahsulotlarning kelib chiqishi, sifati va milliy o'ziga xosligini yagona tizimda namoyish etish imkonini beradi. Mazkur platforma orqali kulolchilik, to'qimachilik, zardo'zlik, yog'och o'ymakorligi, milliy bosh kiyimlar va boshqa hunarmandchilik mahsulotlarini xalqaro xaridorlarga yagona raqamli muhitda taqdim etish mumkin.

Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini onlayn platformalar orqali eksport qilishning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish ishlab chiqarish, raqamli savdo, marketing, brending, elektron to'lov, logistika, standartlashtirish va davlat tomonidan institutsional qo'llab-quvvatlash choralarining o'zaro uyg'unligini talab etadi. Mazkur yo'nalishlarning tizimli ravishda rivojlantirilishi milliy hunarmandchilik mahsulotlarining xalqaro bozordagi ko'rinuvchanligini oshirish, eksport geografiyasini kengaytirish, hunarmandlarning daromad manbalarini diversifikatsiya qilish va milliy madaniy merosni zamonaviy raqamli iqtisodiyot sharoitida targ'ib etish uchun imkoniyat yaratadi. Shu jihatdan, elektron tijoratni hunarmandchilik eksportining mustaqil kanali sifatida emas, balki ishlab chiqaruvchini xalqaro iste'molchi bilan bog'lovchi, marketing va logistika jarayonlarini birlashtiruvchi kompleks iqtisodiy mexanizm sifatida rivojlantirish muhim hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Морозова И.А. Маркетинговое обеспечение развития инфраструктуры транспортных услуг. реферат дисс. док.экон.наук, 08.00.05. - Волгоград. 2008. - 50-е гг
2. Каххоров А.Дж. Совершенствование инновационных маркетинговых мероприятий в системе автомобильного транспорта Узбекистана. Тезисы диссертации. iq.fan.nom., 08.00.11. – Ташкент. 2018. – 57 с.
3. Ирисбекова М. Оптимизация рынка транспортных услуг на основе маркетинговых принципов. Тезисы диссертации. iq.fan.doc., 08.00.11. – Ташкент. 2017. – 84 с.
4. Global Rankings 2018 / Logistics Performance Index /The World Bank – Access mode – [https://lpi.worldbank.org/international/global/2018]. – Date of access: 10.10.2020.
5. Ilesaliev D.I, Avaz M.M. Research package efficiency general cargo // International Journal of Engineering and Advanced Technology, 2019, T. 9, Vol. 1, C. 6880-6884.
6. Земскова О.М. Логистика в России и за рубежом: сравнительный анализ / О.М. Земскова, М.М. Щепотко // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LVII междунар. науч.-практ. конф. № 12(54). – Новосибирск: СибАК, 2015.

7. Зорина Т.Г. Логистический рейтинг 2018: Лидеры и аутсайдеры / Т.Г. Зорина, Ю. Трухан // Наука и инновации, 2019. – Т. 2. – № 192. – С. 51-55.
8. Научный электронный журнал «Экономика и инновационные технологии». № 4, июль-август 2020 г. 4/2020 (№ 00048) <http://iqtisodiyot.tsue.uz> 294
9. Уваров С.А. Логистика: общая концепция, теория, практика. – СПб.: Инвест – НП, 2010. – 232 с. - <http://www.iprbookshop.ru/67766.html>
<http://www.iprbookshop.ru/67766.html>
10. Ilesaliev D.I, Avaz M.M. Research package efficiency general cargo // International Journal of Engineering and Advanced Technology, 2019, T. 9, Vol. 1, C. 6880-6884.
11. <https://lex.uz/docs/>.
12. <https://www.intracen.org/news-and-events/news/uzbekistans-new-e-commerce-strategy-for-better-market-access>
13. <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/uzbekistan-ecommerce>
14. <https://www.polarismarketresearch.com/industry-analysis/handicrafts-market>
15. <https://ich.unesco.org/en/traditional-craftsmanship> va <https://ich.unesco.org/en/>