

INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

THE INNOVATION ECONOMY

Electronic Scientific and Practical Journal



2025 / 2



@QMI_Instituti



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225 - uy



www.kstu.uz
www.ojs.qmii.uz

INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

3-jild
2-son
iyun, 2025

June 2025
Volume 3
Number 2

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

THE INNOVATION ECONOMY
Electronic Scientific and Practical
Journal

INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.qmii.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi o'rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qarshi davlat texnika universiteti

Mas'ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Qarshi davlat texnika universiteti

Texnik muharrir:

F.F.Haqqulov, PhD

Qarshi davlat texnika universiteti

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko'chasi 225-uy

Tel.: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@qmii.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko'rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Овчиников Виктор Николаевич – i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Солодовников Сергей Юревич – i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Сидиров Виктор Александрович - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Шевченко Игорь Викторович - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullayevich - i.f.d., professor (Qozog'iston davlat texnologiya universiteti)

Samandarzoda Iskandar Hakim - i.f.d., i.f.d., professor (SH.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Гибадуллин Артур Артурович Национальный исследовательский университет Московский энергетический институт

Войнаш Сергей Александрович Казанский приволжский (федеральный) университет

Пуляева Валентина Николаевна Финансовый университет при Правительстве РФ

Морковкин Дмитрий Евгеньевич Финансовый университет при Правительстве РФ

Садриддинов Манучехр Исломиiddинович Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана, Душанбе

Перская Виктория Вадимовна директор Института исследований международных экономических отношений, Финансовый университет при Правительстве РФ

Молчанов Игорь Николаевич Профессор экономического факультета. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Басова Мария Михайловна Заместитель декана факультета налогов, аудита и бизнес-анализа Финансовый университет при Правительстве РФ

Чупин Александр Леонидович Заместитель декана экономического факультета Российский университет дружбы народов имени П.Лумумбы

Незамайкин Валерий Николаевич Профессор кафедры финансов и кредита Российский государственный гуманитарный университет

Никонорова Алла Владимировна Доцент кафедры экономической теории Финансовый университет при Правительстве РФ

Дмитриева Ольга Александровна Доцент кафедры налогов и налогового администрирования факультета налогов, аудита и бизнес-анализа Финансовый университет при Правительстве РФ

Швец Юрий Юрьевич Лаборатория управления инновациями, Институт проблем управления Российской академии наук

Колосова Елена Валерьевна Лаборатория управления инновациями, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Bozorov Orifjon Shodiyevich – t.f.n., dotsent

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Vaxabov Abduraxim Vasikovich – i.f.d., professor

Hakimov Obidjon Arzikulovich – i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich- i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna- i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo'raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna-i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg'unovich -i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazliddin Baxadirovich- i.f.n., dotsent

Xo'jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

June 2025

Volume 3

Number 2

INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

Iqtisodiy islohotlar orqali O'zbekistonning eksport salohiyatini oshirish

Sayfullayeva Nigora Fayzulla qizi

Повышение экспортного потенциала Узбекистана путем экономических реформ

Сайфуллаева Нигора Файзулла кызы

Increasing Uzbekistan's export capacity through economic reforms

Sayfullaeva Nigora Fayzulla kizi

Received: May 14, 2025 Revised: May 16, 2025 ■ Accepted: May 19, 2025 ■ Published Online: June 1, 2025

- **Annotatsiya:** Maqolada O'zbekiston eksportini nafaqat mahalliy islohotlar va balki xorijiy tajribalardan andoza olgan holda rivojlantirish keng ochib berilgan. Unda asosiy e'tibor nufuzli xorijiy va O'zbekistondagi mahalliy korxonalar tajribalarini o'rganishga, korxonalar o'rtasida so'rovnoma o'tkazilgan holda mavjud kamchiliklarni aniqlab, ularga yechim topishga qaratilgan.
- **Kalit so'zlar:** Islohotlar, eksport, xorijiy korxonalar tajribasi, marketing, eksport strategiyalari.
- **Аннотация:** В статье широко описывается развитие узбекского экспорта не только посредством местных реформ, но и с использованием модели зарубежного опыта. Основное внимание уделяется изучению опыта авторитетных иностранных и местных предприятий в Узбекистане, проведению опросов среди предприятий, выявлению имеющихся недостатков и поиску путей их решения.
- **Ключевые слова:** Реформы, экспорт, опыт зарубежных предприятий, маркетинг, экспортные стратегии.
- **Abstract:** The article broadly describes the development of Uzbek exports, taking into account not only local reforms but also foreign experiences. The main emphasis is on studying the experiences of reputable foreign and local enterprises in Uzbekistan, conducting surveys among enterprises, identifying existing shortcomings and suggesting solutions to them.
- **Keywords:** Reforms, export, experience of foreign enterprises, marketing, export strategies.

KIRISH

Hozirgi kunda har bir mamlakat o'z rivoji, mamlakatda har tomonlama rivojlanish bo'lishi uchun, iqtisodiy islohotlar o'tkazib kelmoqda. Buning eng asosiy muhim jihati shundaki, Jahon iqtisodiyotining globallashuv sharoitida, dunyo mamlakatlari o'rtasida integratsiyaning kuchayishi sababli,

natijada har bir mamlakat jahon bozorida o'z o'rniga ega bo'lish uchun amaliy harakatlarni amalga oshirmoqda. Xususan, O'zbekiston ham eksport va import salohiyatining hozirgi davrda tobora oshib borayotgani sababli, dunyo YaIM tarkibida eksport ulushini oshirish uchun har taraflama islohotlar olib bormoqda.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda raqobatni hisobga olgan holda, bozor talabiga javob bera oladigan mahsulotlarni yaratibgina

qolmay, ularni bozorda o'z haridorini topguncha bo'lgan sharoitda, mahsulotni sifatli va zararsiz yetib borishi muhim omil hisoblanadi. Shu bilan bir qatorda, yuqorida ta'kidlanganidek, iqtisodiy islohotlar orqali, eksport hajmini oshirishni ta'minlash uchun, mamlakat tomonidan eksport qiluvchi tadbirkor va korxonalarga bo'xona-dagi mavjud muammolarni hal etish va har taraflama ularga amaliy yordam ko'rsatish muhim jihat hisoblanadi. Shu bilan bir qatorda prezidentimiz ta'kidlaganidek, "Eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni rag'batlantirishga qaratilgan sanoat siyosatini amalga oshirish, ishlab chiqarishni mahalliyashtirishni chuqurlashtirish asosida uning importga qaramligini kamaytirish orqali milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini oshirish maqsadida tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishning strategik yo'nalishlarini ishlab chiqish; shuningdek respublika hududlari va xorijiy davlatlar o'rtasidagi hamkorlik munosabatlarini kengaytirish"[1] muhim ahamiyat kasb etadi.

Tashqi iqtisodiy faoliyatda eksport salohiyatini oshirishda amalga oshirib kelinayotgan islohotlar bilan birgalikda yechimini topmagan muammolar ham mavjud. Masalan sanoatning yaxshi rivojlanmaganligi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarining sotishda marketingni to'g'ri qo'yilmaganligi, eksportni rivojlantirish borasida muammolarga sabab bo'lmoqda. Yuqoridagi muammolardan kelib chiqib, maqola mavzusi dolzarb hisoblanadi. Shu sababli ham eksportni yanada rivojlantirish uchun, muvaffaqiyatli davlatlar tajribasini o'rganish, uni amalga joriy qilish va har bir sohaga mos ravishda qo'llash muhim ahamiyat kasb etadi.

■ ADABIYOTLAR TAHLILI

Mamlakatda eksportni rivojlantirishda asosiy e'tibor samarali tashqi savdo va investitsiya jarayonlarini kuchaytirish, qishloq xo'jaligini isloh qilish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini barqaror rivojlantirish, bank-moliya tizimi faoliyatini mustahkamlashda ahamiyatli yutuqlar qo'lga kiritishda muhim omil hisoblanishi o'zbek olimlari tomonidan aniqlangan [2]. Qo'shimcha ravishda tadqiqotimiz mavjud tizimlarni rivojlantirishga doir yechimlar ham berib o'tgan (bu haqida batafsil to'xtalamiz).

Iqtisodiyotda eksportning muhim o'rni borasida xorijiy olimlardan Cabuleva K., Marjanova T.J., va Davcev L.[3] tadqiqot olib borgan bo'lib, unda quyidagi jihatlar ochib berilgan. Valyuta daromadlari: Eksport daromadlari – bu chet el valyutalarini olishning eng muhim manbai bo'lib, bu manba to'lovlar balansidagi bosimni yengillashtirishga va tashqi zarbalarning ichki iqtisodiyotga ta'sirini kamaytirishga yordam beradi. Odatda, eksport faoliyati yuqori bo'lgan iqtisodiyotlar ham o'zlarining Yalpi Ichki Mahsuloti (YIM) o'sishida yaxshi natijalarga erishadilar va aksincha. Eksportlar va YIM o'rtasidagi

munosabatlar odatda ijobiy korrelyatsiya qilingan deb hisoblanadi. Boshqaruv organlari odatda eksportni kengaytirishni rag'batlantirishga intilishadi, masalan, eksport subsidiya kabi turli yo'llar orqali, chunki eksport darajasi mamlakatning iqtisodiy rivojlanishining ko'rsatkichi sifatida keng tan olinganligi haqida to'xtalib o'tilgan.

Qo'shimcha qilib Ro'ziyev S.B.[4] ham Texnologik rivojlanish: Jahon talablariga mos ravishda faoliyat olib borish, shu bilan bir qatorda eksportni yanada rivojlantirish uchun chet mamlakatlari tajribalarini o'rgangan holda, mahalliy korxonalar ham yangi texnologiyalarni olib kirishilishi muhimligini aytib o'tgan.

Keyingi o'rinlarda eksportni rivojlantirish borasida mavjud kamchiliklarni aniqlash va bartaraf etish borasidagi tadqiqoti bilan B.Susan va Hester[5], va aynan o'zining turli xil marketing usullari bilan eksportda katta daromadga erishgan top kompaniyalar tajribalari haqida M.M.Mostakim[6] izlanishlari orqali tadqiqotimiz mavzusini yanada kengroq o'rgana oldik.

■ TADQIQOTLAR METODOLOGIYASI

Maqolani yozishda induksion yo'nalish tanlangan bo'lib, ilmiy ishda asosiy jihat umumiy eksportni rivojlantirishga oid yangiliklar, tahlillar, va tarixiy natijalar metodlari va usullari orqali mavzuni to'liq ochib berishga harakat qilingan. Tadqiqot muammosi mahalliy korxonalarni o'rganish davomida qo'yilgan va ularga asosli yechimlar taklif etilgan. Tadqiqotning to'liq o'rganish davomida mahalliy va xorijiy adabiyotlardan keng foydalanilgan.

■ TAHLIL VA NATIJALAR

Mavjud muammolarga yechimni topish jarayonida O'zbekistondagi mahalliy korxonalarni o'rganar ekanmiz, har bir korxona o'zining turli xil marketing va sotish strategiyalari orqali eksportda ulkan natijalarga erishib kelmoqda. Shulardan biri "Olmaliq Kon-Metallurgiya Kombinati"-Aksiyadorlik jamiyati hisoblanadi va u 1949-yil 1-fevral kuni tashkil etilgan. Geografik jihatdan qulay va qazilma boyliklarga boy bo'lgan Olmaliq, o'zining nafaqat eksporti, keng tarixiy Mendeleyev jadvalining deyarli barcha elementlarini jamlagani va balki 40 dan ortiq millatdagi ishchilarni ish bilan ta'minlagani bilan ham mamlakatdagi eng yirik korxona hisoblanadi. Kombinat nodir, rangli va qimmatbaho metallarni qazib olishga va ularni qayta ishlashga ixtisoslashgan hisoblanadi. Kombinatda ishlab chiqarilayotgan kumush va oltinni yetkazib berishdagi sifati va eksportdagi bu jihati bilan London qimmatbaho metallar birjasi sifat belgisiga, anqirog'i "Yaxshi

yetkazib beruvchi"[7] maqomiga ham ega.

Kombinatning tashqi bozorda o'z o'rniga egaligi, ko'plab xorijiy davlatlar bilan hamkorligini, eksport sifatli mahsulotlarni yetkazib berish bilan bir qatorda, mamlakatda asosiy eksportchi yirik korxona ekanligining asosiy sabablaridan biri bu korxonaning muntazam va yillar davomida rivojlanishidir. Yuqorida ko'rinadiki, korxona muntazam, chet el va mahalliy tanlovlarda qatnashibgina qolmay Londonda tanlov g'olibi ham bo'lgan. 10 dan ortiq sovrinlar egasi ham hisoblanadi. Bundan olinadigan asosiy jihat, korxona o'z mahsulotlarini turli forumlarga olib boradi, ko'rgazmalarda qatnashadi va o'ziga yangi xorijiy hamkorlarni olib keladi. Shu bilan bir qatorda korxona o'z obro'sini ham jahon sahnalariga olib chiqoladi. Qo'shimchasiga aytish joizki, har bir mamlakatda o'tkaziladigan forum va tadbirlar bu faqat tadbir emas va balki hamkorlik va tashqi munosabatlarni yo'lga qo'yishning asosiy yo'li hamdir.

O'zbekiston eksport salohiyatini yanada oshirish va yangidan yangi eksport rivojlantirishga doir strategiyalarni aniqlash uchun tumanlar va viloyatlarda faoliyat olib borayotgan korxonalar boshqaruvchilari orasida "Mamlakatda eksport salohiyatini oshirish uchun-mahalliy korxonalarning o'rnini qanchalik muhim?" nomli so'rovnoma olib bordik. So'rovnomada 3 ta korxona qatnashgan bo'lib, ularning turli marketing va sotish yo'llari o'rganildi.

Shulardan biri Turkiyada 2006-yilda o'z faoliyatini boshlagan ERSAG[8] nomli kosmetika kompaniyasidir. Bu kompaniyaning asosiy marketing usullaridan biri bu tarmoqli marketingdir. Kompaniya 15 dan ortiq davlatlar bilan o'z tarmoqlari orqali faoliyat olib boradi. Ushbu kompaniyaning O'zbekistondagi o'zbek vakillari so'rovnomada qatnashdi va o'zining mahsulotini sotish, eksportga doir bir nechta marketing usullari bilan bo'lishdi.

Jumladan, menejer [9] bu kompaniya bilan 12 yillik faoliyati davomida auditoriya uchun quyidagi usullarni qo'llashini aytib o'tdi;

- Tarmoqdagi mamlakatlarga muntazam turli xildagi portfelga ega mahsulotlarning yetkazib berilishi;
- Xorijiy kompaniya bo'lishiga qaramay, uning o'zbekistonda hududida hamyonbopligi;
- To'g'ri auditoriya tanlanishi;
- Barqaror mijozlarni ushlab qolish uchun, xodimlardan muomala madaniyati birinchi o'ringa qo'yilishi;
- Chegirmalar;
- Kompaniyaga a'zo bo'lgan mijozlarga haridlarda 30% va 50% chegirmalar.
- Xarid olingandan so'ng, bonusga qo'shimcha sovg'alar;
- Ersag' auditoriyasini yanada kengaytirish uchun, mijoz taklif qiluvchilarga qo'shimcha oylik;
- Tarmoqni kengaytirish va O'zbekistondagi virtual

xodimlarini faoliyatini qo'llab quvvatlash va ko'paytirish maqsadida hodimlarga orasida turli davlatlarga sayohatlar tashkil etib berilishi.

Kompaniyaning bir qismi bo'lib ulgurgan menejer, hozirda ko'plab mijozlarga offline xizmatlarni ko'rsatishini va bu usul orqali mahsulotni yanada ommaga taqdim etish imkoni ortishini ta'kidlab o'tdi.

Ikkinchi korxonamiz mahalliy korxonalardan biri bo'lib, Kislorodchi ICHSK (ishlab chiqarish savdo korxonasi) kichik bo'lsada yaxshi natijalarga erishib kelmoqda. Korxona 2002-yil tashkil etilgan bo'lib, u uzoq yillar mobaynida tumanda asosiy kislorod ishlab chiqaruvchi korxona hisoblangan. Qo'shimcha kiritish lozimki, ushbu korxonada so'rovnoma o'tkazish bilan bir qatorda, 6 oy mobaynida amaliyot ham o'taganmiz.

Korxona uzoq yillar mobaynida faoliyat yuritib kelinayotgani asosiy sabablaridan biri bu uning havfsizlik qoidalariga to'liq rioya etishidir. Korxona boshqaruvchisining so'zlariga ko'ra, ular doimiy tarzda kislorodni ishlab chiqarib bo'lingandan so'ng, mijozlarga xizmat ko'rsatish jarayonida xavfsizlik bilan bir qatorda, o'zining maxsus kislorod balonlarini ham ko'rikdan o'tkazadi. Hech kimga sir emaski, ushbu yo'nalishda faoliyat olib borayotgan har bir korxona doimiy tarzda texnik havfsizlik qoidalariga rioya etishi zarur. Shuningdek, ishlatishga yaroqsiz bo'lgan texnikani o'zgartirish lozim.

Korxonani o'rganish davomida ma'lum muammolarni ham o'rgandik. Ulardan biri bu korxonaning texnik jihozlarini topish muammosi ekan. Korxona ishlab chiqarish davomida kerak bo'ladigan jihozlarni ta'minlash uchun o'zlariga kerakli bo'lgan uskunalarini ta'minlash uchun Hindiston, Rossiya yoki boshqa davlatlarga safar qilishga to'g'ri kelmoqda.

So'nggi 5 yilgacha asosiy kislorod yetkazib beruvchi bo'lgan bu joy, keyingi yillarda yana ham marketing strategiyalarini qo'llash va sotish usullarini oshirish bo'yicha amaliy ishlar qilmoqda. Sababi endi ularda raqobatchi boshqa shunaqa korxona ochilgan. Albatta bu nafaqat korxona va balki aholi uchun ham juda foydalidir. Raqobat bor joyda albatta o'sish ham bo'ladi.

Korxonadan o'rgangan eksportga doir usullarimiz quyidagilardir;

- Doimiy tarzda texnikani yangilash;
- Sifatli yetkazib berishni ta'minlash;
- Mijozlarni jalb qilish uchun, kislorod davleniyasini oshirib quyib berish;
- Mahalliy kislorod ishlab chiqaruvchi boshqa viloyatlar bilan hamkorlikni oshirish.

Mahalliy korxonalar tajribalarini o'rganish bizga asosiy marketing strategiyalarini aniqlashda muhim omil bo'la oldi. Shuningdek, xorijiy top kompaniyalar marketing strategiyalarini yoritish orqali, jarayonni xorij tajribasi asosida ko'rib chiqish mumkin. Dunyoga mashhur Nestle kompaniyasi

1866-yil Angliya-Shveytsariya quyultirilgan sut kompaniyasining yaratilishi bilan boshlandi va 1867 yilga kelib Henri Nestle bolalar oziq ovqatini ishlab chiqqan[10].

Ushbu kompaniya o'zining mavjud va mashhur quyidagi bir nechta marketing strategiyalari bilan tanilidir;

1.Auditoriya asoslangan reklama.

Shokoladlar hammaning eng sevimli shirinligidir, kimdir esa sutli shirinliklar ishqibozi. Lekin bu kabi mahsulotlar, aslida auditoriya tanlamaydi. To'liqroq tushuntiradigan va aynan boshqa mahsulotlardan ham kelib chiqadigan bo'lsak, biz o'zimizni Chips mahsulotlari ishlab chiqaradigan korxona egasi deb tasavvur qilaylik. Biz ushbu mahsulotni aynan boshqa mashhur gazli ichimlik bilan birlashtirgan holda reklama qilib, uni aynan sotib olishga undash uchun ba'zi telekanallarga e'tiborimizni qaratishimiz zarur. Ya'ni odamlar odatda bu mahsulotlarni sportni tomosha qilganda iste'mol qilishi nisbatan ko'proq, shunday ekan mahsulotni ishlab chiqaruvchisi sifatida biz sport kanallari yoki filmlar uchun mo'ljallangan kanallarda tomoshabinlarga taqdim etsak, biz mahsulotni sotib olishga bo'lgan taklifni oshirgan hisoblanamiz. Shu ko'rinishda Nestle kompaniyasi ham aynan shu strategiya orqali mahsulotini jahon bozorida ommabop qila oldi.

2.Davlatlar va madaniyatlarni tushunish[11].

Kompaniya o'z mahsulotini boshqa davlatga eksport qilishdan oldin, nafaqat ularni ichki bozorini o'rganadi va balki ularni madaniyatini ham tahlil qiladi. Masalan, biz Yaponiyani olaylik, bu xalq juda choyxor davlat hisoblanadi. Lekin kompaniya aynan shu davlatga o'zining Nescafe brendi ostidagi kofe mahsulotini sotmoqchi bo'ladi, afsuski bu mahsulot kutilganidek u davlatda yaxshi daromad keltirmaydi. Yuqorida aytganimizdek, kompaniya choyxor davlatga kofe sotmoqchi bo'ladi. Madaniyatni tushunmaslik, kompaniyaga minus olib keladi. Lekin keyingi yillarda kompaniya bu xatoni takrorlamaslikga harakat qiladi, va davlat madaniyatini tushungan holda o'z mahsulotlarini eksport qiladi. Shu o'rinda qo'shimcha kiritib ketishimiz lozimki, Xindiston va Janubiy Koreya mamlakatlari aholisini achchiq mahsulotlarga bo'lgan talabini bilgan holda, biz ham aynan o'zbekistonda achchiq mahsulotlarni ishlab chiqarib ushbu davlatlarga sotsak, bu achchiq mahsulotga o'ch bo'lmagan o'zbekiston xalqining, achchiq mahsulotlarini boshqa mamlakat bozorida muvaffaqiyatga erishish kafolatidir.

3. Korxonalar joylashuvi.

Nestle kompaniyasi doim mahsulotlarini ma'lum bir davlat hududida ishlab chiqarib sotishga mo'ljallaydi. Bu esa o'z-o'zidan logistika harajatlarini ham oldini oladi. o'sha mamlakat aholisini ish bilan ta'minlabgina qolmay, o'z mahsulotini sifatli va xavfsiz yetib borishini ham ta'minlaydi.

4.Mijozlarga e'tibor qaratish.

Kompaniya "Yaxshi oziq-ovqat, yaxshi hayot" tamoyiliga amal

qilgan holda, doimiy mahsulotlarini bozorda o'z o'rniga ega bo'lishi uchun turli xil so'rovnomalar o'tkazib turadi, bu esa o'z o'zidan aholiga o'zlari hohlagan mahsulotni iste'mol qilish uchub zamin yaratadi. Kompaniya kamchiliklar va qo'shimchalarni inobatga olib sifatli mahsulotni ishlab chiqaradi[12]. 5.Davomiy takomillashtirish.

Kompaniya mahsulotini turli xil holatlardan kelib chiqib doimiy rivojlantirib boradi. Masalan, Nestle kompaniyasi Bangladeshdagi mijozlarini sog'lik muammolarini inobatga olgan holda, o'z mahsulotlarida tuz miqdorini mahsulot sifati va ta'miga ta'sir qilmagan holda kamaytirgan. Bu esa mahsulotini bo'lishi mumkin bo'lgan xavfdan asrab qolgan. Qo'shimcha sifatida Pepsi brendini ham eslasak bo'ladi, aynan ushbu kompaniya ham o'z mahsulotini shakarsiz ishlab chiqara boshlagan edi, bu esa o'z o'zidan qandli diabet kasali bilan hastalangan bemorlarni ham bu mahsulotni sotib olishga bo'lgan qiziqishini oshirgan edi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Iqtisodiy islohotlar orqali O'zbekistonning eksport salohiyatini oshirish yo'llarini o'rganar ekanmiz quyidagilarni xulosa sifatida taqdim etamiz.

Birinchidan, olib borilayotgan izlanishlar davomida shuni bil-dikki o'zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlar eksport rivojlantirishining bir qismi bo'lsada, lekin o'tgan davrga nisbatan solishtiradigan bo'lsak, o'zbek modelining bir qismi bo'lgan va tadbirkorlikni qo'llab kelgan bozor iqtisodiyotiga o'tish bilan bir qatorda, klasterlash va xususiylashtirish ham mamlakat iqtisodiyotiga sezilarli o'zgarishlarni olib keldi. Ya'ni islohotlarning bir qismi bo'lgan bojlarning kamaytirilishi, mamlakatlar o'rtasida chegaralar ochilib, o'zaro hamkorlikning o'rnatilishi, shu bilan bir qatorda bojxonadagi boshqa imkoniyatlarning davlat tomonidan tartibga solinishi bu o'z o'zidan yillar davomida amalga oshirilgan aniq strategiya va islohotlarning mevasi bo'la oldi.

Ikkinchidan, Nestle kompaniyasi tarixi va bugungi vaqtdagi natijalariga nazar tashlar ekanmiz, kompaniya faqat o'zining sifatli mahsuloti bilan emas, aynan reklamasi bilan natijaga erisha olgan. Bu aniq, har bir korxonaning asosiy yutuqlaridan biri ham aynan shudir. Sababi, biz turli xildagi mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalar faoliyatini o'rganishga chiqar ekanmiz, sifatli mahsuloti tayyor, deyarli 2 yildanberi faoliyat yuritayotgan, ishsizlikni kamaytirishga ijobiy hissa qo'shgan holda, mahalliy ishchilari yetarli, ammo hali ham o'z mahsulotini eksportga yo'naltira olmayotganidan shikoyat qilgan mahalliy korxonani ko'rdik. Sababi u yerda SMM yoki kuchli marketologlar bilan azaldan ishlanmaganligi, korxonaning faqat chegaraviy ichki eksport bilan shug'ullanib qolishiga yaqqol sabab bo'lgan.

Uchinchidan, har bir korxona ustida so'rovnomalar va tahlillar o'tkazish davomida, ularning bir biriga o'xshamas turli jihatlari guvohi bo'ldik. "Olmaliq kon-metallurgiya" aksiyadorlik jamiyati, hozirgi kunda Nestle kompaniyasiga o'xshab sifatli mahsulot ishlab chiqarish bilan bir qatorda, boshqa korxonalardan farqli o'laroq, eksportda sifatli yetkazib berishga harakat qilishi, eng muhimi, mahsulotini keng ommaga yoyish uchun, doimiy tanlovlarda qatnashib kelishi bu asosiy jihat hisoblanar edi. Shuningdek, Turkiyaning ERSAG kompaniyasini ham ijobiy jihatlardan biri bu uning boshqa davlat ichida aynan tarmoqli marketingni qo'llab, shuningdek u yerda mahalliy aholi orasida o'z mahsuloti sotuvi bilan shug'ullanishi ham, huddi og'izdan og'izga o'tuvchi real marketing hamdir.

Tahlillar va korxonalar o'rtasidagi ko'zga ko'rinadigan kamchiliklarni aniqlagan holda va kelgusida mamlakat eksportini rivojlanishida muhim omil bo'la oladigan muhim takliflarni berib o'tamiz;

- Mamlakatda eksportda ijobiy natijalarga erishish uchun infratuzilmalarni rivojlanlantirishga jiddiy yondashish kerakligi;
- Ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish;
- Mahalliy korxona bo'lsangizda, doimiy ravishda rivojlanishda bo'lish bilan bir qatorda hozirgi kunda marketingni yollash borasida xarajatlardan qochmaslik;
- Tashqi bozor bilan aloqani mustahkamlash va barqaror importchilarga erishish uchun nafaqat ularni madaniyatini va balki til ko'nikmasini ham egallash;
- Logistikada yo'l transport sohasini rivojlantirish;
- Eksportbop mahsulot ishlab chiqaradigan korxonalarga soliqdan imtiyozlarni ko'paytirish;
- Xomashyo tabiiy resurslar eksporti emas, tayyor mahsulotlar eksportini ko'paytirish;
- Rivojlangan davlatlar bilan savdo aloqalarini kengaytirish;
- Mahalliy korxonalarni texnik jihozlarga bo'lgan talabini o'rgangan holda, xorijiy texnik jihozlar importida qulayliklar kiritish.

Muallif haqida / Сведения об авторе / Author details

1. Sayfullayeva Nigora Fayzulla qizi Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti talabasi / Сайфуллаева Нигора Файзулла кызы Студент Института

предпринимательства и педагогики Денова / Sayfullaeva Nigora Fayzulla qizi Student of Denau Institute of Entrepreneurship and Pedagogy

► n.sayfullayeva@dtpi.uz

■ <https://orcid.org/0009-0009-5099-5927>

Foydalanilgan adabiyotlar:

- [1] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 10-yanvardagi, "Iqtisodiy rivojlanish sohasida davlat siyosatini amalga oshirish tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risidagi"gi PF-5621-sonli Farmoni.
<https://lex.uz/mact/-4154478>
- [2] Vaxabov A.V, Xajibakiyev Sh.X, Raxmanov Sh.I, Usmanova X.A. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. O'quv qo'llanma.2014-yil. -42 bet.
- [3] Cabuleva K,Marjanova T.J,Davcev L. "Export and GDP: The Case of Macedonia". Article.
- [4] Ro'ziyev S.B. "Eksport va import strategiyasi: Muvaffaqiyatli davlatlar tajribasi"maqola. 2024.
- [5] Susan B,Haster (1985). Export Trading Companies: A Marketing Vehicle for Small Textile and Apparel Firms?. Journal of Small Business Management.
- [6] Mostakim M.M. "The role of the Total Quality Management (TQM) in NESTLE BANGLADESH LTD"-2025.
https://www.researchgate.net/publication/390797607_The_role_of_the_Total_Quality_Management_TQM_in_NESTLE_BANGLADESH_LTD
- [7] <https://agmk.uz/oz/menu/about-us>
- [8] <https://www.ersagglobal.uz/>
- [9] https://t.me/dfghfcougjgvji_maxliyo
- [10] <https://www.nestle.com/about/history/nestle-company-history>
- [11] <https://squeezegrowth.com/uz/nestle-marketing-strategies/>
- [12] Mostakim M.M. "The role of the Total Quality Management (TQM) in NESTLE BANGLADESH LTD"-2025 April. Page-3
https://www.researchgate.net/publication/390797607_The_role_of_the_Total_Quality_Management_TQM_in_NESTLE_BANGLADESH_LTD