



SANOAT KORXONASI EKSPORTBOP MAHSULOTLARINI TASHQI BOZORGA OLIB CHIQISH STRATEGIYASI

¹Ibragimov G'anijon
Murodova
²Murodova Nargiza

¹*Innovatsion menejment" kafedrası PhD dotsenti*
²*TDIU, "Menejment" fakulteti, 3-kurs talabasi*

Annotatsiya: Ushbu tezis sanoat korxonasining eksportbop mahsulotlarini tashqi bozorga olib chiqish strategiyalarini o'rganib chiqadi va strategiyalarning samaradorlik darajalarini ko'rib chiqadi. Eksportning o'zi nimaligaga to'xtalib o'tiladi. Eksportning hozirgi holatda keltirayotgan foydasini va aynan firma eksportlari O'zbekistonga ta'sirini ko'rib chiqadi. Umumiy xulosada yangi eksportbop strategiyalar bo'yicha fikrlar ko'rsatib o'tiladi.

Kalit so'zlari: eksport, tovar, iqtisodiyot, brend, mamlakat, standart.

Abstract: This thesis examines the strategies of an industrial enterprise to bring its export products to the foreign market and considers the effectiveness levels of the strategies. The focus is on what the express itself is. Considers the current benefits of exports and the impact of the firm's exports on Uzbekistan. The overall summary provides views on new export strategies.

Keywords: Export, Brand, Economy, Country, Standard.

Аннотация: В данной диссертации рассматриваются стратегии промышленного предприятия по выводу своей экспортной продукции на внешний рынок и рассматриваются уровни эффективности этих стратегий. Основное внимание уделяется тому, что представляет собой сам экспортер. Рассматриваются текущие выгоды от экспорта и влияние экспорта фирмы на Узбекистан. В общем обзоре представлены взгляды на новые стратегии экспорта.

Ключевые слова: экспорт, марка, экономика, страна, стандарт.

Eksport - sotish yoki ayirboshlash maqsadida tovarlar va xizmatlarni bir mamlakatdan boshqasiga olib chiqish jarayoni. U iqtisodiyotda muhim o'rin tutadi, chunki u mamlakatlarga o'z bozorlarini kengaytirish, valyutaga kirish va ishlab chiqarishni rag'batlantirish imkonini beradi. Eksportning nimaligini bilgan holda biz uni qanchalik muhimligini ko'rib turibmiz. Eksport kompaniyaning darajasini mahalliy kompaniyadan yangi darajaga olib chiqadi. "Yangi O'zbekiston" kanal muxbiri Iroda Toshmatova o'z maqolasida aytib o'tganidek "Eksport taraqqiyot tayanchi hisoblanadi". Eksportga istalgan tovar chiqarib yuborilmaydi. Dunyo standartlariga javob beruvchi va raqobatbardosh mahsulotlar eksportga yo'naltiriladi. Asos bo'yicha korib chiqilganda hozirda aynan qanday mahsulot standartlari borligini ko'rib chiqamiz va shu standartlarga tushirish yo'llarida to'xtalib o'tamiz

Eksportbop tovarlarning o'z turiga qarab har birida standartlari bo'ladi har bir mahsulot standartlari O'zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasi tomonidan beriladigan sertifikat orqali o'z unvon darajasiga ega bo'ladi. Misol uchun eksportga mo'ljallangan va iste'mol maqsadlarida undiriladigan don, dukkakli hamda moyli ekinlar urug'larini sertifikatlashtirish tartibi to'g'risidagi nizomni tasdiqlash haqida qarorini ko'rsatishimiz mumkin. Standart mahsulot bo'yicha sertifikatlar qabul qilinganidan keyin esa kompaniya o'z mahsulotiga mos keluvchi va o'sha mamlakat bozorida raqobatlashi imkoni bo'lgan davlat tanlagan holda eksport joylarini tanlashi kerak bo'ladi. Tovar yuboriladigan joy tanlanganidan so'ng uning aynan logistika xizmati va uni o'ziga sarflangan summalar hisobga olingan holda eng minimal narx orqali tashqi bozorga qo'yiladi. Bu boshlang'ich joyda savdo imkoniyatlarini yaxshilaydi.

Eksport tovarlari oddiy davlat tovarlaridan farq qilishi kerak bo'ladi. Davlatning iste'moliga berilgan tovarlar aynan qo'shni davlatga berilgan tovarlarga qaraganda sifat tomondan pastroq bo'ladi. Bu holatga Xitoyning eksport tovarlarini analiz qilishimiz mumkin. Xitoy davlati bozorni analiz qilgan holatda davlatlarning sotib olish qobiliyatini hisobga oladi va aynan Yevropada sotib olish qobiliyati yuqori bo'lgani uchun Yevropaga yuqori navlik tovar yo'naltiradi. Osiyo davlatlari sotib olish qobiliyati pas bo'lgani uchun bu hududga sifati pas lekin juda arzon tovar bilan ta'minlaydi. Bu usulda foydalangan holda eksport tovarlari darajasini maksimal darajada kuchaytirish kerak bo'ladi va aynan bozorni analiz qilgan holda bunday tovarlarini sotib olish qobiliyati yuqori bo'lgan davlatlarga yo'naltirish kerak. Xitoy davlatining keyingi 100 yillikka qo'ygan maqsadlari orasida eksport bo'yicha yo'nalish ko'rsatilgan unda: "Davlat oldida eksport miqdorini kamaytirmaslik uchun turli kontinentlardan yangi bozorlar topish, Xitoy kapitalini unumli ishlatish uchun yangi maydon izlash, xorijiy aloqalarni yana ham kengaytirish vazifalari ko'ndalang turdi." Ko'rinib turibdiki tovarlarni eksportbop qilishimizning yana bir muhim jihati ularni yetqazish kerak bo'lgan bozorlarning ham sonini ko'paytirish kerakligini ko'rsatadi. Sifatni yaxshilash uchun tovarlarning ustida o'tqiziladigan testlar sonini oshirish va kompaniyalarning inovatsiya bo'limlari imkoniyatlarini yaxshilash imkoniyatlarni yaxshilaydi.

Kompaniyaning katta darajaga chiqishi uning eksport darajasidan ta'sir oladi. Misol sifatida Makdonald's kompaniyasi franshiza sifatida kengayguncha mahallay yaxshi restoran nom bo'lgan holos hozirgi davrda esa yirik ko'chmas mulk egasi va ko'pgina davlatlarda o'z nomiga ega hisoblanadi. Yaxshi nomga ega bo'lish uchun yaxshi mahsulotni bozorga olib chiqish va to'g'ri bozor tanlash kerak bo'ladi. Yangi dunyoviy texnologiyalar va kuchli eksport davlatlaridan andaza olish kompaniya imkoniyatlarini yaxshilaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR VA SAYTLAR.

1. <https://yuz.uz/uz/news/eksport--taraqqiyot-tayanchi>

2. <https://oyina.uz/uz/article/2675>

3. Exporting: The Definitive Guide to Selling Abroad Profitably" - Laurel J. Delaney

4. "International Trade: Theory and Policy" - Paul Krugman va Maurice Obstfeld

5. "The New Global Market: A Guide to Exporting" - John E. McCarthy