

MAHALLIY BIZNES UCHUN EKSPORT POTENSIALINI OSHIRISHNING AMALIY USULLARI

Atadjanov Arslon Saparbaevich

Osiyo xalqaro universiteti magistranti

Annotatsiya: *Ushbu tezisdah mahalliy biznes korxonalarining eksport potensialini oshirishga qaratilgan zamonaviy amaliy usullar tahlil etilgan. Tadqiqotda eksport faoliyatini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari, xalqaro bozorlarga chiqish strategiyalari, mahsulot sifatini xalqaro standartlarga moslash, marketing va logistika tizimini optimallashtirish masalalari ko'rib chiqilgan. Tezis mahalliy tadbirkorlar va eksport tashkilotlari uchun amaliy tavsiyalar beradi.*

Kalit so'zlar: *eksport potentsiali, mahalliy biznes, xalqaro bozor, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, sertifikatlash, logistika.*

Globallashuv sharoitida mahalliy biznesning xalqaro bozorlarga integratsiyalashuvi iqtisodiy rivojlanishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasida eksportni rag'batlantirish milliy iqtisodiyotni diversifikatsiyalash va modernizatsiya qilishning asosiy yo'nalishlaridan biridir. So'nggi yillarda mamlakatimizda eksportni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan qator normativ-huquqiy hujjatlar qabul qilindi. Shu bilan birga, mahalliy kichik va o'rta biznes korxonalarining eksport faoliyati hali ham past darajada qolmoqda. Buning asosiy sabablari: xalqaro bozorlar haqida ma'lumot yetishmasligi, sifat talablariga javob bermaslik, marketing va logistika bilimlarining kamligi. Ushbu tezisning maqsadi mahalliy biznes uchun eksport potensialini oshirishning amaliy usullarini o'rganish va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Eksport potensialini baholash va tahlil qilish Eksport faoliyatini boshlashdan oldin korxonaning eksport potensialini baholash muhim ahamiyatga ega. Baholash jarayoni quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi:

- Ishlab chiqarish quvvatini tahlil qilish – eksport uchun qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish imkoniyati;
- Mahsulot raqobatbardoshligini baholash – sifat, narx va xususiyatlar jihatidan taqqoslash;
- Moliyaviy imkoniyatlarni o'rganish – eksport uchun zarur investitsiyalar;
- Kadrlar tayyorgarligini tekshirish – eksport bo'yicha bilimli mutaxassislar mavjudligi.

SWOT-tahlil va PESTEL-tahlil usullari yordamida korxonaning ichki imkoniyatlari va tashqi muhit ta'sirini chuqur o'rganish mumkin.

Mahsulot sifatini xalqaro standartlarga moslash Xalqaro bozorlarda muvaffaqiyat qozonish uchun mahsulot xalqaro sifat standartlariga javob berishi zarur. Asosiy standartlar va sertifikatlar:

- ISO 9001 – sifat menejment tizimi;
- ISO 22000, HACCP – oziq-ovqat xavfsizligi (oziq-ovqat sanoati uchun);
- CE belgisi – Yevropa bozori uchun;
- ISO 14001 – ekologik menejment;
- Halol va Kosher sertifikatlar – islom va yahudiy bozorlari uchun.

Sertifikatlash jarayoni moliyaviy xarajatlarni talab qiladi, ammo xalqaro iste'molchilar ishonchini qozonish va raqobatbardoshlikni oshirish uchun zarurdir.

Xalqaro bozorlarni tadqiq qilish va strategiya tanlash Maqsadli bozorni to'g'ri tanlash eksport muvaffaqiyatining asosiy omilidir. Bozorni tanlashda quyidagilar e'tiborga olinadi:

- Bozor hajmi va o'sish sur'ati;
- Kirish to'siqlari (bojxona to'lovlari, texnik talablar);
- Raqobat darajasi;
- Madaniy va tiliy munosabatlar;
- Logistik qulay joylashish va transport xarajatlari.

Xalqaro bozorga chiqish strategiyalari orasida to'g'ridan-to'g'ri eksport, vositachilar orqali eksport, qo'shma korxonalar va franchayzing kabi variantlar mavjud.

Marketing va raqamli vositalar Zamonaviy eksport faoliyatida raqamli marketing muhim ahamiyatga ega. Asosiy vositalar:

- Ko'p tilli rasmiy veb-sayt yaratish;
- Elektron savdo platformalarida (Alibaba, Amazon) ishtirok;
- Ijtimoiy tarmoqlarda (LinkedIn, Facebook, Instagram) faol marketing;
- Xalqaro ko'rgazma va yarmarkalarda qatnashish;
- Brendingga e'tibor – "Made in Uzbekistan" belgisini ilgari surish. Raqamli marketing xarajatlarni kamaytiradi va keng auditoriyaga yetib borish imkonini beradi.

Logistika va bojxona jarayonlari Samarali logistika tizimi eksport xarajatlarini kamaytirish va yetkazib berish muddatlarini qisqarishga yordam beradi:

- Transport turini to'g'ri tanlash (avtomobil, temir yo'l, havo, dengiz);
 - Bojxona hujjatlarini to'g'ri tayyorlash;
 - Incoterms shartlarini to'g'ri qo'llash (FOB, CIF, DDP);
 - Professional bojxona brokerlari va logistik kompaniyalar bilan ishlash.
- O'zbekiston mintaqada tranzit mamlakat sifatida strategik joylashgan va logistik afzalliklarga ega.

Davlat qo'llab-quvvatlash dasturlaridan foydalanish O'zbekiston hukumati eksport qiluvchilar uchun qator imtiyozlar va qo'llab-quvvatlash choralari taqdim etadi:

- Eksport krediti va imtiyozli moliyalashtirish;
- Soliq imtiyozlari (QQS dan ozod qilish);
- Bojxona to'lovlaridan ozod etish (eksport yo'naltirilgan ishlab chiqarish uchun);
- Bepul treninglar va konsalting xizmatlari;
- Xalqaro ko'rgazmalarda ishtirok uchun qo'llab-quvvatlash;
- Sertifikatlash xarajatlarini qisman qoplash. Mahalliy tadbirkorlar ushbu imkoniyatlardan to'liq foydalanishlari kerak.

Innovatsiya va zamonaviy texnologiyalar Raqamlashtirish va innovatsion texnologiyalar eksport faoliyatini yanada samarali qiladi:

- ERP tizimlaridan foydalanish – ishlab chiqarish va logistikani boshqarish;
- CRM tizimlari – mijozlar bilan munosabatlarni samarali boshqarish;
- Sun'iy intellekt va big data – bozor trendlarini tahlil qilish;
- Elektron to'lov tizimlari – xalqaro tranzaksiyalarni tezlashtirish.

Texnologiyalarni joriy etish boshlang'ich xarajatlarni talab qiladi, ammo uzoq muddatda samaradorlikni oshiradi va xarajatlarni kamaytiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Eksport faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-4707-son Qarori, 2020-yil 7-may.
2. Kotler, P., Keller, K.L., & Chernev, A. (2022). Marketing Management (16th ed.). Pearson Education.
3. Porter, M.E. (1998). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press. (Original work published 1985)
4. World Trade Organization (2024). World Trade Statistical Review. WTO Publications.
5. Cavusgil, S.T., Knight, G., & Riesenberger, J.R. (2020). International Business: The New Realities (5th ed.). Pearson.
6. O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi (2020-2025). Tashqi savdo statistikasi. www.stat.uz
7. International Trade Centre (2024). SME Competitiveness Outlook: Connecting to Compete. ITC Publications.
8. Hill, C.W., & Hult, G.T. (2023). Global Business Today (12th ed.). McGraw-Hill Education.
9. Tashqi Iqtisodiy Faoliyat va Investitsiyalar Vazirligi (2022). Eksport rivojlantirish strategiyasi 2022-2026. Rasmiy hujjat.
10. Hollensen, S. (2023). Global Marketing (9th ed.). Pearson Education Limited.