

**TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR
BERUVCHI DSc.03/30.12.2020.I.16.02 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

**Qo'lyozma huquqida
UDK: 339.138:339.564(575.1)**

JIYAMURATOV RUSTAM NURIDINOVICH

**KORXONADA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHNING
MARKETING STRATEGIYALARI**

08.00.11 - Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) darajasini olish uchun tayyorlangan
DISSERTATSIYA**

**Ilmiy rahbar: Xolmamatov D.H.
iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, professor**

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

Kirish.....	3
I Bob. Korxona eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalarini ishlab chiqishning nazariy-uslubiy asoslari.....	13
1.1. Korxona eksport salohiyatini oshirishga oid nazariy yondashuvlar....	13
1.2. Korxona eksport salohiyatini baholashning uslubiy asoslari.....	28
1.3. Korxona eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalarini ishlab chiqishning o'ziga xos xususiyatlari.....	49
1-bob bo'yicha xulosa	67
II Bob. Korxonalar eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish holatining tahlili.....	69
2.1. O'zbekistonda eksport rivojlanishining asosiy tendensiyalari.....	69
2.2. Korxonalarining eksport salohiyati va raqobatbardoshligini tahlil qilish.....	81
2.3. Korxonalarining hududiy eksport salohiyatini oshirishdagi imkoniyatlari tadqiqi.....	95
2-bob bo'yicha xulosa	107
III Bob. Korxona eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish.....	109
3.1. Korxona eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlari va yo'nalishlari.....	109
3.2. Korxona eksport salohiyatini oshirish bo'yicha marketing strategiyasini ishlab chiqish.....	122
3.3. Samarqand viloyatining hududiy eksport salohiyatini oshirishni ekonometrik pognozlash.....	132
3-bob bo'yicha xulosa	145
Xulosa	146
Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati	151
Ilovalar.....	162

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Global raqobatning kuchayib borishi sharoitida fan, raqamli texnologiya va innovasiyalar har qanday mamlakat milliy iqtisodiyotining raqobatbardoshligi va barqaror rivojlanishining asosiy omillari sifatida tobora ko‘proq e‘tirof etilmoqda. Mamlakatlarning jahon iqtisodiyotidagi o‘rni innovasiyalar, yuqori qo‘shilgan qiymatli tovarlar ishlab chiqarish va eksport qilish hajmi bilan belgilanmoqda. 2024 yil jahon tovarlar savdosi hajmi 2,9 % va xizmatlar savdosi 6,8 foizga o‘rdi. Jahon yalpi ichki mahsuloti bozor ayirboshlash kurslarida 2,8 foizga o‘rib Pandemiyadan keyingi tiklanishni hisobga olmaganda 2017 yildan beri birinchi yil bo‘ldi. Demak, tovarlar savdosi o‘sishi ishlab chiqarishdan yuqori bo‘lganligini ko‘rsatadi. Qiymat jihatidan jahon tovarlari eksporti 2 foizga oshib 24,43 trillion AQSH dollarini tashkil etdi, bu esa eksport va import o‘rtacha narxlari pasayganini ko‘rsatadi. Xizmatlar eksporti 9 foizga o‘rib 8,69 trillion AQSH dollarini tashkil etdi, bu esa bir qator tarmoqlar bo‘yicha kuchli talabni aks ettiradi¹.

Jahonda korxonalar eksport salohiyatini oshirish bo‘yicha alohida marketing strategiyalarini ishlab chiqish, jahon bozorlaridagi talabni va raqobatni o‘rganish, global logistika tarmog‘ini yaratish, eksport tovarlar sifatini oshirish va brendni tanitish, raqamli marketing va onlayn savdo platformalari orqali global bozorlarga kirish imkoniyatlari bo‘yicha qator ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Ayniqsa, Xitoy Xalq Respublikasi, Germaniya va Janubiy Koreya Respublikalarida eksport tovarlar jozibadorligini oshirish va jahon bozorlaridagi muvaffaqiyatli pozitsiyalarni mustahkamlash borasida olib borayotgan ilmiy ishlari korxonalar eksport salohiyatini oshirish borasida alohida ahamiyatga ega.

Yangi O‘zbekistonda iqtisodiy o‘rinishning muhim omili sifatida eksportni rivojlantirishga alohida e‘tibor qaratilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-158-sonli Farmoni bilan tasdiqlangan

¹ https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook25_e.pdf

“O‘zbekiston-2030” strategiyasining 55-maqsadida “Milliy iqtisodiyotning eksport salohiyatini kuchaytirish va uning tarkibida qo‘shilgan qiymati yuqori bo‘lgan mahsulotlar ulushini keskin oshirish” maqsadi belgilangan. 2030-yilgacha eksport hajmini 2 barobar oshirish va 45 milliard dollarga yetkazish, eksportchi korxonalar sonini 6,5 mingtadan 15 mingga yetkazish, eksport tarkibida tayyor va yarim tayyor mahsulotlar hajmini 3,3 barobar ko‘paytirish, Yevropa davlatlariga GSP+ va boshqa tizimlari doirasida tayyor va texnologik mahsulotlar eksportini kengaytirish, dunyoning 50 ta nufuzli brendlari bilan maxsus iqtisodiy zonalar tashkil etish, “Yangi O‘zbekiston – raqobatbardosh mahsulotlar yurti” g‘oyasi asosida milliy brendlarni xorijiy bozorlarga olib chiqadigan eksportchilarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlash vazifalari belgilangan². Mazkur vazifalarning samarali ijrosini ta‘minlash mamlakatdagi korxonalar eksport salohiyatini oshirishda marketing strategiyalarini ishlab chiqish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishni taqozo etadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 21-fevraldagi PF-37-son ““O‘zbekiston-2030” strategiyasini “Yoshlar va biznesni qo‘llab-quvvatlash yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida”, 2023-yil 11-sentyabrdagi PF-60-son “O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-son, 2022-yil 28-yanvardagi “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”, 2021-yil 7-sentyabrdagi PF-6306-son “Eksportchi korxonalarni rag‘batlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”, 2020-yil 21-oktyabrdagi PF-6091-son “Eksport faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashni yanada kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmonlari, 2021-yil 13-iyuldagi PQ-5184-son “Eksport faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashni yanada kuchaytirish to‘g‘risida”, 2020-yil 7-maydagi PQ-4707-son “Eksport faoliyatini yanada qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorlari hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan

² O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi ““O‘zbekiston-2030” strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-158-sonli Farmoni// www.lex.uz

vazifalarni amalga oshirishda mazkur dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. “Demokratik va huquqiy jamiyatni ma’naviy axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovasion iqtisodiyotni shakllantirish” ustuvor yo‘nalishlariga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Mamlakat, hudud va korxonalar eksport salohiyatini oshirishning nazariy-uslubiy asoslari va marketing strategiyalarini qo‘llashning ilmiy jihatlari bo‘yicha xorijiy olimlardan Nora Lado, Ester Martinez Ros, Ana Valenzuela, Bianchi Constanza, Garcia Rodrigo, Vu Yanrui, Bibek Ray Chaudhuri, Debottam Chakraborty, Vipin Sharma, Anand Sharma, Alen Mulabdic, Pinar Yasar va boshqalarning ilmiy asarlarida tadqiq etilgan³.

MDH olimlaridan S.Dubkov, S.Dadalko, D.Fomenok, A.I.Volkova, I.A.Karachev, S.S.Morozov, P.V.Manin, S.A.Bagratuni, A.P.Gevrasyova, E.V.Sapir, A.G.Shmuratkina, N.O.Yakushev, M.A.Nikolaev, M.Yu.Maxotaeva, A.Abdimominova va boshqalarning ilmiy ishlarida korxona eksport salohiyatini oshirishning nazariy, ilmiy-uslubiy jihatlari o‘rganilgan⁴.

³ Nora Lado, Ester Marti‘nez Ros and Ana Valenzuela. Identifying successful marketing strategies by export regional destination. *International Marketing Review*, 2014, 21(6):573-597 pp., Bianchi, Constanza and Garcia, Rodrigo (2007) Export Marketing Strategies of an Emerging Country: An Exploratory Study of the Main Challenges and Factors Leading to Success for Chilean Food Exporters. *Journal of Food Products Marketing* 13(3):pp. 1-19., Wu Yanrui (2003): “Export Potential and Its Determinants among the Chinese Regions”, School of Economics and Commerce, University of Western Australia, 35 Stirling Highway, Crawley WA 6009, Australia., Bibek Ray Chaudhuri, Debottam Chakraborty. Export Potential at the State-Level: A Case Study of Karnataka. *Indian Institute of Foreign Trade*. 2010, 1-26 pp., Vipin Sharma, Anand Sharma. An analysis of India’s export potential in South Asia under SAFTA. *Journal of Social Economics Research*. 2023, 59-68 pp., Alen Mulabdic and Pinar Yasar. Gravity Model–Based Export Potential: An Application to Turkey. *Macroeconomics, Trade and Investment Global Practice*. 2021, 2-35 pp.

⁴ Дубков С., Дадалко С., Фоменок Д. Формирование и оценка экспортного потенциала промышленных предприятий. *Банкаўскі веснік, КАСТРЫЧНИК*, 2011. 29-35 с., Волкова А.И., Карачев И.А. Факторы роста экспортного потенциала малого инновационного предприятия. *Вестник финансового университета*. 2016. 31-38 с., Морозов С.С. Методики оценки экспортного потенциала предприятия. – М.: ЭКСМО, 2018. – 133 с., Манин П.В. Методика комплексной оценки экспортного потенциала промышленного предприятия // *Научное обозрение*. – 2019. – № 11-3. – С. 838-840., Багратуни С.А. Методический подход к реализации экспортного потенциала предприятий обрабатывающей промышленности. *ДИССЕРТАЦИЯ* на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Санкт-Петербург 2024 г., Геврасёва А.П. Теоретико-