

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY TA‘LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida

UDK: 339.138:339.9(575.1)

AKRAMOV BO‘RIBEK FAXRIDDIN O‘G‘LI

**KORXONALARNING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATIDA
MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.11 – Marketing

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun
yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: i.f.d., prof. Axmedov Ikrom Akramovich

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

	KIRISH	3
I bob.	KORXONALARNING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNING NAZARIY VA USLUBIY ASOSLARI.....	13
1.1.	Tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyasidan foydalanishning ilmiy-nazariy jihatlar.....	13
1.2.	Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlari.....	23
1.3.	Korxonalarining xalqaro bozorlarga yo‘naltirilgan marketing strategiyalaridan foydalanish bo‘yicha xorijiy mamlakatlar tajribalari va ulardan O‘zbekistonda foydalanish imkoniyatlari.....	34
	Birinchi bob bo‘yicha xulosa.....	51
II bob.	KIMYO SANOATI KORXONALARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI.....	53
2.1.	Kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyati tahlili.....	53
2.2.	Kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish holati tahlili.....	65
2.3.	Korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlarini baholash...	83
	Ikkinchi bob bo‘yicha xulosa.....	92
III bob.	KIMYO SANOATI KORXONALARI TASHQI IQTISODIY FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	93
3.1.	Kimyo sanoati korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatida maqsadli marketing strategiyalarini tanlashning uslubiy yondashuvlarini ishlab chiqish.....	93
3.2.	Jozibali va muqobil xorijiy bozorlarga chiqish bo‘yicha marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirish	122
3.3.	O‘zbekiston kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyat eksport salohiyatini oshirish istiqbollari.....	134
	Uchinchi bob bo‘yicha xulosa.....	147
	XULOSA.....	149
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	154
	ILOVALAR.....	163

KIRISH

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon mamlakatlarida sanoatni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari davlatlarning ijtimoiy-iqtisodiy tizimlariga bog‘liq bo‘lib, bu borada marketing strategiyalaridan samarali foydalanishning ahamiyati ortib bormoqda. Kimyo sanoati korxonalarida marketing strategiyasidan foydalanishning yangi yo‘nalishlarini topish, mahsulotlarni maqsadli assortimenti, bozori va sotishning yangicha usullaridan foydalanish orqali rivojlanishga e‘tibor qaratilmoqda. “Jahonda kimyo sanoati doimiy va dinamik rivojlangan sanoat tarmog‘i sifatida tan olinib, umumiy bozor hajmi 2024-yilda 5,2 trillion AQSh dollarini tashkil etib, 2025–2030-yillarda o‘rtacha o‘sish sur‘ati 7,3 foiz bo‘lishi prognoz qilinmoqda. Kimyo sanoatida mahsulotlarga bo‘lgan talab, elektron tijorat va raqamli marketing vositalari asosida yuqori darajada talabni shakllanishi kuzatilmoqda”¹. Kimyo sanoat korxonalarini tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyasidan foydalanishning yangi yo‘nalishlarini topish, mahsulotlarni maqsadli assortimenti, bozori va sotishning yangicha usullaridan foydalanish orqali rivojlanishga ustuvor ahamiyat qaratilmoqda.

Jahon miqyosida kimyo sanoatini rivojlanishida marketingning zamonaviy strategiyalarini qo‘llash, innovatsion usul va vositalardan foydalanish, ijtimoiy va xulq-atvor iqtisodiyotiga yo‘naltirilgan biznes modellarning tarmoqqa joriy etilishi raqobatda ustunlikni ta‘minlashning ustuvor konsepsiyalariga aylanmoqda. Shunday sharoitda kimyo sanoatida xalqaro marketing strategiyalari doirasida eksport qilish, litsenziyalash, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar, hamkorlikda korxona tuzish, franchayzing, elektron savdo, xalqaro strategik hamkorlar hamda shartnoma asosida ishlab chiqarish strategiyalaridan foydalanish asosida mijozlar xulq-atvori va xususiyatlariga tezkor moslashish imkonini beradigan marketing texnologiyalaridan foydalanish bo‘yicha tadqiqotlar amalga oshirilmoqda.

O‘zbekistonda korxonalarning tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish maqsadida eksport bozorlarini

¹ <https://www.statista.com/topics/6213/chemical-industry-worldwide/#topicOverview>

diversifikatsiya qilish, raqobatbardosh mahsulotlar ulushini oshirish va tashqi bozorda milliy brendlarni ilgari surishga qaratilgan qator vazifalar belgilanib, amaliy chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, tashqi bozorlar konyunkturasini tizimli o'rganish va raqamli marketing instrumentlarini joriy etish orqali maqsadli eksport strategiyalari ishlab chiqilmoqda, "Made in Uzbekistan" milliy brendini ilgari surish kompaniyalari tashkil etilmoqda, xalqaro savdo ko'rgazmalarida ishtirok kengaytirilmoqda hamda eksport qiluvchi korxonalarga logistika va sertifikatlash bo'yicha davlat ko'magi ko'rsatilmoqda. Shu bilan birga, xalqaro marketingda raqamli platformalardan foydalanish va elektron tijoratni rivojlantirish sohasida tarkibiy islohotlar amalga oshirilmoqda². O'zbekiston kimyo sanoati korxonalari tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyalaridan foydalanish, mijozlarga yo'naltirilgan konsepsiyalar asosida tashkil etish, Marketing 5.0 konsepsiyalari doirasida sun'iy intellektga asoslangan texnologiyalardan foydalanish korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyasini ishlab chiqishning uslubiy asoslarini takomillashtirish va marketing strategiyasidan foydalanish imkoniyatlarini oshirish bo'yicha ko'pgina ilmiy tadqiqotlar olib borishga ustuvor yo'nalish sifatida qaralmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-son "“O'zbekiston – 2030” strategiyasi to'g'risida”, 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son “2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida”, 2023-yil 7-sentabrdagi PF-6306-son “Eksportchi korxonalarni rag'batlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”, 2023-yil 15-avgustdagi PF-140-son “O'zbekiston Respublikasining milliy qonunchiligi jahon savdo tashkiloti bitimlariga uyg'unlashtirilishi munosabati bilan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining ayrim hujjatlariga o'zgartirishlar kiritish to'g'risida”, 2020-yil 7-maydagi PF-4707-son “Eksport faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida”gi farmonlari, 2022-yil 24-yanvardagi PQ-99-son “Respublikada ishlab chiqarishni rivojlantirish va sanoat

² O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar, sanoat va savdo vazirligining 2023-yil yakuniy hisoboti, 2024. URL: <https://miit.uz>

kooperatsiyasini kengaytirishning samarali tizimini yaratish chora-tadbirlari to'g'risida", 2021-yil 13-fevraldagi PQ-4992-son "Kimyo sanoati korxonalarini yanada isloh qilish va moliyaviy sog'lomlashtirish, yuqori qo'shilgan qiymatli kimyoviy mahsulotlar ishlab chiqarishni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2017-yil 29-avgustdagi PQ-3246-son "Kimyo sanoati tashkilotlarining eksport-import faoliyatini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlari, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 30-martdagi 167-son "O'zbekiston Respublikasida eksportni moliyaviy qo'llab-quvvatlashni yanada kengaytirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2020-yil 9-iyuldagi 432-son "O'z kimyosanoat" AJ tarkibidagi tashkilotlarning aktivlaridan samarali foydalanish hamda moliyaviy holatini sog'lomlashtirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorlari va boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda mazkur dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot ishi respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

Tadqiqot mavzusining o'rganilganlik darajasi. Kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish bilan bog'liq muammolar F.Kotler, M.Porter, R.Rassel, B.Render, K.Xaksever, A.Vaymerskix, S.Djorjd, I.Ansoff singari xorijiy olimlar tomonidan o'rganilgan³. Ular tomonidan korxonalarda marketing strategiyalarini tashkil qilishning umumiy masalalari bilan birga tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyalarini ishlab

³ Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2008). Principles of Marketing (5th European Edition). Pearson Education Limited; Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press. Haksever, C., Render, B., Russell, R. S., & Murdick, R. G. (2000); Service Management and Operations (2nd ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall; George, S., & Weimerskirch, A. (1998). Total Quality Management: Strategies and Techniques Proven at Today's Most Successful Companies. New York: John Wiley & Sons; Ansoff, H. I. (1988). The New Corporate Strategy. New York: John Wiley & Sons;

chiqishning ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirish bo'yicha tadqiqotlar olib borilgan.

Mustaqil hamdo'stlik davlatlarida korxonalarda marketing strategiyalarining nazariy asoslari, xalqaro bozorlarga chiqish bilan bog'liq muammolar I.S.Berezin, F.Bukerel, A.Dayan, A.Vaysman, Ye.P.Golubkov, T.P.Danko, Dikson R. Piter kabi olimlar tomonidan o'rganilgan⁴.

O'zbekistonda korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish masalalari M.R.Boltabayev, Sh.Dj.Ergashxodjayeva, Yo.K.Kariyeva, A.Sh.Bekmurodov, T.A.Akromov, B.B.Berkinov, I.A.Axmedov, K.Xaydarova, D.Parpiyev⁵ singari olimlar tomonidan tadqiq etilgan. Yuqorida nomlari qayd etilgan olimlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlar muhim ilmiy-uslubiy manba hisoblanadi, kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy salohiyati, tashqi bozorlarda eksport faoliyatini rivojlantirishda marketing strategiyalarini samarali joriy etish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar amalga oshirilgan. Biroq, kimyo sanoatidagi yirik korxonalarning tashqi bozorlarga chiqishi va eksport salohiyatini oshirish masalalari mustaqil tadqiqotlar doirasida yetarlicha

⁴ Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. – М.: Русская Деловая Литература, 1999., Букерел Ф. Изучение рынков // Академия рынка: маркетинг / Пер. с фр. А.Дайан, Ф. Букерел, Р.Ланкар и др. – М.: Экономика, 1993., Дайан А. Промышленный маркетинг // Академия рынка: маркетинг / Пер. с фр. – М.: Экономика, 1993. - С. 201-282., Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / Пер. с нем. – М.: ОА «Интерэксперт»; Экономика, 1995., Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. – М.: Издательство «Финпресс», 1998., Данко Т.П. Управление маркетингом (методологический аспект). – М.: ИНФРА-М, 1997, Диксон Р. Питер. Управление маркетингом / Пер. с англ. – М.: ЗАО Издательство «БИНОМ», 1998.

⁵ Boltaboyev M. R va boshqalar. Marketing: O'quv qo'llanma. – O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005. – 122 bet; Ergashxodjayeva Sh.D., Dadaboyev K.A., Salixova N.M. Sanoat marketingi: o'quv qo'llanma. – Toshkent: TDIU, 2014. – 231 b; Karriyeva Ya.K. Tashqi iqtisodiy faoliyatda transport ta'minoti: darslik. – Toshkent: TDIU, 2010; Bekmurodov, A. Sh. Ommabop iqtisodiyot: mohiyati va asosiy tushunchalar. Ilmiy-ommabop nashr. Toshkent: Iqtisodiyot, 2010. – 93 b; Akromov T.A. Avtomobil sanoati korxonalarida marketing strategiyalarini takomillashtirish. 08.00.11 – Marketing (iqtisodiyot fanlari). Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi. Toshkent shahri – 2018 yil; Berkinov, B. B. Institutsional iqtisodiyot. 2-to'ldirilgan va qayta ishlangan nashri. Toshkent: TDIU, 2023. – 468 bet; Axmedov, I. A. (2023). “Значение международного маркетинга в развитии внешнеэкономической деятельности”. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar (Economics and Innovative Technologies), 4/2023. DOI: 10.55439/EIT/vol11_iss4/a45., Axmedov I.A. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishning metodologik jihatlarini takomillashtirish. 08.00.11–Marketing (iqtisodiyot fanlari). Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) dissertatsiyasi. Toshkent shahri – 2021-yil; Xaydarova K.A. Kimyo korxonalarida marketing tadqiqotlarini tashkil etishni takomillashtirish. 08.00.11–Marketing (iqtisodiyot fanlari). Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi. Toshkent shahri – 2024-yil; Parpiyev D.B O'zbekiston Respublikasi neft-gaz tarmog'i korxonalarining xalqaro marketing strategiyasini takomillashtirish. 08.00.11– Marketing (iqtisodiyot fanlari). Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi. Toshkent shahri – 2024-yil;

amalgga oshirilmagan shunga ko'ra mazkur yo'nalishda ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqotning dissertatsiya bajarilayotgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq FM-1-son "O'zbekistonda makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlash va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni prognozlashning ilmiy-metodik asoslari va usullarini takomillashtirish" mavzusidagi fundamental loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyasidan foydalanishning ilmiy-nazariy jihatlarini tadqiq etish;

tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyasidan foydalanishning o'ziga xos xususiyatlarini ochib berish;

kimyo sanoati korxonalarining xalqaro bozorlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalaridan foydalanishi bo'yicha xorijiy tajribalardan O'zbekiston Respublikasida foydalanish imkoniyatlarini aniqlash;

kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish holatini tahlil qilish;

kimyo sanoati korxonalarining tashqi bozorga chiqishi sharoitida marketing faoliyatiga ta'sir etuvchi omillar ta'sirini tadqiq etish;

kimyo sanoati korxonalarining tashqi bozorlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalaridan foydalanish samaradorligini baholash;

kimyo sanoati korxonalarida innovatsion marketing strategiyalaridan samarali foydalanish yo'llarini taklif etish;

muqobil xorijiy bozorlarga chiqish bo'yicha marketing strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish yo'llarini ko'rsatib berish;

kimyo sanoati korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish samaradorligini oshirish bo'yicha taklif va tavsiyalar berish.

Tadqiqotning obyekti sifatida O'zbekiston Respublikasi "O'zkimyosanoat" AJ tarkibidagi korxonalarning tashqi iqtisodiy faoliyati olingan.

Tadqiqotning predmetini kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy munosabatlar tashkil etadi.

Tadqiqotning usullari. Dissertatsiyada korrelyatsiya va regressiya tahlili, qiyosiy va tarkibiy tahlil, BCG, ekspert baholash, statistik guruhlash, klasterlash, tanlab tadqiq qilish, umumlashtirish, guruhlash usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko'ra "tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyalari" tushunchasining iqtisodiy mazmuni tashqi bozorlardagi iste'molchi talablarini o'rganish, tashqi muhit omillarini tahlil qilish, eksport-import operatsiyalarini optimallashtirish hamda xalqaro savdo muomalasida uzoq muddatli va barqaror hamkorlikni ta'minlashda turli darajadagi tashqi iqtisodiy manfaatlarni hisobga oluvchi marketing vositalari va strategik qarorlar tizimi jihatidan takomillashtirilgan;

kimyo sanoati korxonalarining xalqaro bozorlardagi faoliyat indikatorlari qiymatlari asosida xorijiy mamlakatlar bozoriga kirib borishga qaratilgan eksport, franchayzing, litsenziyalash, qo'shma korxona tuzish, to'g'ridan-to'g'ri investitsiya, elektron savdo, xalqaro strategik hamkorlik, shartnoma asosida ishlab chiqarish bo'yicha marketing strategiyalarining ($0,36 \leq SI \leq 0,6$) maqbul chegarasini tanlash asoslangan;

kimyo mahsulotlari eksport imkoniyatlarini mamlakatlar bo'yicha BCG portfel tahliliga asoslangan yondashuvga ko'ra eksportdagi ulushini ($0,7 \leq BI \leq 25,3$) va ($25,3 \leq BI \leq 51,5$) oraliq mezonlarga ko'ra oshirishda marketingning xarajatlar bo'yicha ustunlik, differentsiatsiya, fokusli strategiyalaridan foydalanish taklifi asoslangan;

O'zbekiston kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlariga ta'sir ko'rsatuvchi ko'p omilli ekonometrik model asosida 2030-yilga qadar asosiy prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

kimyo sanoati korxonalarining xalqaro marketing strategiyalari bo'yicha milliy iqtisodiyotdagi o'rni va miqdori, hajmi, diversifikatsiya va internatsionallik darajasida guruhlash uslubi taklif etilgan;

kimyo sanoati korxonalarining marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etish bosqichlari asoslangan;

milliy kimyo sanoati korxonalarida tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish va eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish uchun korxonalarni noan'anaviy marketing strategiyalarini ishlab chiqish modeli tavsiya etilgan;

kimyo sanoati korxonalari eksport salohiyatini oshirish va uni boshqarishning innovatsion marketing strategiyalari taklif etilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Tadqiqotda qo'llanilgan yondashuv va usullarning maqsadga muvofiqligi, ekonometrik va matematik usullarning asoslanganligi, statistik ma'lumotlarning O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari hamda boshqa rasman e'lon qilingan amaliy ma'lumotlar tahliliga asoslangani va tegishli xulosa, takliflarning mutasaddi tashkilotlar tomonidan amaliyotga joriy etilganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati tashqi iqtisodiy aloqalarda marketing strategiyalarining zarurligi, uning tarkibi, asosiy funksiyalari va vazifalari hamda iqtisodiy o'sishga ta'sirining zamonaviy omillarini guruhlash, milliy ishlab chiqaruvchilarning tashqi bozordagi eksport imkoniyatlarini kengaytirishga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, milliy kompaniyalar faoliyatiga tashqi iqtisodiy muhitning ta'siri va mavjud muammolar aniqlanib, tashqi bozorga moslashish jarayonida marketing strategiyasini muvofiqlashtirish, undan samarali foydalanish bo'yicha qarorlar qabul qilish va

zamonaviy uslubiy yondashuvni qo'llashda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati kimyo mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni tashqi bozordagi faoliyatining o'ziga xos xususiyatlari belgilab beriladi, ularning strategik marketing xususiyatlarini tizimlashtirilgan holda baholashda, tashqi bozorga yangi mahsulotlarni chiqarish va xalqaro marketing strategiyalarini samarali joriy etishda tadbirkorlik tafakkurini shakllantirish yo'llari va ular asosida istiqbolli dasturlarni shakllantirish, shuningdek, nazariy va statistik materiallardan oliy ta'lim muassasalarida "Strategik marketing", "Marketing tadqiqotlari", "Xalqaro marketing", "Tashqi iqtisodiy faoliyatni boshqarish" va "Tashqi iqtisodiy faoliyat strategiyasi" kabi fanlarni o'qitishda keng foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Korxonalarning tashqi iqtisodiy faoliyatidan marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha olingan natijalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko'ra "tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyalari" tushunchasining iqtisodiy mazmunini tashqi bozorlardagi iste'molchi talablarini o'rganish, tashqi muhit omillarini tahlil qilish, eksport-import operatsiyalarini optimallashtirish hamda xalqaro savdo muomalasida uzoq muddatli va barqaror hamkorlikni ta'minlashda turli darajadagi tashqi iqtisodiy manfaatlarni hisobga oluvchi marketing vositalari va strategik qarorlar tizimi jihatidan takomillashtirish yuzasidan nazariy va uslubiy ishlanmalardan oliy o'quv yurtlari talabalari uchun tavsiya etilgan "Marketing strategiyasi va innovatsiyalar" nomli o'quv qo'llanmani tayyorlashda foydalanilgan (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektorining 2023-yil 14-iyuldagi 228-sonli buyrug'i). Mazkur taklifning joriy etilishi natijasida talabalarda turli darajadagi tashqi iqtisodiy manfaatlarni hisobga oluvchi marketing vositalari va strategik qarorlar tizimi jihatidan takomillashtirilgan "tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing strategiyalari" tushunchasi bo'yicha nazariy bilimlarni kengaytirish imkoni yaratilgan;

kimyo sanoati korxonalarining xalqaro bozorlardagi faoliyat indikatorlari qiymatlari asosida xorijiy mamlakatlar bozoriga kirib borishga qaratilgan eksport, franchayzing, litsenziyalash, qo'shma korxona tuzish, to'g'ridan-to'g'ri investitsiya, elektron savdo, xalqaro strategik hamkorlik, shartnoma asosida ishlab chiqarish bo'yicha marketing strategiyalarining ($0,36 \leq SI \leq 0,6$) maqbul chegarasini tanlash taklifi "O'zkimyosanoat" AJ korxonalari faoliyatiga joriy etilgan. ("O'zkimyosanoat" AJning 2025-yil 2-apreldagi 22-849-son ma'lumotnomasi). Mazkur taklifning joriy etilishi natijasida tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish va eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish uchun kimyo sanoati korxonalari o'zlari uchun kerakli va samarali bo'lgan optimal marketing strategiyalari tanlab olingan, jumladan, "Maxam-Chirchiq" AJda Tojikiston bozori uchun samarali strategiyalar orqali 2024-yilda 2023-yilga nisbatan eksport hajmi 5,9 foizga o'sgan;

kimyo mahsulotlari eksport imkoniyatlarini mamlakatlar bo'yicha BCG portfel tahliliga asoslangan yondashuvga ko'ra eksportdagi ulushini ($0,7 \leq BI \leq 25,3$) va ($25,3 \leq BI \leq 51,5$) oraliq mezonlarga ko'ra oshirishda marketingning xarajatlar bo'yicha ustunlik, differensiatsiya, fokusli strategiyalaridan foydalanish taklifi "O'zkimyosanoat" AJ korxonalari faoliyatiga joriy etilgan ("O'zkimyosanoat" AJning 2025-yil 2-apreldagi 22-849-son ma'lumotnomasi). Mazkur taklifning joriy etilishi natijasida "O'zkimyosanoat" AJda xarajatlar bo'yicha ustunlik, differensiatsiya, fokusli strategiyalar samaradorligini baholash orqali foydani oshirish imkoni yaratilib, shuningdek, "Maxam-Chirchiq" AJning mahsulot eksport qilishdagi marketing xarajatlarini 2024-yilda 2023-yilga nisbatan 11,9 foiz qisqartirishga erishilgan;

O'zbekiston kimyo sanoati korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlariga ta'sir ko'rsatuvchi ko'p omilli ekonometrik model asosida 2030-yilga qadar ishlab chiqilgan asosiy prognoz ko'rsatkichlaridan foydalanish taklifi "O'zkimyosanoat" AJ korxonalari faoliyatiga joriy etilgan ("O'zkimyosanoat" AJning 2025-yil 2-apreldagi 22-849-son ma'lumotnomasi). Mazkur taklifning joriy etilishi natijasida kimyo sanoati

korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatida marketing strategiyalaridan foydalanish imkoniyatlariga ta'sir ko'rsatuvchi ko'p omilli ekonometrik model ko'rsatkichlari asosida kimyo korxonalarining asosiy faoliyatini istiqbol ko'rsatkichlari o'rtasidagi muvofiqlikni ta'minlash imkoni yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari 2 ta xalqaro va 2 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarda muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 9 ta ilmiy ish, jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasi tomonidan tavsiya etgan ilmiy jurnallarda: 2 ta nufuzli xorijiy jurnalda va 3 ta mahalliy jurnallarda ilmiy maqolalar nashr etilgan.

Tadqiqotning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya kirish, uchta bob, xulosa va foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati hamda ilovalardan iborat bo'lib, 153 betni tashkil etadi.