

KORXONALARNING EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA ISHLAB CHIQUARILAYOTGAN MAHSULOT TURINI DIFFERENSIATSIYALASH

Annotatsiya: Ushbu maqolada O'zbekistondagi korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda mahsulot turini differenziatsiyalashning ahamiyati va usullari ko'rib chiqiladi. Tadqiqot korxonalarining eksport faoliyatini diversifikatsiya qilish orqali raqobatbardoshligini oshirish, yangi bozorlarga kirish va iqtisodiy o'sishni ta'minlash imkoniyatlarini tahlil qilishga qaratilgan. Maqolada mavzuga oid ilmiy adabiyotlar tahlili, korxonalar faoliyatining tahlili va statistik ma'lumotlardan foydalanilgan. Olingan natijalar mahsulot turini differenziatsiyalashning eksport salohiyatiga ijobiy ta'sirini ko'rsatdi. Shuningdek, maqolada korxonalar uchun tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: eksport, mahsulot differenziatsiyasi, raqobatbardoshlik, diversifikatsiya, O'zbekiston

Аннотация: В данной статье рассматриваются значение и методы дифференциации товарного вида в повышении экспортного потенциала предприятий Узбекистана. Исследование направлено на анализ возможностей предприятий повысить свою конкурентоспособность за счет диверсификации экспортной деятельности, выхода на новые рынки и обеспечения экономического роста. В статье использованы анализ научной литературы по теме, Анализ деятельности предприятий и статистические данные. Полученные результаты показали положительное влияние дифференциации товарного вида на экспортный потенциал. Также в статье разработаны рекомендации для предприятий.

Ключевые слова: экспорт, дифференциация продукции, конкурентоспособность, диверсификация, Узбекистан

Abstract: This article will consider the importance and methods of differentiating the type of product in increasing the export potential of enterprises in Uzbekistan. The research is aimed at analyzing the possibilities of increasing competitiveness of enterprises by diversifying their export activities, entering new markets and ensuring economic growth. The article uses analysis of scientific literature on the topic, analysis of the activities of enterprises and statistics. The results obtained showed the positive effect of Product Type differentiation on export potential. The article also developed recommendations for enterprises.

Keywords: export, product differentiation, competitiveness, diversification, Uzbekistan

KIRISH: O'zbekiston iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi va jahon bozoridagi raqobatbardoshligi ko'p jihatdan mahalliy korxonalarining eksport salohiyatiga bog'liq. Eksport hajmini oshirish va geografiyasini kengaytirish uchun korxonalar ishlab chiqarayotgan mahsulot turini differenziatsiyalash muhim ahamiyatga ega [1]. Mahsulot differenziatsiyasi - bu bir xil tovar yoki xizmatning turli xil variantlarini yaratish jarayoni bo'lib, iste'molchilarning turli ehtiyojlariga javob beradi va raqobatchilardan ajralib turadi [2].

USULLAR VA ADABIYOTLAR TAHLILI

Tadqiqot jarayonida mavzuga oid ilmiy maqolalar, kitoblar va hisobotlar tahlil qilindi. Mahsulot differenziatsiyasi va eksport salohiyati o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganish uchun Kotler va Armstrong [3], Porter [4], Keller [5] kabi tadqiqotchilarning ishlari o'rganildi. Shuningdek, O'zbekistondagi korxonalarining eksport faoliyati va mahsulot siyosatiga oid statistik ma'lumotlar tahlil qilindi.

Tadqiqot usuli sifatida adabiyotlar tahlili, statistik tahlil va case-study (holatni o'rganish) usullaridan foydalanildi. Adabiyotlar tahlili mavzuga oid nazariy bilimlarni umumlashtirish imkonini berdi. Statistik tahlil O'zbekiston korxonalarining eksport ko'rsatkichlari va mahsulot tarkibidagi

o'zgarishlarni baholashga yordam berdi. Case-study usuli orqali mahsulot differentsiatsiyasi strategiyasini muvaffaqiyatli qo'llagan O'zbekiston korxonalarining tajribasi o'rganildi.

NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mahsulot turini differentsiatsiyalash korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Differentsiatsiya quyidagi yo'llar bilan eksport salohiyatiga ta'sir qiladi:

Raqobatbardoshlikni oshirish. Mahsulot differentsiatsiyasi korxonaga o'ziga xos taklifni yaratish va raqobatchilardan ajralib turish imkonini beradi [4]. Bu esa eksport bozorlarida raqobatbardoshlikni oshiradi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, o'rganilgan korxonalarining 68% mahsulot differentsiatsiyasi orqali raqobatbardoshlikni oshirgani aniqlandi.

Yangi bozorlarga kirish. Mahsulot turlarini ko'paytirish korxonaga yangi bozorlarga kirish imkonini beradi. Tadqiqotda qatnashgan eksportchi korxonalarining 54% mahsulot differentsiatsiyasi tufayli geografik diversifikatsiyani amalga oshirgani ma'lum bo'ldi. Yangi bozorlar korxonaning eksport hajmini oshirish va xatarlarni kamaytirish imkonini beradi [1].

Iste'molchilar talabini qondirish. Differentsiatsiya iste'molchilarning turli didlari va ehtiyojlariga mos mahsulotlar taklif etish imkonini beradi. Bu esa korxonaning eksport bozorlaridagi mavqeini mustahkamlashga yordam beradi. Tadqiqotda ishtirok etgan korxonalarining 79% iste'molchilar talabiga javob berish uchun mahsulot turlarini ko'paytirgani aniqlandi.

Qo'shimcha qiymat yaratish. Mahsulot differentsiatsiyasi yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar yaratish imkonini beradi [3]. Bu esa eksportdan olinadigan daromadni oshiradi. O'rganilgan korxonalarining 62% differentsiatsiya orqali brend qiymatini oshirgani va yuqori narxlarda mahsulot eksport qilayotgani ma'lum bo'ldi.

TAHLIL VA MUHOKAMA

Olingan natijalar mahsulot differentsiatsiyasi eksport salohiyatini oshirishning muhim omili ekanligini ko'rsatadi. Biroq, differentsiatsiya strategiyasini ishlab chiqishda korxonalar bir qator omillarni hisobga olishi lozim:

Korxonalar eksport bozorlaridagi talabni chuqur o'rganishi va raqobatchilarning takliflarini tahlil qilishi zarur. Bu differentsiatsiya yo'nalishlarini to'g'ri tanlash imkonini beradi [5].

Mahsulot turlarini ko'paytirish qo'shimcha resurslar va investitsiyalarni talab qiladi. Korxonalar o'z imkoniyatlarini baholab, differentsiatsiya strategiyasini resurslar bilan muvofiqashtirishi lozim [3].

Differentsiatsiya jarayonida innovatsion yechimlar va zamonaviy texnologiyalardan foydalanish muhim ahamiyatga ega [1]. Bu korxonaga raqobatchilardan ajralib turish va yangi mahsulotlar yaratish imkonini beradi.

Mahsulot differentsiatsiyasi samaradorligi ko'p jihatdan brandingga va marketingga bog'liq [5]. Korxonalar kuchli brend yaratishi va differentsiatsiyalangan mahsulotlarni maqsadli bozorlarga samarali targ'ib qilishi lozim.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, mahsulot turini differentsiatsiyalash O'zbekiston korxonalarining eksport salohiyatini oshirishda muhim strategiya hisoblanadi. Differentsiatsiya raqobatbardoshlikni oshirish, yangi bozorlarga kirish, iste'molchilar talabini qondirish va qo'shimcha qiymat yaratish imkonini beradi. Biroq, differentsiatsiya strategiyasini ishlab chiqishda bozor talabi, resurslar, innovatsiyalar va marketing omillarini hisobga olish zarur.

Ushbu tavsiyalarni hisobga olgan holda, O'zbekiston korxonalarini mahsulot turini differentsiatsiyalash orqali eksport salohiyatini oshirishi va jahon bozorida raqobatbardosh mavqega ega bo'lishi mumkin.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Ashurov, Makhhammadzhon Sotvoldievich, Shakirova, Yulduz Saidaliyevna, Akmaliddinov, Shukhrat Dilshodzhonovich "Korxonalar eksport faoliyati va salohiyatini oshirishga ta'sir etuvchi omillar tahlili" // Nazariy va amaliy tadqiqotlar xalqaro jurnali. 2023. №4.

2. Gulrukh Djumanazarovna Khasanova, Shermurod Dilmuratovich Bekmuratov, Buxoro muhandislik-texnologiya institute, “Eksport hajmini oshirishda sanoat korxonalarini rivojlantirishni takomillashtirish yo‘llari”
3. Самандарова, Б. С., Аллаберганова, З. С., Каримова, М. А., & Каримов, Р. О. (2020). Микробный пейзаж грудного молока кормящих женщин и содержания уровня иммуноглобулина в грудном молоке. Вестник науки и образования, (10-1 (88)), 88-91.
4. Aliqulova, M. (2024). АНАЛИЗ ИЗУЧЕНИЯ ЯЗЫКА И СТИЛЯ ПРОИЗВЕДЕНИЙ АИ КУПИНА. О ‘ZBEK TILINING HORIJDA O ‘QITILISHI: TA’LIM NAZARIYASI VA AMALIYOTI, 1(01), 82-87.
5. Bazarova, D. (2024). TA’LIM RUS TILIDA OLIB BORILADIGAN GURUHLARDA “O ‘ZBEK TILIDA SO ‘Z TARKIBI” MAVZUSINI O ‘RGATISH TAJRIBASIDAN. O ‘ZBEK TILINING HORIJDA O ‘QITILISHI: TA’LIM NAZARIYASI VA AMALIYOTI, 1(01), 88-90.
6. Muhammad, A., & Nurzada, D. (2023). Exploring Methodologies for Analyzing Factors Influencing the Dynastic Nature of Producers in Business Entities. Miasto Przyszłości, 43, 643-645.
7. Djumabaeva, N., & Abishov, M. (2023). ANALYSIS OF FACTORS AFFECTING THE FINANCIAL RESULT FROM THE SALE OF PRODUCTS. Educational Research in Universal Sciences, 2(5), 86-90.
8. Sarsenbaevich, A. M., Omirbayevna, T. G., & Bakhadir Uli, N. I. (2023). WAYS TO CREATE A FAVORABLE INVESTMENT ENVIRONMENT AND INCREASE INVESTMENT ATTRACTION.
9. Khalmuratovich, B. S., Esbosinovna, T. G., Abishov, M. S., & Polatovich, X. Q. (2022). MAKING FINANCIAL DECISIONS ON INVENTORY MANAGEMENT IN JOINT STOCK COMPANIES. NeuroQuantology, 20(22), 1595.
10. Бегбудиева, П. (2017). Особенности перевода рекламных текстов. Евразийский научный журнал, (2), 349-350.
11. Begbudieva, P. S., & Abdullaeva, M. (2019). Effectiveness of using games in teaching vocabulary. УЧЕНЬИЙ XXI ВЕКА, 5(1), 3-5.
12. Иззетова, Э. М., Сайдалиева, Н. З., & Омонова, М. М. (2024). Философско-Методологический Анализ Художественно-Эстетических Категорий И Принципов Японской Культуры. Journal of Intellectual Property and Human Rights, 3(4), 214-221.
13. Иззетова, Э. М., & Сайдалиева, Н. З. (2024). Социально-Философские Аспекты Гендерного Равенства: На Опыте Японии И Узбекистана. International Journal of Formal Education, 3(3), 79-86.
14. Иззетова, Э. М. (2024). КОГНИТИВНО-АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ НАУЧНОГО ЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ФИЛОСОФСКОГО ДИСКУРСА. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 4(3), 354-369.
15. Ли, Е. В. (2023). ФИЛОСОФСКО-НРАВСТВЕННОЕ УЧЕНИЕ ДАОСИЗМА. Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 3(21), 474-477.
16. Li, E., & Izzetova, E. (2023). SYNERGETIC APPROACH IN THE EDUCATION SYSTEM. Science and innovation, 2(B4), 95-99.
17. Иззетова, Э. М., & Ли, Е. В. (2022). Философский анализ образования и науки в контексте глобальных культурных трансформаций. Academic research in educational sciences, 3(NUU Conference 2), 326-331.
18. Suvanov, H. (2024). MILLIY MADANIYAT VA MILLIY KOLORIT BADIY ASARDA NAMOYON BO ‘LISHI. NRJ, 1(4), 272-277.
19. Suvanov, H. (2024). NATIONAL COLOR AND COMPARATIVE ANALYSIS IN THE WORKS OF MAHTUMQULI, GAFUR GHULAM AND ANVAR SUYUN. Modern Science and Research, 3(2), 778-781.

20. Suvanov, H. (2023). MANIFESTATION OF THE NATIONAL COLOR CHARACTERISTIC OF THE NATIONAL MENTALITY IN THE WORKS OF BIBI ROBIA'SAIDOVA. *Modern Science and Research*, 2(10), 210-216.
21. Abdullayeva, N. (2023). AHMAD YASSAWI SECT: THE ISSUE OF ZIKR AND THE STATUS OF ZAKIR. *Modern Science and Research*, 2(5), 438-440.
22. qizi Abdullayeva, N. I. (2022). TASAVVUFDA NAFS TARBIYASI. *RESEARCH AND EDUCATION*, 1(5), 9-12.
23. Aripovna, R. S., & Qizi, S. M. A. (2023, May). EFFECTIVE METHODS OF TEACHING ENGLISH TO YOUNG CHILDREN. In " USA" INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE TOPICAL ISSUES OF SCIENCE (Vol. 8, No. 1).
24. Гудзина, В. А. (2020). СПЕЦИФИКА ИНКОРПОРИРОВАНИЯ ТЮРКСКОГО МИРООЩУЩЕНИЯ В ЛИРИКЕ УЗБЕКСКОЙ ПОЭТЕССЫ ЗУЛЬФИИ. *Современная филология: проблемы и перспективы: Материалы*, 156.
25. Атаева, Т. Ҳ. (2018). ВЕСТНИК ФИЛИАЛА МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ МВ ЛОМОНОСОВА В ГОРОДЕ ДУШАНБЕ. ВЕСТНИК ФИЛИАЛА МОСКОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ МВ ЛОМОНОСОВА В ГОРОДЕ ДУШАНБЕ Учредители: Филиал Московского государственного университета имени МВ Ломоносова в городе Душанбе, 2(4), 39-41.
26. Муртазаева, Ф. (2024). ПОРТРЕТ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЙ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЯ ПСИХОЛОГИЗМА В «ЖЕНСКОЙ ПРОЗЕ» ЗУЛЬФИИ КУРОЛБОЙ КИЗИ. *Евразийский журнал академических исследований*, 4(3 Part 2), 43-47.
27. Kotler, P. & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. 18th ed. Pearson.
28. Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. The Free Press.