

KORXONANING EKSPORT SALOHİYATINI BAHOLASHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Raximova Zaynabxon Mirzaaxmedovna

Namangan davlat texnika universiteti

stajyor-tadqiqotchisi

ORCID: 0009-0002-9699-9631

E-mail: zaynabxonr@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada globallashtirish va xalqaro raqobatning kuchayishi sharoitida korxonalarning tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirish hamda eksport salohiyatidan samarali foydalanish masalalari tadqiq etilgan. Korxonaning eksport salohiyatini baholashda ishlab chiqarish, moliyaviy, innovatsion, marketing, logistika va tashqi bozor omillarini kompleks hisobga olish zarurligi asoslangan. Eksport faoliyati samaradorligini ifodalovchi beshta nisbiy ko'rsatkich (eksport mahsuloti tannarxi ulushi, innovatsion mahsulotlar ulushi, eksport sotuvi samaradorligi, eksport foydasining umumiy foydadagi ulushi va eksport rentabelligi) tizimlashtirildi hamda ular asosida ekspert vaznlari bilan hisoblanadigan integral indeks taklif etildi. Resurslardan moliyaviy natijagacha bo'lgan sabab-oqibat zanjiriga tayangan konseptual model ishlab chiqildi va korxonalarni yuqori, o'rta hamda past eksport salohiyatli guruhlariga ajratish mezonlari asoslandi. Tadqiqot natijalari korxonaning tashqi bozorga chiqish imkoniyatlarini aniqlash, raqobatbardoshlikni chekllovchi omillarni baholash va eksport faoliyatini strategik boshqarish bo'yicha qarorlar qabul qilishda foydalanish mumkin.

Kalit so'zlar: tashqi iqtisodiy faoliyat, eksport salohiyati, raqobatbardoshlik, eksport samaradorligi, eksport rentabelligi, innovatsion salohiyat, ko'p omilli baholash, integral indeks.

Аннотация

В статье исследованы вопросы развития внешнеэкономической деятельности предприятий и эффективного использования экспортного потенциала в условиях глобализации и усиления международной конкуренции. Обоснована необходимость комплексного учета производственных, финансовых, инновационных, маркетинговых, логистических факторов и факторов внешнего рынка при оценке экспортного потенциала предприятия. Систематизированы пять относительных показателей эффективности экспортной деятельности (доля себестоимости экспортной продукции, доля инновационной продукции, эффективность продаж экспортной продукции, доля экспортной прибыли в общей прибыли и рентабельность экспорта), и на их основе предложен интегральный индекс, рассчитываемый с использованием экспертных весов. Разработана концептуальная модель, опирающаяся на причинно-следственную цепочку от ресурсов до финансового результата, и обоснованы критерии разделения предприятий на группы с высоким, средним и низким экспортным потенциалом. Результаты исследования могут быть использованы для выявления возможностей выхода предприятия на внешний

рынок, оценки факторов, ограничивающих конкурентоспособность, и принятия решений по стратегическому управлению экспортной деятельностью.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, экспортный потенциал, конкурентоспособность, эффективность экспорта, рентабельность экспорта, инновационный потенциал, многофакторная оценка, интегральный индекс.

Abstract

The article examines the development of enterprises' foreign economic activity and the effective use of export potential under globalization and intensifying international competition. It substantiates the need to take production, financial, innovation, marketing, logistics and foreign market factors into account in a comprehensive way when assessing an enterprise's export potential. Five relative indicators of export performance (the share of export product cost, the share of innovative products, the efficiency of export sales, the share of export profit in total profit and export profitability) were systematized, and an integral index calculated with expert weights was proposed on their basis. A conceptual model built on a cause-and-effect chain from resources to financial results was developed, and criteria for dividing enterprises into groups with high, medium and low export potential were substantiated. The results can be used to identify an enterprise's opportunities to enter foreign markets, assess the factors that limit its competitiveness and make decisions on the strategic management of export activity.

Keywords: foreign economic activity, export potential, competitiveness, export efficiency, export profitability, innovation potential, multi-factor assessment, integral index.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotining globallashuvi, xalqaro mehnat taqsimotining chuqurlashuvi va xalqaro savdo munosabatlarining jadallashuvi korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini rivojlantirishni zamonaviy iqtisodiy taraqqiyotning muhim yo'nalishlaridan biriga aylantirmoqda. Tashqi savdoning liberallashuvi natijasida xo'jalik yurituvchi subyektlarning xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlari kengayib, ular uchun yangi savdo hamkorlari, bozor segmentlari va investitsiya manbalaridan foydalanish imkoniyati yuzaga kelmoqda. Shu bilan birga, xalqaro bozorlarda raqobatning kuchayishi korxonalardan mahsulot sifati, ishlab chiqarish tannarxi, innovatsion faollik, marketing va logistika tizimlarini doimiy ravishda takomillashtirishni talab etmoqda [8; 10].

Eksportning rivojlanishi korxonaning xalqaro iqtisodiy munosabatlardagi ishtirokini kengaytiradi. Bunda korxona xalqaro ishlab chiqarish zanjirlariga integratsiyalashish, xorijiy texnologiyalarni o'zlashtirish, xalqaro standartlarni joriy etish va xorijiy hamkorlar bilan kooperatsion aloqalarni rivojlantirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

O'zbekistonda tashqi iqtisodiy faoliyatni tartibga solishning huquqiy asoslari "Tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risida"gi Qonunda belgilangan [14]. 2021-yilda eksport salohiyatini amalga oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar Prezidentning PQ-4949-son

qarori bilan tasdiqlangan [15]. Bunday sharoitda korxona darajasida eksport imkoniyatlarini aniq o'lchash vositalariga bo'lgan ehtiyoj ortib bormoqda.

Korxonaning eksport salohiyati uning mavjud ishlab chiqarish, moliyaviy, mehnat, texnologik, marketing va tashkiliy resurslaridan foydalangan holda xalqaro bozorda raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish, uni sotish va tegishli xizmatlarni ko'rsatish imkoniyatlarining yig'indisini ifodalaydi. Shu nuqtai nazardan eksport salohiyatini baholash faqat eksport hajmini aniqlash bilan chegaralanmasdan, uning shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillarni tizimli va kompleks ravishda o'rganishni talab etadi [11].

Mazkur tadqiqotning asosiy maqsadi korxonaning eksport salohiyatini baholashning nazariy va uslubiy asoslarini takomillashtirish, eksport faoliyatining samaradorligini ifodalovchi ko'rsatkichlarni tizimlashtirish hamda korxonaning tashqi bozorga chiqish imkoniyatlarini kompleks baholash metodikasini taklif etishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari sifatida eksport salohiyatining iqtisodiy mohiyatini ochib berish, uning shakllanishiga ta'sir etuvchi omillarni tizimlashtirish, eksport samaradorligini baholash ko'rsatkichlarini aniqlash, mavjud baholash yondashuvlarini tahlil qilish hamda ko'p omilli baholash mexanizmini ishlab chiqish belgilandi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tashqi iqtisodiy faoliyat va eksport salohiyatini baholash masalalari iqtisodiy adabiyotlarda keng tadqiq etilgan. Mazkur yo'nalishdagi tadqiqotlarni shartli ravishda korxonaning moliyaviy holatini baholash, tashqi iqtisodiy operatsiyalar samaradorligini aniqlash, eksport faoliyatining natijadorligini o'rganish va eksport salohiyatini kompleks baholashga bag'ishlangan ilmiy izlanishlarga ajratish mumkin.

M.P. Utemuratova tadqiqotlarida korxonalarda moliyaviy tahlilning axborot bazasi, moliyaviy holatni baholash, korxona mulki, kapitali va majburiyatlarini moliyaviy koeffitsientlar asosida tahlil qilish masalalariga e'tibor qaratilgan. Mazkur yondashuv tashqi iqtisodiy faoliyatning moliyaviy natijalarini baholash uchun zarur metodik asosni shakllantiradi [16].

Y.A. Babayev, A.M. Petrov, M.V. Drutskaya, J.A. Kevorkova va E.E. Listopadlarning tadqiqotlarida tashqi iqtisodiy faoliyat hisobini yuritish, eksport operatsiyalarini tahlil qilish, mablag'lardan foydalanish samaradorligini baholash, likvidlik va to'lov qobiliyatini aniqlash masalalari yoritilgan [12]. Ushbu tadqiqotlarda tashqi iqtisodiy operatsiyalarni baholashning hisob-tahliliy jihatlariga ustuvor ahamiyat berilgan.

Kuter M.I., Sementsova T.A. va Tagapso R.A. tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda korxonalarining tashqi iqtisodiy faoliyatini tahlil qilishning maqsad va vazifalari, tashqi savdo samaradorligini baholash, eksport faoliyatining moliyaviy natijalarga ta'sirini aniqlash masalalari ko'rib chiqilgan [13].

Xorijiy adabiyotlarda eksport natijadorligini o'rganish uzoq tarixga ega. N.-E. Aaby va S. Slater 1978-1988-yillarda chop etilgan empirik tadqiqotlarni umumlashtirib, korxona xususiyatlari, uning kompetensiyalari va eksport strategiyasi eksport natijalariga ta'sir etuvchi asosiy omillar guruhi ekanini ko'rsatgan [1]. S. Zou va S. Stan 1987-1997-yillardagi ishlarni tahlil qilib, eksport natijasini belgilovchi

omillarni ichki va tashqi, boshqariladigan va boshqarilmaydigan guruhlarga ajratgan [11]. J. Chen, C. Sousa va X. He bu tasnifni 2006-2014-yillardagi tadqiqotlar asosida yangilagan [5].

Eksport natijasini o'lchash masalasida C. Katsikeas, L. Leonidou va N. Morgan iqtisodiy, noiqtisodiy va umumlashgan ko'rsatkichlar guruhlarini ajratib, eksport faoliyatini bitta ko'rsatkich bilan emas, ko'rsatkichlar majmui bilan baholash zarurligini asoslagan [6]. S. Cavusgil va S. Zou eksport bozoridagi marketing strategiyasi (mahsulot va narxni moslashtirish, xorijiy distribyutorni qo'llab-quvvatlash) bilan eksport natijasi orasidagi bog'liqlikni empirik tasdiqlagan [4]. L. Leonidou, C. Katsikeas va S. Samiee meta-tahlili marketing strategiyasi elementlarining eksport natijalariga ta'sirini umumlashtirgan [7].

Firma darajasidagi xalqaro iqtisodiyot tadqiqotlari eksport bilan unumdorlik o'rtasidagi bog'liqlikka e'tibor qaratadi. A. Bernard va J. Jensen eksportchi korxonalar eksportga chiqishdan oldin ham yuqori unumdorlikka ega bo'lishini ko'rsatgan [3]. M. Melitz modelida esa faqat unumdorligi yuqori korxonalar tashqi bozorga kirish xarajatlarini qoplay oladi [8]. J. Wagner ko'plab mamlakatlarning firma darajasidagi ma'lumotlari asosida bu xulosani tasdiqlagan [10]. Resurslarga asoslangan yondashuvga ko'ra, korxonaning qimmatli va takrorlanishi qiyin resurslari barqaror raqobat ustunligining manbai hisoblanadi [2]. Bu qarash eksport salohiyatini resurslardan boshlab baholashga nazariy asos beradi.

Mahalliy va xorijiy iqtisodiy adabiyotlarni o'rganish shuni ko'rsatadiki, tashqi iqtisodiy faoliyatni tahlil qilishda moliyaviy ko'rsatkichlar, eksport hajmi, rentabellik, valyuta tushumlari va to'lov qobiliyati muhim indikatorlar sifatida qaraladi [6; 12; 16]. Biroq korxonaning eksport salohiyatini faqat moliyaviy ko'rsatkichlar asosida baholash uning real imkoniyatlarini to'liq aks ettirmaydi.

Xususan, korxonaning tashqi bozorga chiqish imkoniyati ishlab chiqarish quvvatlari, mahsulot sifati, innovatsion faollik, marketing strategiyasi, logistika imkoniyatlari, xalqaro standartlarga muvofiqlik va tashqi bozorning raqobat muhiti kabi omillarga ham bevosita bog'liq. Shu sababli mavjud tadqiqotlarni umumlashtirish asosida eksport salohiyatini resurslar - ishlab chiqarish - marketing - moliyaviy natija - tashqi bozor zanjiri asosida kompleks baholash zarur, deb hisoblaymiz.

Mazkur yondashuv tadqiqotning ilmiy yangiligi sifatida eksport salohiyatini baholashda alohida ko'rsatkichlarning o'zaro bog'liqligini hisobga olish va ularni yagona integral baholash tizimiga birlashtirish imkonini beradi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning metodologik asosini tizimli yondashuv, iqtisodiy tahlil, taqqoslash, guruhlash, ekspert baholash, statistik tahlil va ko'p mezonli baholash usullari tashkil etadi. Integral ko'rsatkichni shakllantirish va vaznlash tartibi kompozit indikatorlar bo'yicha xalqaro uslubiy tavsiyalarga tayanadi [9].

Tizimli yondashuv asosida eksport salohiyati korxonaning o'zaro bog'liq ishlab chiqarish, moliyaviy, innovatsion, marketing va tashkiliy imkoniyatlarining yagona tizimi sifatida ko'rib chiqildi.

Eksport salohiyatini baholashda quyidagi beshta asosiy yoʻnalishni ajratish taklif etiladi:

Ishlab chiqarish salohiyati korxonaning eksportbop mahsulot ishlab chiqarish hajmi, ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish darajasi, mehnat unumdorligi va mahsulot tannarxi orqali baholanadi.

Moliyaviy salohiyat eksport operatsiyalarining rentabelligi, likvidlik, toʻlov qobiliyati, aylanma mablagʻlarning yetarliligi va eksportdan olinadigan foyda koʻrsatkichlari asosida aniqlanadi.

Innovatsion salohiyat yangi mahsulotlar ulushi, zamonaviy texnologiyalardan foydalanish, ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish darajasi va ilmiy-tadqiqot ishlanmalarini tijoratlashtirish imkoniyatlari orqali ifodalanadi.

Marketing va logistika salohiyati korxonaning tashqi bozorlardagi marketing strategiyasi, distribyutorlik kanallari, xalqaro koʻrgazmalardagi ishtiroki, transport va logistika xarajatlari hamda sotuvdan keyingi xizmat koʻrsatish imkoniyatlarini qamrab oladi.

Tashqi bozor salohiyati esa mahsulotga boʻlgan xalqaro talab, bozor sigʻimi, raqobat darajasi, savdo toʻsiqlari, bojxona tartib-taomillari va potensial hamkorlar mavjudligi bilan belgilanadi.

Eksport faoliyatining samaradorligini baholash uchun quyidagi koʻrsatkichlardan foydalanish mumkin.

Eksport mahsulotlarini ishlab chiqarish samaradorligi:

$$E_1 = \frac{\text{Eksport mahsuloti tannarxi}}{\text{Jami mahsulot tannarxi}} \times 100 \quad (1)$$

Bu yerda E_1 - eksport mahsulotlarini ishlab chiqarish samaradorligi, %. Koʻrsatkich eksport mahsuloti tannarxining jami mahsulot tannarxidagi ulushini aks ettiradi: u qancha yuqori boʻlsa, ishlab chiqarish quvvatlarining shuncha katta qismi tashqi bozorga yoʻnaltirilgan boʻladi.

Innovatsion mahsulotlar ulushi:

$$E_2 = \frac{\text{Innovatsion mahsulotlar hajmi}}{\text{Jami mahsulotlar hajmi}} \times 100 \quad (2)$$

Bu yerda E_2 - innovatsion mahsulotlar ulushi, %. Koʻrsatkich korxona ishlab chiqarishida yangi va takomillashtirilgan mahsulotlar qanchalik oʻrin egallashini koʻrsatadi va innovatsion salohiyatning asosiy oʻlchovi boʻlib xizmat qiladi.

Eksport mahsulotlarini sotish samaradorligi:

$$E_3 = \frac{\text{Eksportdan olingan foyda}}{\text{Eksport mahsulotlarini ishlab chiqarish xarajatlari}} \times 100 \quad (3)$$

Bu yerda E_3 - eksport mahsulotlarini sotish samaradorligi, %. Koʻrsatkich eksport mahsulotini ishlab chiqarishga sarflangan har 100 soʻm xarajat evaziga qancha foyda olinganini bildiradi.

Eksport foydasining umumiy foydadagi ulushi:

$$E_4 = \frac{\text{Eksportdan olingan foyda}}{\text{Korxonaning jami foydasi}} \times 100 \quad (4)$$

Bu yerda E_4 - eksport foydasining umumiy foydadagi ulushi, %. Uning o'sishi korxona moliyaviy natijasining tashqi bozorga bog'liqligi ortib borayotganini ko'rsatadi.

Eksport rentabelligi:

$$E_5 = \frac{\text{Eksportdan olingan foyda}}{\text{Eksport tushumi}} \times 100 \quad (5)$$

Bu yerda E_5 - eksport rentabelligi, %. Ko'rsatkich har 100 so'm eksport tushumida qancha foyda borligini ifodalaydi va eksport hajmi o'sganda samaradorlik saqlanib qolganini tekshirish imkonini beradi.

Mazkur ko'rsatkichlar asosida eksport salohiyatining integral indeksini hisoblash mumkin:

$$ESI = \sum_{i=1}^n W_i X_i \quad (6)$$

Bu yerda: ESI - eksport salohiyatining integral indeksi; W_i - i-omilning vazn koeffitsienti; X_i - standartlashtirilgan ko'rsatkich; n - baholanayotgan omillar soni.

Ushbu metodikada ko'rsatkichlarning vazn koeffitsientlarini ekspert baholash usuli orqali aniqlash mumkin. Bunda ekspertlar guruhi har bir omilning eksport salohiyatiga ta'sir darajasini 0 dan 100 gacha bo'lgan ballik tizimda baholaydi. Olingan natijalar normallashtirilib, integral indeks shakllantiriladi. Vazn koeffitsientlari yig'indisi birga teng qilib olinadi, ko'rsatkichlarni standartlashtirishda esa min-maks normallashtirish yoki z-baholash usulidan foydalanish mumkin [9].

Mazkur yondashuvning afzalligi shundaki, u korxonaning eksport salohiyatini faqat bitta ko'rsatkich orqali emas, balki bir-birini to'ldiruvchi iqtisodiy indikatorlar majmui orqali baholash imkonini beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalarida korxonaning eksport salohiyati ko'p komponentli iqtisodiy tizim bo'lib, uning yakuniy natijasi alohida omillarning o'zaro ta'siri asosida shakllanadi. Shuning uchun eksport faoliyatini baholashda faqat eksport tushumi yoki eksport hajmining o'sish sur'atlarini tahlil qilish yetarli emas.

Birinchi navbatda, korxonaning eksport salohiyati uning ishlab chiqarish bazasiga bog'liq. Eksport hajmini barqaror oshirish uchun korxonada yetarli ishlab chiqarish quvvatlari mavjud bo'lishi, uskunalardan foydalanish samaradorligi yuqori darajada bo'lishi va mahsulot ishlab chiqarish tannarxi xalqaro raqobatchilar darajasiga yaqinlashishi lozim [3]; [8].

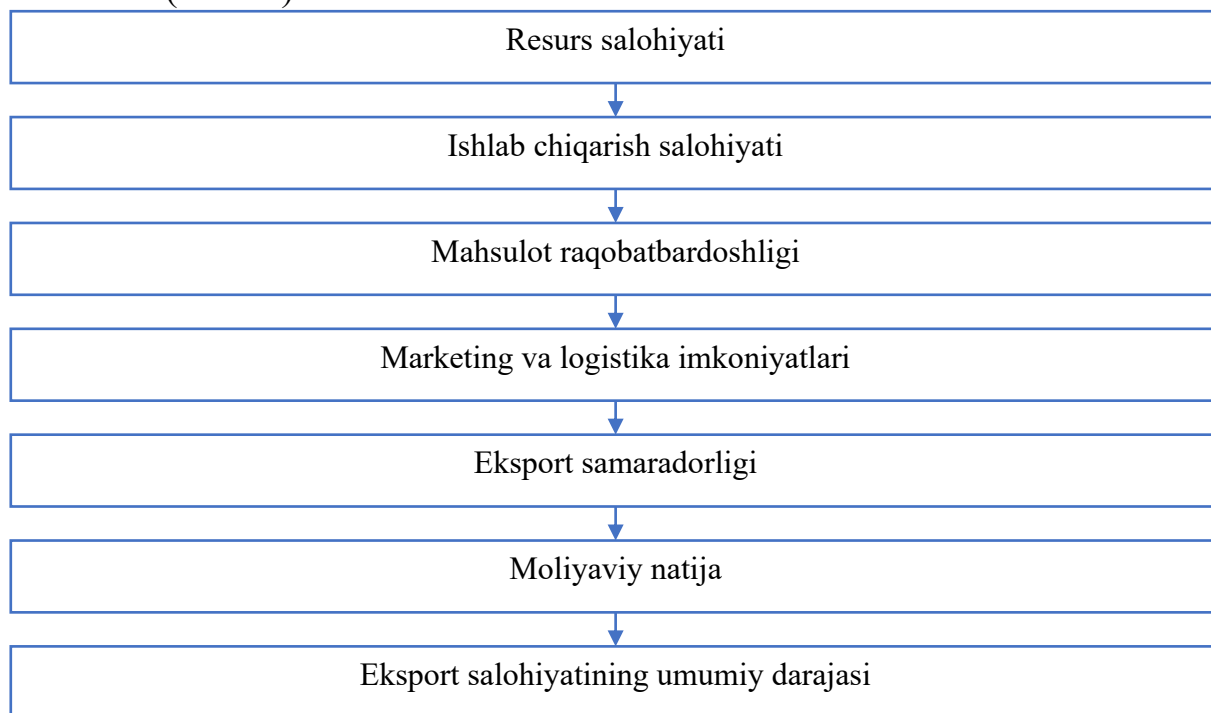
Ikkinchidan, mahsulot sifati eksport salohiyatining muhim omilidir. Xalqaro bozorlarda xaridorlar tomonidan mahsulot xavfsizligi, sifati, ekologik talablarga muvofiqligi va sertifikatlashtirish masalalariga qo'yilayotgan talablarning ortishi korxonalardan xalqaro standartlarni joriy etishni talab etmoqda.

Uchinchidan, innovatsion faollik korxonaning uzoq muddatli eksport salohiyatini belgilovchi asosiy omillardan biridir. Innovatsion mahsulotlar ulushining oshishi korxonaga yangi bozor segmentlarini egallash, yuqori qo'shilgan qiymat yaratish va narx bo'yicha raqobatdan qisman chiqib, mahsulotning texnologik ustunligi orqali raqobatlashish imkonini beradi [5].

To'rtinchidan, eksport samaradorligi korxonaning moliyaviy natijalarida o'z aksini topadi. Eksport tushumining o'sishi o'z-o'zidan yuqori samaradorlikni anglatmaydi. Agar eksport hajmining oshishi transport, bo'xona, marketing, sug'urta va ishlab chiqarish xarajatlarining keskin ortishi hisobiga yuzaga kelsa, korxonaning eksport rentabelligi pasayishi mumkin. Shu sababli eksport hajmi bilan bir qatorda eksportdan olingan foyda va rentabellik dinamikasini ham muntazam monitoring qilish zarur [6].

Beshinchidan, tashqi bozorlarning o'zgaruvchanligi korxona eksport salohiyatining tashqi komponentini shakllantiradi. Valyuta kurslarining o'zgarishi, tashqi talabning pasayishi, savdo cheklovlari, transport xarajatlarining oshishi va yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi eksport operatsiyalarining samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin [11]. Shu bois eksport strategiyasini ishlab chiqishda bozor diversifikatsiyasi muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot asosida eksport salohiyatini baholashning quyidagi konseptual modeli taklif etiladi (1-rasm).



1-rasm. Eksport salohiyatini baholashning konseptual modeli¹

1-rasmda keltirilgan model korxonaning eksport faoliyatini sabab-oqibat bog'liqligida o'rganish imkonini beradi. Ya'ni resurslardan samarali foydalanish ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi; ishlab chiqarish samaradorligining ortishi mahsulot raqobatbardoshligini kuchaytiradi; raqobatbardosh mahsulot esa tashqi bozorda sotuv hajmini oshirishga xizmat qiladi. Natijada eksport tushumi va foyda ko'payib, korxonaning moliyaviy barqarorligi mustahkamlanadi. Zanjirning resurslardan boshlanishi resurslarga asoslangan yondashuvga mos keladi [2].

¹ Manba: muallif ishlanmasi.

Eksport salohiyatini baholash natijalari korxonalarning shartli ravishda uch guruhga ajratilishiga imkon beradi:

yuqori eksport salohiyatiga ega korxonalar - xalqaro standartlarga javob beruvchi mahsulot ishlab chiqarish, yetarli moliyaviy resurslarga ega bo'lish va tashqi bozorlarda barqaror sotuv kanallarini shakllantirish imkoniyatiga ega;

o'rta eksport salohiyatiga ega korxonalar - tashqi bozorga chiqish uchun yetarli ishlab chiqarish imkoniyatlariga ega, biroq marketing, logistika, moliyalashtirish yoki innovatsion rivojlanish bo'yicha muayyan cheklovlarga ega;

past eksport salohiyatiga ega korxonalar - mahsulot sifati, ishlab chiqarish quvvati, moliyaviy barqarorlik, xalqaro standartlarga moslik yoki tashqi bozorlarni o'rganish borasida sezilarli muammolarga ega.

Bunday tasnif korxonalar uchun individual eksport strategiyalarini ishlab chiqishga imkon beradi. Yuqori salohiyatli korxonalar eksport geografiyasini kengaytirishga e'tibor qaratishi, o'rta salohiyatli korxonalar mavjud cheklovlarni bartaraf etishi, past salohiyatli korxonalar esa avvalo ichki ishlab chiqarish va moliyaviy imkoniyatlarini mustahkamlashi lozim.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, eksport salohiyatini oshirishda ishlab chiqarish tannarxini kamaytirish, mahsulot sifatini xalqaro standartlar asosida yaxshilash, innovatsion mahsulotlar ulushini oshirish, marketing va logistika tizimini takomillashtirish hamda eksport bozorlarini diversifikatsiya qilish ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilanishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalarini umumlashtirish asosida quyidagi xulosalarga kelish mumkin.

1. Eksport salohiyati korxonaning tashqi bozorda raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish va uni samarali realizatsiya qilish imkoniyatlarini ifodalovchi kompleks iqtisodiy kategoriya hisoblanadi. Uning darajasi ishlab chiqarish, moliyaviy, innovatsion, marketing, logistika va tashqi bozor omillarining o'zaro ta'siri natijasida shakllanadi.

2. Korxonaning eksport faoliyatini faqat eksport hajmi yoki eksport tushumi asosida baholash metodik jihatdan cheklangan yondashuv hisoblanadi. Eksport hajmining o'sishi har doim ham iqtisodiy samaradorlikning oshganligini anglatmaydi. Shu sababli eksport rentabelligi, eksport foydasining umumiy foydadagi ulushi, mahsulot tannarxi va innovatsion mahsulotlar ulushi kabi nisbiy ko'rsatkichlardan kompleks foydalanish maqsadga muvofiq.

3. Eksport salohiyatini baholashda ko'p omilli va integral yondashuvdan foydalanish korxonaning real imkoniyatlarini yanada obyektiv aniqlash imkonini beradi. Taklif etilgan integral indeks korxonaning ishlab chiqarish, moliyaviy, innovatsion, marketing va tashqi bozor salohiyatini yagona tizimda baholashga xizmat qiladi.

4. Korxonalarning eksport salohiyatini oshirish uchun ishlab chiqarish quvvatlaridan foydalanish samaradorligini oshirish, zamonaviy texnologiyalarni joriy

etish, mahsulot sifatini xalqaro standartlar darajasiga olib chiqish va innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish zarur.

5. Tashqi bozorlar bo'yicha marketing tadqiqotlarini muntazam olib borish, xalqaro ko'rgazma va biznes-forumlar orqali yangi hamkorlarni jalb etish, elektron tijorat va raqamli marketing imkoniyatlaridan foydalanish korxonaning eksport geografiyasini kengaytirishga xizmat qiladi.

6. Eksport faoliyatidagi risklarni kamaytirish maqsadida tashqi bozorlarni diversifikatsiya qilish, uzoq muddatli shartnomalardan foydalanish, valyuta risklarini boshqarish va logistika xarajatlarini optimallashtirish mexanizmlarini takomillashtirish lozim.

7. Eksport salohiyatini baholash natijalarini korxonaning strategik boshqaruv tizimiga integratsiya qilish maqsadga muvofiq. Bunda baholash bir martalik tahlil emas, balki muntazam monitoring jarayoni sifatida tashkil etilishi kerak.

Eksport salohiyatini kompleks baholash korxonaning hozirgi iqtisodiy holatini obyektiv aniqlash, tashqi bozorga chiqish imkoniyatlarini baholash, mavjud cheklovlarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha amaliy choralarni ishlab chiqish imkonini beradi. Mazkur yondashuvdan foydalanish korxonalarning xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini oshirish, eksport hajmini barqaror ko'paytirish, yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarishni kengaytirish va moliyaviy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Aaby, N.-E., & Slater, S. F. (1989). Management influences on export performance: A review of the empirical literature 1978-1988. *International Marketing Review*, 6(4), 7-26. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000001516>
2. Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
3. Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (1999). Exceptional exporter performance: Cause, effect, or both? *Journal of International Economics*, 47(1), 1-25. [https://doi.org/10.1016/S0022-1996\(98\)00027-0](https://doi.org/10.1016/S0022-1996(98)00027-0)
4. Cavusgil, S. T., & Zou, S. (1994). Marketing strategy-performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58(1), 1-21. <https://doi.org/10.1177/002224299405800101>
5. Chen, J., Sousa, C. M. P., & He, X. (2016). The determinants of export performance: A review of the literature 2006-2014. *International Marketing Review*, 33(5), 626-670. <https://doi.org/10.1108/IMR-10-2015-0212>
6. Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., & Morgan, N. A. (2000). Firm-level export performance assessment: Review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493-511. <https://doi.org/10.1177/0092070300284003>
7. Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: A meta-analysis. *Journal of Business Research*, 55(1), 51-67. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(00\)00133-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(00)00133-8)

8. Melitz, M. J. (2003). The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695-1725. <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00467>
9. OECD, & European Commission Joint Research Centre. (2008). Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264043466-en>
10. Wagner, J. (2007). Exports and productivity: A survey of the evidence from firm-level data. *The World Economy*, 30(1), 60-82. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9701.2007.00872.x>
11. Zou, S., & Stan, S. (1998). The determinants of export performance: A review of the empirical literature between 1987 and 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333-356. <https://doi.org/10.1108/02651339810236290>
12. Бабаев Ю.А., Петров А.М., Друцкая М.В., Кеворкова Ж.А., Листопад Е.Е. Бухгалтерский учет, анализ и аудит внешнеэкономической деятельности: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2014. 348 с.
13. Kuter M.I., Sementsova T.A., Tagapso R.A. Korxonalarning tashqi iqtisodiy faoliyatini tahlil qilishning maqsadlari, vazifalari va xususiyatlari // Iqtisodiy tahlil: nazariya va amaliyot. 2007.
14. O‘zbekiston Respublikasining 2000-yil 26-maydagi 77-II-son “Tashqi iqtisodiy faoliyat to‘g‘risida”gi Qonuni (yangi tahriri). <https://lex.uz/docs/-67345>
15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 14-yanvardagi PQ-4949-son “2021-yilda O‘zbekiston Respublikasining eksport salohiyatini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori. <https://lex.uz/docs/5219216>
16. Utemuratova M.P. Tashqi iqtisodiy faoliyatda moliyaviy tahlil: o‘quv qo‘llanma. Toshkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2007. 120 b.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:
Ingliz tili muharriri:
Rus tili muharriri:
Musahhih:
Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Karimova Shirin Zoxid qizi
Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, sentabr, 9-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi** rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 362/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**