



Eksportyor korxonalarning marketing strategiyalarini rivojlantirishning ilg'or mamlakatlar tajribalari

Shoxida Ibadullayeva

Mustaqil tadqiqotchi
e-mail: shoxidaibadullaeva@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada rivojlangan mamlakatlarning eksport marketing strategiyalari qiyosiy tahlil qilinadi. Xitoy, Germaniya, AQSH, Italiya kabi davlatlarning raqamli transformatsiya, sifatli ishlab chiqarish, madaniy brending va logistika markazlari kabi yondashuvlari o'rganiladi. Tadqiqot ushbu xalqaro tajribalarning O'zbekiston eksportkor korxonalariga qo'llash imkoniyatlari va amaliy manfaatlariga qaratilgan. Natijada, mamlakatimiz iqtisodiyotiga mos keladigan va raqobatbardoshlikni oshiruvchi aniq takliflar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: eksport marketingi, marketing strategiyasi, xalqaro tajriba, qiyosiy tahlil, raqobatbardoshlik, milliy brend, raqamli transformatsiya, sifat boshqaruvi, logistika markazi.

Annotation

The article provides a comparative analysis of export marketing strategies used by developed countries (such as China, Germany, the USA, and Italy). The study examines approaches including digital transformation, quality manufacturing, cultural branding, and logistics hubs. The research focuses on the applicability and practical benefits of these international experiences for export-oriented enterprises in Uzbekistan. As a result, specific recommendations adapted to the national economy and aimed at enhancing competitiveness are developed.

Keywords: export marketing, marketing strategy, international experience, comparative analysis, competitiveness, national brand, digital transformation, quality management, logistics hub.

Аннотация

В статье проводится сравнительный анализ маркетинговых стратегий экспорта, применяемых развитыми странами (такими как Китай, Германия, США, Италия). Исследуются подходы, включая цифровую трансформацию, качественное производство, культурный брендинг и логистические хабы. Исследование сосредоточено на возможности применения и практической пользе этого международного опыта для экспортно-ориентированных предприятий Узбекистана. В результате разработаны конкретные рекомендации,

адаптированные к национальной экономике и направленные на повышение конкурентоспособности.

Ключевые слова: экспортный маркетинг, маркетинговая стратегия, международный опыт, сравнительный анализ, конкурентоспособность, национальный бренд, цифровая трансформация, управление качеством, логистический хаб.

Kirish

Eksportyor korxonalar uchun marketing strategiyalarini rivojlantirish xalqaro bozorlarda muvaffaqiyat kalitidir. Bozorlarni chuqur tahlil qilish, mahsulotni moslashtirish va samarali kommunikatsiya o'rnatish orqali korxonalar o'z eksport hajmini oshirib, global raqobatda o'z o'rnini mustahkamlashi mumkin. Hozirgi iqtisodiy sharoitda bozor munosabatlari keng tarqalishi natijasida korxonalarning iqtisodiy mustaqilligi va mas'uliyati sezilarli darajada oshmoqda. Shu bilan birga, raqobatning ahamiyati ham ortib bormoqda, chunki u xo'jalik faoliyatini tartibga soluvchi asosiy mexanizm sifatida namoyon bo'ladi.

Bunday murakkab va o'zgaruvchan muhitda korxonalar faoliyatini faqat qisqa muddatli (joriy) rejalashtirish va operativ boshqaruv vositalari bilan cheklab qo'yish samarali emas. Zamonaviy sharoit strategik fikrlashni talab qiladi, bu esa o'z navbatida aniq rivojlanish strategiyasi — kelajakdagi yo'nalish, maqsadlar va ularga erishish vositalarini belgilovchi harakatlar dasturi shaklida amalga oshirilishi zarur.

Mamlakatimizda ham bu sohada qator ishlar amalga oshirilayotganligini ko'rishimiz mumkin. Jumladan, Prezidentimizning PF-6306-sonli "Eksport korxonalarini rag'batlantirishga oida qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" gi farmonida[1] Respublikamizning eksport salohiyatini oshirish, eksportchi korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlashni yanada kuchaytirish, milliy mahsulotlarning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini mustahkamlash va valyuta tushumlarini ko'paytirish, shuningdek, tadbirkorlarning muammo va takliflarini bevosita o'rganish hamda tadbirkorlikni kelgusida rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarini belgilab olish takidlangan. Bundan tashqari PF-67-sonli "Ishlab chiqarish, eksport va tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish, savdo va sanoat siyosati samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi [2] farmonida jahon iqtisodiyotidagi keskin o'zgarishlar, tashqi xatarlar va global raqobat sharoitida milliy ishlab chiqaruvchilar va eksport qiluvchilarni samarali qo'llab-quvvatlash, ichki bozorda adolatli raqobat muhitini ta'minlash hamda tadbirkorlik faoliyati uchun qulay shart-sharoit yaratish maqsad qilingan. Albatta bu maqsad, qaror, farmonlarni, strategik rejalarni amalga oshirishda korxonalarning jahon bozoriga eksportida aniq marketing strategiyalarini ishlab chiqish muhim sanaladi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Eksportyor korxonalar uchun marketing strategiyalarini rivojlantirish xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish va eksport hajmini kengaytirish uchun muhim omildir. So'nggi yillarda bu sohada ilmiy tadqiqotlar ko'payib, ilg'or mamlakatlar tajribasi asosida samarali strategiyalarni ishlab chiqish va tatbiq etish masalalari o'rganilmoqda.

Xorijlik olimlardan Neil A. Morgan, Konstantine S. Katsikeas, Duglas W. Vorhieslar o'z ilmiy ishlarida eksport yo'nalishidagi marketing strategiyalarini amalga oshirish samaradorligi korxona eksport bozorlaridagi natijalarga qanday ta'sir qilishi o'rganilgan. Unda eksport strategiyasini rejalashtirish va uni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun zarur marketing salohiyatlari (marketing capabilities) qanday omillar orqali eksport hajmi va moliyaviy ko'rsatkichlarni yaxshilashi ko'rsatilgan. [3]

Ungul Heriqbaldi, Migel Angel Esquivias, Wee Yeap Lau, Audrey Friska Cesilialar esa eksportni qo'llab-quvvatlash dasturlari va eksport strategiyalari o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilingan. Natijalarda export marketing strategiyasi, eksport bilimlari va kompaniya majburiyati o'rtasidagi ijobiy bog'liqlik aniqlandi; bu, strategik marketingni rivojlantirishning korxona raqobatbardoshligi va eksport natijalari uchun muhimligi ko'rsatadi [4].

Leonidou va Samiee – eksport marketing strategiyalari doirasida innovatsiyalar, bozor segmentatsiyasi va raqobatbardoshlikni oshirishga e'tibor qaratilgan. Ular ilg'or mamlakatlardagi korxonalar tajribasini tahlil qilib, strategiyalarni yanada moslashtirish yo'llarini o'rganganlar[5].

Mahalliy olimlardan Abdullayev Fozil "Eksport faoliyatini rivojlantirishga marketing strategiyalarining roli", Islomov Jasur "O'zbekiston sharoitida eksport marketingining strategiyalarining roli", Karimova Dilnoza "Tashqi bozorlarda O'zbekiston mahsulotlarini targ'ib qilish strategiyalari", Mamatqulov Sherzod "Eksport marketingi va milliy iqtisodiyot" mavzularida o'z tadqiqot ishlarini amalga oshirishgan.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqot qiyosiy tahlil, tizimlashtirish va amaliy namuna o'rganish asosida olib borildi. Xalqaro tajribalar O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlarini baholash uchun kontekstual tahlil qilindi.

Tahlil va natijalar

Kompaniyaning marketing faoliyati strategiyasini ishlab chiqish kompaniya xodimlari kuchi bilan ham, alohida ishlarni bajarish uchun tashqi mutaxassislarni jalb etish orqali ham tashkil etilishi mumkin. Marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun quyidagi vazifalarni bajarish zarur:

- Tashqi muhitni tahlil qilish va kompaniyaning bozor holati hamda amaldagi marketing strategiyasini baholash.
- Kompaniya ichidagi marketing faoliyatining holatini baholash (marketing faoliyatini tashkil etish, marketing axborot tizimi, marketing funksiyalarining to'liq bajarilishi).
- O'tkazilgan tashqi va ichki muhit tahliliga asoslanib kompaniyaning strategik maqsadlarini aniqlash.
- Belgilangan maqsadlarga erishish yo'llarini belgilash (marketing strategiyalari).

2025-yilgi ma'lumotlarga ko'ra, tovarlar eksporti umumiy eksport hajmining taxminan 73–75 foizini tashkil etmoqda. Bu ko'rsatkich O'zbekiston iqtisodiyotida ishlab chiqarish va real sektor mahsulotlarining yetakchi o'ringa ega ekanini ko'rsatadi. Tovarlarni eksporti asosan quyidagi yo'nalishlardan iborat:

- qishloq xo'jaligi mahsulotlari (meva-sabzavot, qayta ishlangan oziq-ovqatlar),
- sanoat mahsulotlari,
- rangli va nodir metallar,
- energetika va xomashyo mahsulotlari.

Eksportning qolgan 25–27 foizi xizmatlar eksporti hissasiga to'g'ri keladi. Xizmatlar eksporti tarkibiga transport xizmatlari, turizm, aloqa va logistika xizmatlari, shuningdek, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (ICT) xizmatlari kiradi. Bu holat O'zbekiston iqtisodiyotida xizmatlar sohasi bosqichma-bosqich rivojlanib borayotganini ko'rsatadi.

2025-yilda butun dunyo bo'yicha tovar eksporti qiymati 26,2 trillion AQSh dollarni tashkil qilib, bu ko'rsatkich 2024 yildagi 24,5 trillion dollarlik eksportdan yuqoridir va 2022 yilda qayd etilgan rekord darajaga qaytishni anglatadi. Global eksport qiymati 2024 yilda 2.4% ga o'sdi va 2025 yilda yana sezilarli darajada oshdi, bu global savdo faoliyati tiklanayotganini bildiradi[6].

Xalqaro savdo zamonaviy iqtisodiyotning asosiy tarkibiy qismi bo'lib, davlatlarning ishlab chiqarish quvvati, texnologik rivojlanish darajasi va global bozorlardagi raqobatbardoshligini aks ettiradi. Eksport ko'rsatkichlari nafaqat milliy iqtisodiy salohiyatni, balki mamlakatlarning xalqaro iqtisodiy tizimdagi integratsiya darajasini ham ochib beradi. Har yili o'zgarib turadigan global iqtisodiy sharoit, ta'minot zanjiridagi transformatsiyalar va texnologik innovatsiyalar davlatlarning eksport strategiyalari va hajmlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi (1-jadval).

1-jadval

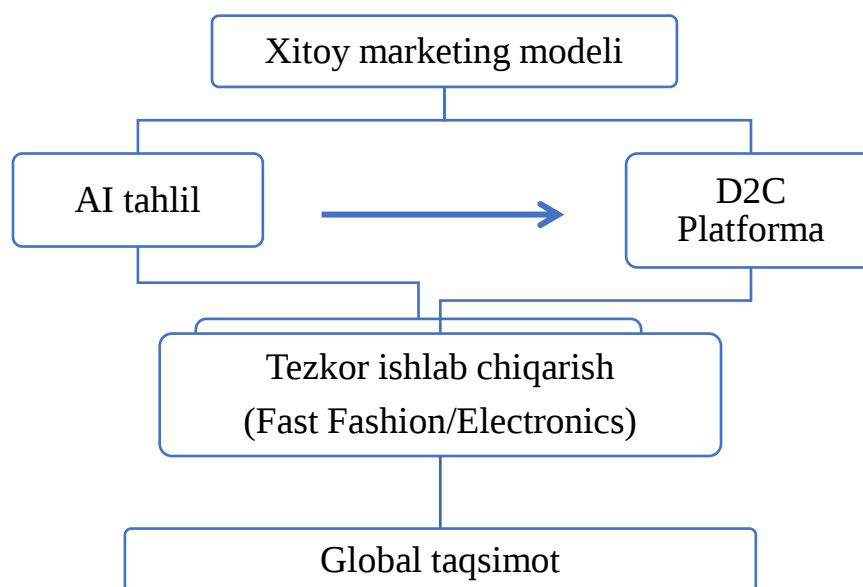
Eksport bo'yicha yetakchi davlatlar reytingi (2025) [7]

№	Davlat	Eksport Hajmi (AQSh dollarida)
1	Xitoy	~3,8 trillion \$
2	AQSh	~2,15 trillion \$
3	Germaniya	~1,75 trillion \$
4	Niderlandiya	~0,96 trillion \$
5	Yaponiya	~0,74 trillion \$
6	Janubiy Koreya	~0,72 trillion \$
7	Italiya	~0,70 trillion \$
8	Gonkong	~0,67 trillion \$
9	Meksika	~0,65 trillion \$
10	BAA	~0,62 trillion \$

2025-yilda global eksportda Xitoy yetakchiligini saqlab qolmoqda, AQSh va Germaniya yuqori qo'shilgan qiymatdagi mahsulotlar bozorida ustunlik qilishda davom etadi. Osiyo iqtisodiyotlarining reytingda ko'plabligi mintaqaning global ishlab chiqarish markaziga aylanganligini ko'rsatadi. Eksport tarkibidagi o'zgarishlar texnologik innovatsiyalar, yashil energetika va raqamli transformatsiya tendensiyalarini aks ettirmoqda. Kelajakda global savdo tizimida diversifikatsiya va barqarorlik muhim omillar bo'lib qoladi.

Xitoy kompaniyalari global eksportda sun'iy intellekt, to'g'ridan-to'g'ri platformalar va tez innovatsiya integratsiyasi orqali muvaffaqiyatga erishdi. Ular real-

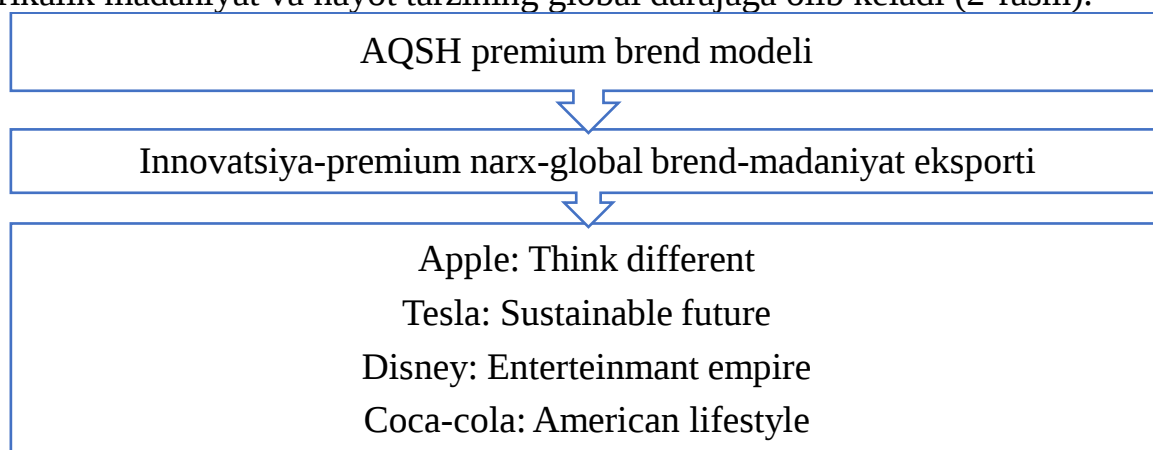
vaqt bozor ma'lumotlaridan foydalanib, global iste'molchi talablariga tez moslashadi (1-rasm).



1-rasm. Xitoy marketing modeli [8]

Xitoyning muvaffaqiyatli eksport marketing modeli quyidagi diagrammada ko'rsatilganidek, turli texnologik va strategik komponentlarning uyg'un integratsiyasidan iborat. Bu yondashuv nafaqat mahsulot sifatini oshirishga, balki global bozorlarda tez va samarali joylashishga imkon beradi. Har bir kompaniya o'ziga xos marketing usullarini qo'llagan holda, Xitoyni dunyoning eng yirik eksportchisiga aylantirdi.

AQSh kompaniyalari premium brend strategiyasi orqali global eksportda yetakchilik qiladi. Ular yuqori sifat, innovatsion texnologiyalar va kuchli brend qiymatini uyg'unlashtiradi. Bu yondashuv nafaqat mahsulotlar sotilishiga, balki amerikalik madaniyat va hayot tarzining global darajaga olib keladi (2-rasm).



2-rasm. AQSH premium brend modeli[8]

AQShning premium brend strategiyasi yuqori qo'shilgan qiymat va madaniy ta'sir yaratishga qaratilgan. Bu yondashuv global bozorda yuqori narxlar talab qilishga va iste'molchi sadoqatini shakllantirishga imkon beradi.

Zamonaviy global iqtisodiyotda davlatlar o'zaro raqobatdosh muhitda faoliyat yuritadi va tashqi investitsiyalarni jalb qilish, mahsulot va xizmatlarni eksport qilish, hamda milliy brendni shakllantirish maqsadida turli marketing strategiyalarini qo'llaydilar. Davlatlar o'z tarixiy, madaniy, geografik va iqtisodiy afzalliklariga asoslangan marketing strategiyalarini ishlab chiqishadi. Ushbu strategiyalar ularning global bozordagi mavqeini mustahkamlaydi va iqtisodiy rivojlanishiga xizmat qiladi (3-rasm).

Davlat marketing strategiyasi
Raqamli va tezkor marketing Xitoy: AI marketing, D2C model, Tezkor ishlab chiqarish.
Sifat va muhandislik marketingi Germaniya: Muhandislik, an'ana, sifat kafolati. Yaponiya: Kaizen sistemasi, mukammallik, texnologiya. AQSH: Premium brendlar, innovatsiya, madaniyat.
Dizayn va madaniyat marketingi Italiya: Lyuks dizayn, san'at, moda.
Logistika va xizmat marketingi Niderlandiya: Yevropa logistika markazi. Gonkong: Savdo va moliya xizmatlari. BAA: Sharq savdo markazi, turizm

3-rasm. Davlatlarning marketing strategiyalari [8]

Har bir davlat o'zining noyob resurslari, qobiliyatlari va madaniy merosiga mos keladigan marketing strategiyasini amalga oshirmoqda. Xitoy kabi davlatlar raqamli transformatsiya va tezkor ishlab chiqarish orqali raqobatbardoshligini oshirmoqda. Germaniya, Yaponiya va AQSH esa sifat, muhandislik va innovatsiyaga asoslangan yuqori qo'shilgan qiymatli mahsulotlar bilan ajralib turmoqda. Italiya esa madaniyat va dizayn kuchini to'liq namoyish etadi. Niderlandiya, Gonkong va BAA kabi davlatlar esa geografik joylashuv va infratuzilma afzalliklaridan foydalanib, logistika va xizmatlar sohasida yetakchilik qilmoqda. Ushbu strategiyalar nafaqat davlatlarning iqtisodiy rivojlanishiga, balki global iqtisodiyotda ularning imidji va mavqeini mustahkamlashga xizmat qiladi. Davlatlar o'z marketing strategiyalarini dinamik global o'zgarishlarga moslashtirib borishlari va yangi trendlar, texnologiyalar hamda bozor ehtiyojlarini doimiy monitoring qilishlari muhim ahamiyatga ega.

Xulosa va takliflar

Ilg'or mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, muvaffaqiyatli eksport marketingi an'anaviy yondashuvlardan zamonaviy, innovatsion va bozor yo'naltirilgan strategiyalarga o'tishni talab qiladi. O'zbekiston o'zining geografik, madaniy va resurs afzalliklaridan foydalanib, Markaziy Osiyoning raqobatbardosh eksportchisi sifatida shakllanishi mumkin. Yuqoridagi ma'lumotlardan foydalanib xulosalar asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi.

- Davlat tomonidan "Eksport Marketingi" dasturini ishlab chiqish va ragʻbatlantirish grantlari ajratish.
- Hududiy ixtisoslashtirilgan klasterlar yaratish (masalan, Fargʻona – ekologik mahsulotlar).
- “Buyuk Ipak yoʻli” brendi ostida mahsulotlar guruhini jahon bozoriga chiqarish.
- AI va raqamli platformalar orqali bozor tahlilini avtomatlashtirish.
- Kaizen tamoyillarini joriy etish va sifat nazorati tizimini kuchaytirish.
- Oʻzbekistoni Markaziy Osiyo logistika markazi sifatida rivojlantirish.
- Xalqaro marketing boʻyicha kadrlar tayyorlash va chet eldagi vakillik tarmogʻini kengaytirish.

Xulosa qilib aytganda, Oʻzbekiston eksportining raqobatbardoshligini oshirish uchun zamonaviy marketing strategiyalarini qabul qilishi zarur. Davlat qoʻllab-quvvatlash, mahsulot sifatini oshirish, raqamlashtirish va mintaqaviy ixtisoslashuv orqali jahon bozorida mustahkam oʻrin egallash mumkin. Mamlakatning noyob madaniy va geografik afzalliklarini aqlli marketing bilan uygʻunlashtirish – muvaffaqiyatning kalitidir.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyhati

- 1) Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 07,09,2021, PF-6306-son. “Eksport korxonalarini ragʻbatlantirishga oida qoʻshimcha chora-tadbirlar toʻgʻrisida”.
- 2) Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. 18.04.2025. PF-67-son. Ishlab chiqarish, eksport va tadbirkorlikfaoliyatini ragʻbatlantirish, savdo va sanoat siyosati samaradorligini oshirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida
- 3) Export marketing strategy implementation, export marketing capabilities, and export venture performance. Neil A. Morgan, Constantine S. Katsikeas, Douglas W. Vorhies. (2012).
- 4) Unggul Heriqbaldi, Miguel Angel Esquivias, WeeYeap Lau, Audrey Friska Cesilia. Export promotion programs and firm performance. (2025).
- 5) Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Samiee, S. (2011). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis
- 6) **Differing trends in merchandise exports growth. Merchandise exports growth rate, percentage, 2024. UN Trade and Development, UNCTADstat and World Trade Organization.**
- 7) Top exporting nations in 2024. www.redtid.com.
- 8) Foydalanilgan manbalar asosida muallif ishlanmasi