

**KORXONANING TASHQI IQTISODIY FAOLIYAT STRATEGIYASINI
SHAKLLANTIRISH OMILLARI**

Jahongir Sayfiddinov Muhiddin o'g'li - Toshkent Davlat Iqtisodiyot

Universiteti Menejment fakulteti, MNP-91/21 guruh talabasi

Ibragimov G'anijon G'ayratovich - Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

Menejment fakulteti Innovatsion menejment kafedrası, Phd dotsent

Annotatsiya: Ushbu maqola korxonalar uchun tashqi iqtisodiy faoliyat strategiyasini shakllantirishda muhim bo'lgan omillarni o'rganishga bag'ishlangan. Maqolada bozor sharoitlarini tahlil qilish, strategik maqsadlarni belgilash va tashqi iqtisodiy xavflarni boshqarish kabi masalalar keng yoritilgan. Xalqaro savdo faoliyatini tashkil qilish jarayonida yuzaga keladigan xavflarni aniqlash va boshqarish usullari, shuningdek, zamonaviy texnologiyalarni qo'llashning afzalliklari muhokama qilingan. Ushbu tadqiqot korxonalar uchun barqaror rivojlanish strategiyasini ishlab chiqishda amaliy ko'rsatmalar beradi.

Kalit so'zlar: Tashqi iqtisodiy faoliyat, bozor tahlili, strategik maqsadlar, xavf boshqaruvi, xalqaro savdo, valyuta xavfi, siyosiy xavf, zamonaviy texnologiyalar, diversifikatsiya, logistika

Kirish

Hozirgi globallashuv sharoitida korxonalar o'z faoliyatini rivojlantirish va mustahkamlash uchun xalqaro bozorlarga chiqishga intilmoqda. Bunda korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyati strategik yondashuvni talab qiladi. Global bozorlarning o'zgaruvchanligi, raqobat muhitining keskinlashuvi va turli davlatlarning iqtisodiy hamda huquqiy sharoitlari korxonalardan aniq strategiya ishlab chiqishni talab etadi.

Tashqi iqtisodiy faoliyat strategiyasini shakllantirish murakkab jarayon bo'lib, u korxonaning ichki resurslari va imkoniyatlarini hisobga olish bilan bir qatorda, tashqi bozorlardagi iqtisodiy, huquqiy va madaniy sharoitlarni chuqur tahlil qilishni ham talab etadi. Ushbu jarayon quyidagi masalalarni qamrab oladi:

- ✓ Xalqaro bozorlardagi talab va taklifni o'rganish.



- ✓ Korxonaning resurs salohiyatini aniqlash va baholash.
- ✓ Innovatsion texnologiyalar va marketing strategiyalarini ishlab chiqish.¹

Tashqi iqtisodiy faoliyat strategiyasini shakllantirishda korxonalar nafaqat eksport va import jarayonlariga e'tibor qaratishi, balki xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, xalqaro hamkorlikni rivojlantirish va raqobatbardoshlikni oshirish kabi masalalarga ham e'tibor qaratishi lozim.

Ushbu maqolada korxonalarning tashqi iqtisodiy faoliyat strategiyasini shakllantirishda muhim bo'lgan omillar va ularning o'zaro bog'liqligi tahlil qilinadi. Shuningdek, xorijiy adabiyotlar va ilmiy izlanishlardan foydalangan holda, korxonalarga samarali strategiyalarni ishlab chiqish bo'yicha tavsiyalar beriladi.

Bozor sharoitlarini o'rganish va tahlil qilish

Korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyat strategiyasini muvaffaqiyatli shakllantirish uchun bozor sharoitlarini chuqur o'rganish va tahlil qilish zarur. Bozor sharoitlarini o'rganish, korxonaning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradigan omillarni aniqlash imkonini beradi. Ushbu jarayon quyidagi asosiy bosqichlarni o'z ichiga oladi:

Raqobat muhiti tahlili - bozor sharoitlarini o'rganishda eng muhim omil bu raqobatchilarni tahlil qilishdir. Korxona quyidagi savollarga javob izlashi kerak:

- ✓ Bozorda nechta raqobatchi mavjud?
- ✓ Ularning narx siyosati qanday?
- ✓ Mahsulot yoki xizmatlarning sifati va farqlilik darajasi qanday?

Michael Porter tomonidan ishlab chiqilgan "Porterning beshta kuch modeli" raqobat muhitini tahlil qilishda keng qo'llaniladi. Ushbu model raqobat tahdidlarini quyidagi besh yo'nalishda tahlil qilishga yordam beradi:

1. Sanoatdagi mavjud raqobatchilar kuchi.
2. Yangi raqobatchilarning kirish ehtimoli.
3. O'rinbosar mahsulotlar xavfi.
4. Ta'minotchilarning savdo kuchi.

¹ Michael E. Porter. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press, 1985;



5. Xaridorlarning savdo kuchi.²

Iqtisodiy holat tahlili – bozorning umumiy iqtisodiy holatini o‘rganish ham muhim bosqichdir. Bu jarayon iqtisodiy rivojlanish darajasi, inflyatsiya darajasi, bandlik ko‘rsatkichlari va valyuta barqarorligini tahlil qilishni o‘z ichiga oladi.

Korxona quyidagi iqtisodiy ko‘rsatkichlarga e‘tibor qaratishi kerak:

- ✓ Yalpi ichki mahsulot (YaIM) o‘sish sur‘ati.
- ✓ Tashqi savdo balansining holati.
- ✓ Aholining xarid qobiliyati.

Huquqiy va siyosiy muhitni o‘rganish – har bir davlatning qonunchiligi va siyosiy muhiti korxonaning tashqi bozordagi faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi.

Bunda quyidagi jihatlar tahlil qilinadi:

- ✓ Tashqi savdo bo‘yicha davlat siyosati.
- ✓ Eksport va import uchun belgilangan bojxona to‘lovlari va kvotalar.
- ✓ Xalqaro shartnomalar va savdo bitimlari.
- ✓ Iqtisodiy siyosatning barqarorligi va davlatning biznesga munosabati.³

Madaniy va ijtimoiy omillar tahlili – bozorning madaniy va ijtimoiy jihatlarini tahlil qilish, mahsulot yoki xizmatni mahalliy aholining ehtiyojlariga moslashtirish imkonini beradi. Korxona quyidagi masalalarni o‘rganishi kerak:

- ✓ Mahalliy aholining xarid qilish odatlari va afzalliklari.
- ✓ Ijtimoiy va madaniy qadriyatlar.
- ✓ Mahsulot yoki xizmatning iste’molchilar tomonidan qabul qilinish darajasi.

Bozor sharoitlarini o‘rganish va tahlil qilish, korxonaning xalqaro bozorda muvaffaqiyatli faoliyat olib borishi uchun asos yaratadi. To‘g‘ri tahlil qilingan ma’lumotlar asosida ishlab chiqilgan strategiyalar korxonaga samarali qarorlar qabul qilish imkonini beradi.⁴

Strategik maqsadlarni belgilash

² Michael E. Porter. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press, 1980;

³ Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. 15th Edition, Pearson Education, 2015;

⁴ David A. Aaker. Strategic Market Management. Wiley, 2014;



Strategik maqsadlarni belgilash korxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyati va raqobatbardoshligini ta'minlash uchun muhim jarayondir. Ushbu bosqichda korxona o'z faoliyatining asosiy yo'nalishlarini belgilaydi, resurslarini samarali taqsimlaydi va tashqi bozor talablariga moslashish strategiyasini ishlab chiqadi. Maqsadlarni belgilash jarayonida ichki imkoniyatlar, tashqi muhitning xususiyatlari va bozor sharoitlari chuqur tahlil qilinishi kerak.

Aniq va o'lchanadigan maqsadlar – maqsadlar aniq, tushunarli va o'lchanadigan ko'rsatkichlar asosida belgilanishi kerak. Masalan, “eksport hajmini 15% ga oshirish” yoki “bozor ulushini 10% ga ko'paytirish” kabi maqsadlar ko'zda tutiladi.⁵

Realistik yondashuv: Maqsadlar korxonaning ichki resurslari va tashqi sharoitlarni hisobga olgan holda realistlik bo'lishi kerak. O'ta yuqori yoki past darajadagi maqsadlar korxona rivojlanishini cheklashi mumkin. Uzoq va qisqa muddatli maqsadlarning muvofiqligi – uzoq muddatli strategik maqsadlar qisqa muddatli maqsadlar bilan uyg'unlashishi lozim.

Strategik maqsadlar turli kategoriyalarga bo'linishi mumkin. Ular orasida:

- ✓ Moliyaviy maqsadlar – daromadni oshirish, foyda marjasini yaxshilash, xarajatlarni qisqartirish va investitsion kapital samaradorligini oshirish kabi maqsadlar kiradi.
- ✓ Marketing maqsadlari – yangi bozor segmentlariga kirish, iste'molchilar talabini qondirish va brend imidjini oshirish maqsad qilib qo'yiladi.
- ✓ Innovatsion maqsadlar – yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, texnologik jarayonlarni avtomatlashtirish va innovatsion loyihalarni amalga oshirish.
- ✓ Ijtimoiy maqsadlar – atrof-muhitni himoya qilish, mahalliy jamoalar bilan hamkorlikni rivojlantirish va barqaror rivojlanishga erishish kabi ijtimoiy masalalar kiradi.

Strategik maqsadlarni aniq belgilash korxonaning kelajakdagi rivojlanish yo'lini belgilaydi. To'g'ri ishlab chiqilgan maqsadlar korxonaning resurslarini

⁵ Richard L. Daft. Management. 13th Edition, Cengage Learning, 2020;



samarali boshqarishga, xalqaro bozordagi mavqeini mustahkamlashga va uzoq muddatli barqarorlikka erishishga yordam beradi.⁶

Tashqi iqtisodiy xavflarni boshqarish

Tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishda korxonalar turli xil xavflarga duch keladi. Ushbu xavflar valyuta kurslari o'zgarishidan tortib siyosiy barqarorlikka qadar keng doirani qamrab oladi. Shuning uchun, korxonalar bu xavflarni oldindan aniqlash, baholash va samarali boshqarish usullarini ishlab chiqishi kerak. Tashqi iqtisodiy xavflarni boshqarish korxonaning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tashqi iqtisodiy xavflar turlari

Tashqi iqtisodiy faoliyatda duch kelinadigan xavflar bir qancha asosiy turlarga bo'linadi. Valyuta kurslarining tebranishi natijasida kelib chiqadigan moliyaviy yo'qotishlar, xorijiy davlatlardagi siyosiy beqarorlik, qonunchilikdagi o'zgarishlar va iqtisodiy sanksiyalar, bozor xavfi – xalqaro bozorda raqobatning kuchayishi, iste'molchilar talabining o'zgarishi yoki mahsulotning bozorda raqobatbardosh bo'lmasligi, huquqiy xavf – xorijiy mamlakatlarda amaldagi qonunchilik va soliq tizimlari bilan bog'liq murakkabliklar misol bo'lishi mumkin.

Xulosa

Tashqi iqtisodiy faoliyatni muvaffaqiyatli amalga oshirish korxonalardan keng qamrovli tahlil, ehtiyotkor rejalashtirish va samarali boshqaruv talab qiladi. Bozor sharoitlarini o'rganish va strategik maqsadlarni aniqlash orqali korxonalar o'z faoliyatini xalqaro talablarga moslashtirishi, raqobatbardoshlikni oshirishi va yangi bozorlarga kirish imkoniyatini yaratishi mumkin. Xavflarni boshqarishda valyuta xedjlash, siyosiy tahlil, huquqiy himoya va logistika infratuzilmasini yaxshilash muhim ahamiyat kasb etadi. Zamonaviy texnologiyalarni joriy etish esa korxonalarga xavflarni minimallashtirish va samaradorlikni oshirish imkonini beradi. Shunday qilib, maqolada yoritilgan yondashuvlar korxonalar uchun xalqaro bozorda muvaffaqiyatga erishishning muhim asosidir.

⁶ David A. Aaker. Strategic Market Management. Wiley, 2014;



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Michael E. Porter. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press, 1985;
2. Philip Kotler, Kevin Lane Keller. Marketing Management. 15th Edition, Pearson Education, 2015;
3. David A. Aaker. Strategic Market Management. Wiley, 2014;
4. Richard L. Daft. Management. 13th Edition, Cengage Learning, 2020;