

**BIZNES SUBYEKTINING XALQARO BOZORGA CHIQISH  
STRATEGIYALARINING NAZARIY ASOSLARI  
(URAN EKSPORTI MISOLIDA)**

*Matmurotov Sardor Bagandikovich  
Osiyo Xalqaro Universiteti magistranti*

**Annotatsiya:** Ushbu ilmiy ishda biznes subyektlarining xalqaro bozorga chiqish strategiyalarining nazariy asoslari tahlil qilinadi hamda ular uran moddasini eksport qilish misolida yoritib beriladi. Zamonaviy globallashtirish jarayonida korxonalar faoliyatining samaradorligini oshirish, yangi bozorlarni egallash va raqobatbardoshlikni kuchaytirish xalqaro iqtisodiy aloqalarga faol kirishishni talab etadi. Shu jihatdan, xalqaro bozorga chiqish strategiyalarini to'g'ri tanlash va ilmiy asoslash muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot jarayonida xalqaro savdo nazariyalari, jumladan, nisbiy ustunlik nazariyasi, raqobat ustunligi modeli hamda ekletik paradigma (OLI modeli) kabi yondashuvlar o'rganilib, ularning amaliy qo'llanilishi tahlil qilinadi. Ushbu nazariyalar yordamida biznes subyektlarining qaysi mahsulotni eksport qilish, qaysi bozorlarga chiqish va qanday strategiyani tanlash masalalari izohlanadi.

Ishda O'zbekiston misolida uran eksportining o'ziga xos xususiyatlari ko'rib chiqiladi. Mamlakatda uran qazib olish va eksport qilish faoliyati asosan Navoiy kon-metallurgiya kombinati tomonidan amalga oshirilishi, uning xalqaro bozordagi o'rni va asosiy hamkor davlatlar bilan iqtisodiy aloqalari tahlil etiladi. Uran strategik xom ashyo sifatida yuqori darajada tartibga solinishi, xavfsizlik talablari va geosiyosiy omillarga bog'liqligi bilan ajralib turadi.

Shuningdek, ishda xalqaro bozorga chiqishda qo'llaniladigan asosiy strategiyalar — eksport, qo'shma korxonalar (joint venture), to'g'ridan-to'g'ri investitsiya hamda diversifikatsiya yondashuvlari yoritib beriladi. Uran eksporti misolida ushbu strategiyalarning afzalliklari va kamchiliklari, shuningdek, ularni qo'llashdagi iqtisodiy samaradorlik masalalari tahlil qilinadi.

Tadqiqot davomida siyosiy, iqtisodiy va ekologik risklar, jumladan, xalqaro sanksiyalar, narxlarning o'zgaruvchanligi, transport-logistika muammolari hamda yadro xavfsizligi talablari kabi omillar ham o'rganiladi. Bu esa uran eksport qiluvchi biznes subyektlari faoliyatini yanada murakkablashtiruvchi muhim jihatlarda baholanadi.

Mazkur ishning ilmiy yangiligi shundan iboratki, unda xalqaro bozorga chiqish strategiyalari umumiy nazariy jihatdan emas, balki aniq bir strategik resurs — uran

eksporti misolida kompleks tarzda tahlil qilingan. Amaliy ahamiyati esa, tadqiqot natijalaridan tabiiy resurslarni eksport qiluvchi korxonalar faoliyatini takomillashtirishda, eksport strategiyalarini ishlab chiqishda va xalqaro bozorlar bilan samarali hamkorlikni yo'lga qo'yishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

**Kalit so'zlar:** xalqaro bozor, biznes subyekti, eksport strategiyasi, uran eksporti, nisbiy ustunlik nazariyasi, raqobat ustunligi, ekletik paradigma (OLI modeli), globalizatsiya, diversifikatsiya, qo'shma korxonalar (joint venture), to'g'ridan-to'g'ri investitsiya (FDI), strategik resurslar, xalqaro savdo, raqobatbardoshlik, iqtisodiy samaradorlik, geosiyosiy omillar, yadro energetikasi, eksport bozorlari, tashqi iqtisodiy faoliyat, risklarni boshqarish.

**Umumiy tushuncha:** Zamonaviy globallashtirish sharoitida iqtisodiy faoliyat milliy chegaralar bilan cheklanib qolmay, balki xalqaro miqyosda kengayib bormoqda. Shu sababli biznes subyektlarining xalqaro bozorga chiqishi ularning rivojlanish strategiyasining ajralmas qismiga aylanmoqda. Xalqaro bozorga chiqish deganda, korxonaning o'z mahsulotlari, xizmatlari yoki kapitalini boshqa davlatlar hududida taklif etishi, sotishi yoki investitsiya kiritishi tushuniladi.

Bugungi kunda xalqaro iqtisodiy munosabatlar tizimi murakkab va ko'p qirrali bo'lib, unda davlatlar, transmilliy korporatsiyalar va turli biznes subyektlari faol ishtirok etadi. Korxonalar uchun xalqaro bozorga chiqish nafaqat daromad manbaini kengaytirish, balki yangi texnologiyalarni o'zlashtirish, ilg'or tajribani qo'llash va global raqobat muhitida o'z o'rnini mustahkamlash imkonini beradi.

**Xalqaro bozorga chiqish jarayoni bir martalik harakat emas, balki bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan strategik jarayondir. U quyidagi asosiy yo'nalishlarni o'z ichiga oladi:** *tashqi bozorlarni o'rganish va tahlil qilish, mos strategiyani tanlash (eksport, investitsiya, hamkorlik), mahsulot yoki xizmatni xalqaro standartlarga moslashtirish, logistika va ta'minot zanjirini tashkil etish, risklarni baholash va boshqarish.*

**Xalqaro bozorga chiqishning asosiy maqsadlari:** Biznes subyektlarining xalqaro bozorga chiqishi ma'lum strategik maqsadlarga asoslanadi. Bu maqsadlar korxonaning uzoq muddatli rivojlanishi, barqarorligi va raqobatbardoshligini ta'minlashga qaratilgan bo'ladi. Ayniqsa, tabiiy resurslarga asoslangan iqtisodiyotlarda, jumladan O'zbekiston misolida, ushbu maqsadlar yanada muhim ahamiyat kasb etadi.

**Daromad va foydani oshirish:** Xalqaro bozorga chiqishning eng asosiy maqsadi — korxonada daromadini ko'paytirishdir. Ichki bozor hajmi cheklangan bo'lsa, tashqi bozorlar yangi savdo imkoniyatlarini yaratadi. Uran misolida O'zbekistonda ichki iste'mol kam bo'lgani sababli uran asosan eksport qilinadi va bu katta valyuta tushumini ta'minlaydi.

**Bozorlarni diversifikatsiya qilish:** Korxonalar faqat bitta bozorga bog'lanib qolmaslik uchun turli davlatlarga chiqadi. Bu: risklarni kamaytiradi iqtisodiy barqarorlikni oshiradi. Uran eksportida turli mamlakatlarga sotish orqali narx va siyosiy risklar kamayadi.

**Raqobatbardoshlikni oshirish:** Xalqaro bozorda faoliyat yuritish korxonani yanada kuchli qiladi, yangi texnologiyalar o'rganiladi, mahsulot sifati oshadi, boshqaruv takomillashadi.

**Resurslardan samarali foydalanish:** Har bir davlat o'zida mavjud resurslarni maksimal darajada foydali ishlatishga intiladi. O'zbekiston uran zaxiralaridan eksport orqali daromad oladi.

**Strategik hamkorlikni rivojlantirish:** Xalqaro bozorga chiqish orqali: xorijiy kompaniyalar bilan hamkorlik, investitsiyalar jalb qilish, yangi loyihalarni amalga oshirish imkoniyati paydo bo'ladi. Uran sohasida texnologiya va kapital ko'pincha hamkorlik orqali kiradi.

**Innovatsiya va texnologiyalarni jalb qilish:** Xalqaro faoliyat yangi texnologiyalarni olib kiradi, ishlab chiqarishni modernizatsiya qiladi, bu ayniqsa konchilik va energetika sohasida muhim.

**Global bozorda o'rin egallash:** Korxonalar o'z brendi va nufuzini oshirish uchun global bozorda faol bo'lishga intiladi. Natijada xalqaro tan olinishi, uzoq muddatli shartnomalar amalga oshiriladi.

**Valyuta tushumini oshirish:** Eksport orqali mamlakatga chet el valyutasi kiradi, iqtisodiy barqarorlik mustahkamlanadi.

**Xulosa:** Ushbu ishda biznes subyektlarining xalqaro bozorga chiqish strategiyalari nazariy asoslari o'rganildi va ular O'zbekiston misolida, uran eksportini

kontekst sifatida tahlil qilindi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, xalqaro bozorga chiqish murakkab, ko'p bosqichli va strategik jarayon bo'lib, u iqtisodiy, siyosiy, ekologik va geosiyosiy omillar bilan chambarchas bog'liq. Xalqaro bozorga chiqishning asosiy maqsadlari: *daromad va foydani oshirish, bozorlarni diversifikatsiya qilish va risklarni kamaytirish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish, resurslardan samarali foydalanish, strategik hamkorlik va innovatsiyalarni jalb qilishdir.*

Uran eksporti misolida bu maqsadlar o'ziga xos ahamiyat kasb etadi, chunki uran nafaqat iqtisodiy resurs, balki strategik va xavfsizlik jihatidan muhim mahsulotdir. Navoiy kon-metallurgiya kombinati tomonidan amalga oshirilayotgan eksport jarayoni ilmiy asoslangan strategiyalar bilan boshqariladi, shu jumladan: *klassik nisbiy ustunlik va raqobat ustunligi nazariyalari, ekletik paradigma (OLI modeli), Uppsala modeli orqali bosqichma-bosqich xalqaro bozorga chiqish.*

Shuningdek, uran eksporti jarayonida siyosiy, moliyaviy, logistika va ekologik risklar inobatga olinadi, bu esa korxonalariga nafaqat iqtisodiy samaradorlikni, balki strategik barqarorlikni ta'minlash imkonini beradi.

Xulosa qilib aytganda, xalqaro bozorga chiqish strategiyasi muvaffaqiyatining kaliti — bu puxta rejalashtirish, nazariy bilimlarni amaliyotga tatbiq etish, va tashqi muhit omillarini hisobga olgan holda resurslarni samarali boshqarishdir. Uran eksporti misolida bu yondashuv O'zbekiston uchun xalqaro iqtisodiy aloqalarda barqaror va raqobatbardosh o'rin egallashga xizmat qiladi.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. David Ricardo. *On the Principles of Political Economy and Taxation*. London, 1817.
2. Adam Smith. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. London, 1776.
3. Michael Porter. *Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990.
4. John Dunning. *International Production and the Multinational Enterprise*. London: Allen & Unwin, 1981.
5. Hill, C. *International Business: Competing in the Global Marketplace*. 12th Edition. McGraw-Hill Education, 2019.
6. Cavusgil, S.T., Knight, G., Riesenberger, J.R. *International Business: The New Realities*. 4th Edition. Pearson, 2021.
7. Rugman, A.M., Collinson, S. *International Business*. 7th Edition. Pearson, 2012.
8. O'zbekiston Respublikasi Investitsiyalar va Tashqi savdo vazirligi. *O'zbekistonning xalqaro savdo salohiyati*. Tashkent, 2023.
9. Navoiy kon-metallurgiya kombinati. *Yillik hisobot 2025*. Tashkent, 2025.

10. Kun.uz. *“O‘zbekiston uran eksportini oshirmoqda”*. 2025.
11. Uzdaily. *“Uzbekistan plans to export uranium to Japan”*. 2025.
12. WTO. *World Trade Report 2024: Trade and Investment in Strategic Resources*. Geneva, 2024.
13. OECD. *Nuclear Energy Market and Policy Review*. Paris, 2023.
14. Hill, C.W.L. *Global Business Today*. 11th Edition. McGraw-Hill, 2020.
15. Cavusgil, S.T. *International Marketing*. 3rd Edition. Cengage Learning, 2018.