

## **“BEHBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI**

Muhammad Yusuf insoniy tuyg'ularni yurakdan tasvirlaydi. Jumladan:

**"Ulug'imsan, Vatanim"** - bu she'r O'zbekiston mustaqilligi ruhini tarannum etib, xalq qalbini chuqur zabt etgan.

**"Bobomning duosi"** - ota-bobolarimizning duolari, nasihatlari ularning donishmandligi va milliy qadriyatlar haqida yozilgan ta'sirli she'r.

**"Ko'zlarimda kecha yarmi"** - inson qalbidagi iztirob va kechinmalarni aks ettirgan.

Muhammad Yusuf 2001-yil 29-iyulda Qoraqalpog'istonning Ellikqal'a tumanida 47 yoshida vafot etdi. Shoir ijodi ayni gullab yashnagan paytda, she'riyat muxlislari bilan uchrashish maqsadidagi ijodiy safarida bu hayotdan ko'z yumgan va Andijonda dafn etilgan. Garchi umrining qisqa bo'lishiga qaramay u O'zbek she'riyatida unitilmas iz qoldirdi. Hozirgi kunda ham uning she'rlari yoshlarga ilhom bag'ishlamoqda, darsliklari o'rganilmoqda va kuy-navolarda she'rlari baralla jaranglamoqda. Shoirning adabiyot rivojiga qo'shgan xissasi munosib baholanib, u O'zbekiston Respublikasining birinchi Prezidenti Islom Abduganiyevich Karimov farmoni bilan **"Do'stlik"** ordeni bilan mukofotlangan hamda **" O'zbekiston xalq shoiri "** unvoniga sazovor bo'lgan.

**13. Xulosa:** Muhammad Yusuf - qalbida chechak ochgan she'riyat egasi, millat iftixori. Uning ijodi xalq qalbida yashashda davom etadi, she'rlari esa ilmga tashna yangi avlodlarga ilhom bag'ishlashdan charchamaydi. Uning adabiy merosi avloddan-avlodga o'tib, o'zbek millatining ajralmas madaniy boyligiga aylangan. Adib she'rlari biz bilan yashaydi, biz bilan birga nafas oladi va yosh kitobxonlar-u adabiyot oshnolariga vatanparvarlik ruhini bahsh etadi. Shoirning ijodi abadiy yashaydi va barchamiz uchun milliy g'urur manbai bo'lib qoladi.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI:**

1. Arboblar.uz
2. Vikipediya.org
3. ziyouz.com
- 4.kitobxon.uz

### **СТРАТЕГИИ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ЭКСПОРТА В УЗБЕКИСТАНЕ И ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕТОДЫ ПОИСКА НОВЫХ КЛИЕНТОВ ДЛЯ ДАЛЬНЕЙШЕГО СОТРУДНИЧЕСТВА ПО ВСЕМУ МИРУ**

**Муминова Ансора Улугбек кизи**  
*Основатель бренда Ansora Gallery*

**Введение.** В этой статье я поделюсь с вами стратегиями по увеличению экспорта в нашей стране и эффективными методами поиска новых клиентов. Поделюсь, как

## **“BENBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI**

анализировать текущую ситуацию экспорта, определять потенциальные рынки, продвигать экспортные товары и создавать конкурентные преимущества.

С развитием проектного метода ведения бизнеса во всем мире возникла необходимость внедрения принципиально нового механизма привлечения средств, позволяющего проводить работы для развития рынка. Экспорт играет важную роль в развитии экономики страны, способствуя росту ВВП, созданию новых рабочих мест и притоку иностранной валюты. Чрезвычайно важно развивать экспортные отрасли и находить новые возможности для расширения торговли с другими странами.

Наш президент дал ценные указания о дальнейшего повышение экспортного потенциала республики и доведение объемов экспорта республики в 2026 году до 30 миллиардов долларов США.

Президент Узбекистана Шавкат Мирзиёев обозначил ряд стратегий для увеличения экспорта и эффективного поиска новых клиентов на международных рынках. Эти меры направлены на диверсификацию экономики, повышение конкурентоспособности продукции и интеграцию в глобальные торговые системы.

Методы поиска новых клиентов и расширения сотрудничества такие как:

### **1.Присоединение к Всемирной торговой организации (ВТО)**

Президент подчеркнул важность вступления в ВТО для создания равной конкурентной среды и поддержки выхода на мировые рынки.

### **2.Создание экспортных зон с иностранными брендами**

Планируется организовать специальные экспортные зоны с 50 престижными иностранными брендами, что позволит увеличить объем экспорта и привлечь новых клиентов.

### **3.Развитие IT-услуг**

Цель — увеличить экспорт IT-услуг до 5 миллиардов долларов, что откроет новые рынки и клиентов в сфере высоких технологий.

### **4.Упрощение сертификации и таможенных процедур**

Планируется сократить время сертификации продукции и упростить таможенные процедуры, что облегчит выход на международные рынки.

### **5.Развитие агрологистики и переработки сельхозпродукции**

Планируется создание промышленных плантаций и перерабатывающих предприятий для увеличения экспорта фруктов и овощей до 3,5 млрд долларов.

### **График роста экспорта Узбекистана (2024–2027)**

Диаграмма показывает целевой и фактический объём экспорта на 2024–2027 годы. Целевой рост установлен на уровне 30% ежегодно.

## “BENBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI



Рисунок 1.

Повышение экспортного потенциала республики посредством активной поддержки деятельности предприятий-экспортеров.

Дальнейшее развитие экспортного потенциала отраслей местной промышленности на основе максимального задействования имеющихся возможностей.

Внедрение современных стандартов при производстве продукции, отвечающей требованиям зарубежных и международным рынкам, привлечение известных брендов.

Доведение доли частного сектора в экспорте до 60 процентов.

Увеличение экспорта автотранспортных средств в три раза и доведение до 1 миллиарда долларов США.

Увеличение экспорта туристических, транспортных, информационных и иных услуг, в том числе услуг программирования, в 1,7 раза, с доведением объемов их экспорта до 4,3 миллиарда долларов США.

Совершенствование системы оказания организационной и финансовой помощи предприятиям-экспортерам.

Увеличение доли готовой продукции и полуфабрикатов в структуре экспорта в 3,3 раза, расширение экспорта готовой продукции в европейские страны в рамках системы GSP+.

Увеличение количества предприятий-экспортеров с 6 500 до 15 000 и географии экспорта — с 115 до 150 стран за счет совершенствования системы содействия экспорта в зарубежные государства продукции отечественных производителей.

Реализация идеи «Новый Узбекистан — страна конкурентоспособной продукции», в том числе путем открытого конкурсного отбора 200 компаний для оказания всесторонней поддержки в трансформации их в ведущие экспортеры страны.

## “BENBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI

Создание свободных торговых зон на приграничных территориях с соседними государствами<sup>20</sup>

Анализ текущей ситуации экспорта в стране выявила такие данные как:

- Исследуйте данные

Анализируйте объемы экспорта по отраслям и регионам, выявила тренды и прогнозируйте развитие. Оцените конкуренцию и определите, в каких отраслях ваша страна имеет преимущества.

- Изучите рынки

Определите основные экспортные рынки вашей страны и изучите потребности и предпочтения потенциальных клиентов. Разберитесь, какие товары и услуги востребованы и какие конкуренты уже присутствуют на рынке.

- Определите препятствия

Идентифицируйте факторы, которые могут затруднить развитие экспорта, такие как торговые барьеры, логистические сложности и недостаточное финансирование. Разработайте стратегию для их преодоления.

Идентификация потенциальных рынков и клиентов

Определите потенциальные рынки и клиенты для вашей экспортной продукции. Исследуйте демографические, социально-экономические и политические факторы, которые могут влиять на спрос на ваши товары. Взаимодействуйте с местными торговыми палатами и посольствами для получения ценной информации.

Я поделюсь с вами с методами поиска новых клиентов для экспорта:

1. Расширение существующих связей что это значит? А это значит ,что укрепления отношений клиентами и партнерами, Воспользуйтесь рекомендациями и референсами для привлечения новых клиентов.

2. Участие в выставках и ярмарках. Именно этот метод считаю наиболее эффективным и испытанно на практике личной мной. Примите участие в международных выставках и ярмарках, чтобы познакомиться с потенциальными клиентами и продвигать свои товары и услуги.

3. Использование интернет-платформ

Именно эти методы мне позволили на практике осуществить свой первый экспортный товар и экспортировать в другую страну.

Осуществление внешнеэкономической деятельности предприятия начинается в тот момент, когда руководством принимается решение о продвижении товара на зарубежный рынок. При этом компания должна провести комплексный анализ своих возможностей, принять во внимание вероятные риски на зарубежных рынках. Весь цикл процедур выхода на зарубежные рынки включает определенные стадии, порядок прохождения

---

<sup>20</sup> Указ Президента Республики Узбекистан «О стратегии и развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы»

## “BENBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI

которых может варьироваться в зависимости от специфики деятельности того или иного предприятия и характеристики продукта. Определение привлекательности внешнего рынка, анализ его сильных и слабых сторон лежит в основе выбора любой стратегии выхода компании на зарубежное пространство.

В ходе анализа рынка важно уделить особое внимание 4 основным составляющим, а именно:

- Потенциал внешнего рынка (динамика изменения его емкости в перспективе);
- Доступность внешнего рынка (наличие и определение возможных барьеров входа);
- Восприимчивость внешнего рынка (степень готовности восприятия товара);
- Стабильность внешнего рынка.

Оценка потенциала рынка в зависимости от товара определяется по-разному. Для уже известных товаров емкость рынка можно оценить величиной установленного и/или прогнозируемого спроса на аналогичные товары в годовом периоде. Для товаров-новинок потенциал рассчитывается, исходя из спроса на товары-эквиваленты; в случае их отсутствия анализируется динамика потребностей, для удовлетворения которых производятся данные товары. Доступность рынка является относительным показателем. Для каждой компании она будет определяться затратами, необходимыми на проникновение на тот или иной рынок, установленными тарифными и нетарифными барьерами, а также непредвиденными изменениями экономико-политической ситуации потенциального государства. Анализ восприимчивости рынка обычно осуществляется в ходе пробных продаж потенциальных товаров или услуг. По результатам, полученным в ходе такого тестирования, на рынке складывается мнение о производителе, о товаре, об его определенных свойствах и качествах, имидже. Созданный комплексный образ, полученный в результате «пилотного тестирования», ложится в основу качественной корректировки всего дальнейшего маркетингового комплекса компании. Стабильность потенциального внешнего рынка определяется сложившейся на нем ситуацией (как экономической, так и политической). Обычно стабильность выражается в высоком уровне платежеспособности населения, а также в коммерческом постоянстве потенциальных клиентов.

Также необходимо проанализировать степень возможной конкуренции. На этапе конкурентного анализа исследователь рассматривает следующие стадии:

- Определение конкурентного преимущества;
- Составление перечня конкурентов;
- Разработка конкурентной структуры;
- Анализ и изучение основных конкурентов;
- Совершенствование механизмов конкуренции на зарубежных рынках. Говоря о конкурентных преимуществах, стоит отметить, что они являются, скорее, относительными, чем абсолютными. Это связано с периодическим изменением характера

## “BENBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI

самой конкуренции, а следовательно и ее преимуществ. С течением времени, конкурентные преимущества имеют особенность разрушаться из-за устаревания их источников, имитации другими компаниями, изменений в экономической ситуации и пр. Определение перечня конкурентов, разработка конкурентной структуры, а также анализ и изучение их деятельности является немаловажной стадией потому, что в результате этого складывается представление о количестве конкурентов и долях рынка, которые они занимают. Итоговая картина помогает понять, как компания должна выстраивать свои стратегии маркетинга, и на какие результаты она может рассчитывать. На финальном этапе, при непосредственном выборе рынка и комплекса маркетинга, для компании ставится задача максимально использовать выявленные конкурентные преимущества с учетом специфики зарубежного рынка. После того, как компания выбрала один или несколько зарубежных рынков, происходит разработка стратегии непосредственного выхода и закрепления на них. Она включает в себя выбор наилучшего позиционирования и продвижения товаров по сравнению с конкурентами. Стратегиям выхода на международные рынки посвятили свои работы некоторые зарубежные исследователи. Например, Майкл Портер, американский экономист и профессор, определил три общие стратегии, которые могут быть приняты компанией для получения конкурентного преимущества на зарубежном рынке:

- Стратегия лидерства стоимости;
- Стратегия дифференциации;
- Фокус - стратегия.<sup>21</sup>

Стратегия лидерства стоимости направлена на повышение эффективности и минимизацию издержек производства. Она может осуществляться благодаря жесткому контролю расходов, тщательному выбору клиентов, стандартизации и автоматизации производства. Основная идея данной стратегии заключается в том, чтобы в общей массе конкурентов определенная компания имела наименьшие затраты. Такая стратегия помогает пережить ценовое противостояние, обеспечить максимальную маржинальность, а также привлечь большое количество потребителей за счет снижения окончательной цены продукции. При выборе стратегии дифференциации делается акцент на предложение товара, превосходящего товары конкурентов по одному или нескольким аспектам, таким как характеристики товара, его качество, обслуживание клиентов, гарантия, дистрибуция, доставка и пр. Успешное применение стратегии дифференциации подразумевает предоставление уникальных характеристик, которые ценятся потребителями. Ключевым фактором успеха в стратегии дифференциации является четкое понимание потребностей потребителя. Фокус-стратегия предполагает концентрацию на небольшом сегменте, выбор которого происходит на основе

---

<sup>21</sup> По материалам портала MBA Knowledge Base

## **“BENBUDIY IZDOSHLARI” ILMIY VA IJODIY ISHLAR TANLOVI**

определенной группы потребителей или по географическому признаку. Тщательно выбирая сегмент и удовлетворяя потребности этого сегмента лучше, чем конкуренты, нацеленные на более широкие сегменты, компании могут получить значительное конкурентное преимущество. Это может произойти в том случае, если маркетологи изначально смогут найти нишу, которая еще не заполнена крупными конкурентами, а затем разработать специализированный продукт для удовлетворения имеющейся потребительской потребности. Таким образом, можно сделать вывод о том, что разработка стратегии выхода компании на рынки зарубежных стран является комплексным и многогранным процессом. Из-за наличия высокой степени неопределенности и изменчивости внешней экономической среды, компании разрабатывают все новые стратегии выхода на внешние рынки, включая в них многовариантные подходы к управлению процессами, анализу состояния рынков, оценке и увеличению конкурентного преимущества.

Лично я сама смогла сделать первый экспорт своих картин этими сильными стратегиями которые я разработала,но к сожалению моя цепочка оборвалась в связи беспокойной обратной во всем мире которая все еще не урегулировалась . Но верю когда вся обстановка нормализуется мы сможем возобновить свой экспорт и наша продукция будет радовать людей во всем мире я очень верю что наша продукция займет достойное место великих выставках Лувра.

### **SUD ISHLARINI YURITISH TIL PRINSIPI VA TARJIMON FAOLIYATI**

**Mahmudova Shohsanam Ithomjon Qizi**

*Toshkent davlat yuridik universiteti 1-kurs Talabasi*

*E-mail:shohsanammahmudova134@gmail.com*

**Annotatsiya:** *Ushbu maqolada O`zbekiston Respublikasida sud ishlari yuritish til prinsipi va tarjimon xizmatlarining tushunchalari hamda huquqiy asoslari o`rganiladi. O`zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, Fuqarolik protsessual kodeksi va Jinoyat-protsessual kodeksida sud ishlari yuritish tili bo`yicha normalar belgilangan bo`lib, ularning amaliyotda qo`llanilishi va mavjud muammolar tahlil qilinadi. Shuningdek, maqolada sud ishi yuritiladigan tilni bilmaydigan shaxslarga tarjimon xizmatlarining bepul taqdim etilishi hamda ushbu xizmatning sifatini ta`minlash masalalari yoritiladi. Tadqiqotda xorijiy tajribalar o`rganilib, O`zbekiston uchun qo`shimcha takliflar ishlab chiqilgan. Ushbu maqola sud tizimidagi til huquqlari va tarjimon xizmatlarining samaradorligini oshirish borasidagi dolzarb masalalarni qamrab olgan.*

**Annotation:** *This article examines the concepts and legal foundations of the principles of the language of court proceedings and interpreter services in the Republic of Uzbekistan. The norms regarding the language of court proceedings are established in the Constitution of the*