

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

1
2024



08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti

08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 788 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 7-fevralda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Korea, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyea Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.



MUNDARIJA

Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda investitsiyalarning roli va ahamiyati.....	10
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Zaynutdinova Umida Djalolovna	
Yashil iqtisodiyotga o'tishda konseptual, ilmiy, innovatsion yondashuvning zarurati	16
Gulnora Abdurahmonova	
O'zbekistonda "yashil" iqtisodiyotga o'tish muammolari va uni bartaraf etish yo'llari	22
S. R. Topildiyev	
Milliy strategik maqsadlar: ekologik va bojxona boshqaruvi mexanizmlarining maqbul kombinatsiyasi	28
Muratova Shohista Nimatullayevna	
Green Economy in Tourism in Uzbekistan.....	32
Alieva Makhbuba Toychievna	
Инновационные подходы в сельском туризме: "Зеленые маршруты"	36
Голышева Елена Вячеславовна	
Mamlakatimizda "yashil" iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasining ustuvor yo'nalishlari	42
Vaxabov Abduraxim Vasikovich, Nazarov Nazirjon Narzilloevich	
To'qimachilik sanoati korxonalarini barqaror rivojlantirish omillari.....	47
A.Yu. Mardanov	
Turizmni qayta jonlantirish strategiyasini ishlab chiqishda turizmni rejalashtirishning istiqbollari.....	52
A'zamov Saidakbarxon Avazxon o'g'li	
O'zbekistonda qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanishi asosida barqaror rivojlanishga erishish	57
Abdullayev Elyorbek Odiljon o'g'li	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni	62
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Turistik hududlarning barqaror rivojlanishini baholash metodologiyasida integral baholash ko'rsatkichlarini aniqlashning nazariy jihatlar.....	66
Asraqulov Abduraxmon Sultonovich	
Iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda "yashil" iqtisodiyot va uning ayrim masalalari.....	70
Axunova Shoxistaxon Nomonjanovna, Sultonova Gulbaxor Shoxnazimovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligi faoliyatining nazariy tamoyillari va o'ziga xos xususiyatlari.....	74
Bekmirzayev Mirzoxid Adashaliyevich	
Mintaqa iqtisodiyotida agrar soha samaradorligini oshirishning ahamiyati.....	78
Butanova Dilnoza Rustamovna	
Global krizislar va ularning turizm iqtisodiyotiga ta'siri.....	83
Hallakova Barnoxon bahodirjonovna	
Agroturizm faoliyati rivojlanishining xorijiy tajribalari va ularda faoliyatni rivojlantirish modellarining qo'llanilishi.....	95
Husanboyev Sadafbek Yorqinjon o'g'li	
Yashil iqtisodiyotni kreditlashda banklarning o'rni.....	101
Ibragimova Sevara Muxamedjan qizi	
Qurilish materiallari sanoati korxonalari samaradorligini baholash masalalari.....	104
Isayev Jakhongir Muzaffarovich	
Iqtisodiyotni islomiy moliya tamoyillari asosida moliyalashtirish amaliyotini joriy etish istiqbollari	110
Kasimov Baxtiyor Usmanovich	
Oziq-ovqat sanoatida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning iqtisodiy mexanizmi.....	113
Mahamatova Maftuna	
Turizm xizmatlar bozorida raqobatbardoshlik ko'rsatkichlarini takomillashtirish imkoniyatlari.....	119
Nurfayziyeva Mohinur Zayniddinovna	



Islom moliyalashtirish xizmatlari asosida kichik va o'rta biznesni moliyalashtirish usullari.....	124
Said Po'latov Maxamedovich	
Using Innovative Technologies in Hotels as a Factor of Sustainable Development of Tourism Industry	128
Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich, Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li	
Dorivor o'simliklar yetishtirishning dunyo mamlakatlari iqtisodiyotidagi o'rni va xalqaro bozor savdosida prognozlar.....	135
To'xtabayev Jamshid Sharofiddinovich, Maftuna Ermatova Arslonbek qizi	
O'zbekistonga turistlar tashrifini ko'paytirishda raqamli texnologiyalarning o'rni	142
Toshmurod Kulmanov	
Agrobiznesni moliyaviy quvvatlash va rivojlanish istiqbollari	147
Tursunova Dilnavo Islomovna	
Oziq-ovqat bozorini qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish.....	150
Azlarova Munira Muxammad-Amin qizi	
Yoshlar turizmini rivojlantirish holati va uni takomillashtirish yo'llari.....	159
Allayor Norboyev Ismoilovich	
Biologik aktivlarni baholashning uslubiy jihatlarini takomillashtirish.....	162
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Agrosanoat ishlab chiqarishida innovatsion jarayonlarni tadqiq qilishga uslubiy yondashuvlari.....	168
Dusmatov Begmuhammad Olimjonovich	
Suv resurslaridan samarali foydalanishda suv solig'ining ahamiyatini oshirish	174
Ikramov Nuriddin Kamolitdinovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida innovatsiya va innovatsion faoliyat bilan bog'liq tushunchalarining nazariy masalalari	179
Mamayunus Qarshibayevich Pardayev, Temur Olimovich Mamayunusov	
Aglomeratsiya iqtisodiyoti – Agglomeratsiya iqtisodiyoti – hududiy rivojlanishni harakatlantiruvchi omili sifatida	185
Raximbayev Akmal Azatboyevich	
Korxonalarini boshqarish samaradorligini oshirishda innovatsion yondashuvlardan foydalanish mexanizmlari	190
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
Globalashuv sharoitida turizm sohasida innovatsion faoliyatni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirish	195
Salimov Dilshodbek Davronovich	
To'qimachilik sanoat korxonalarida marketing strategiyasi.....	199
Tillyaxodjayev Azizxon Aloxonovich	
Oziq-ovqat sanoati korxonalari raqobatbardoshligini oshirish yo'llari	203
Nilufar Umarova	
O'zbekistonda transport xizmatlari ko'rsatilishi tahlili	207
Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li	
Agrar sektorga jalb qilingan investitsiyalarning sohadagi intensiv iqtisodiy o'sishga ta'sirining tahlili	213
Yangiboyev Sirojiddin Jo'ramurodovich	
Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligiga a'zo davlatlarda auditning xalqaro standartlarini qo'llash xususiyatlari	220
Meliyev Isroil Ismoilovich	
Raqamli bank xizmatlarini yanada takomillashtirish: muammolar va yechimlar	227
Melikov Otabek Maxmadiminovich	
Innovatsion iqtisodiyotda inson kapitalining tutgan o'rni.....	232
Abdikarimov Islombek Ibragimovich	
Kimyo sanoati korxonalarini boshqarish modellariga oid zamonaviy tajribalar.....	237
Avulchayeva Feruza Djurakuziyevna	
Задачи предмета «русского языка» на современном этапе	243
Адилова Солияхон	



Tijorat tashkilotlarining investitsiya faoliyati	247
Farhod Mahmudovich Tirkashyev, Asomiddinov Husan Asomiddin o'g'li	
Korrelyatsion-regression tahlil orqali turizm xizmatlari samaradorligini oshirish mexanizmlari.....	252
Gapparov Azim Qayumovich	
O'zbekistonda monetizatsiya darajasi va uni makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'siri.....	258
Isayev Atabek Djurabayevich	
Prospects for the Development of Bond Circulation in the Capital Market.....	266
Jurabek Sobirov	
Ta'lim xizmatlari bozorida oliy ta'lim muassasalarining rivojlanish holati tahlili.....	270
Kuldashev Sherzod Alimardonovich	
Iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilish va ularning barqaror iqtisodiy o'sishdagi roli	276
Mamadiyeva Dilrom Ravshon qizi	
Surxondaryo viloyatlarning marketing salohiyatini shakllantirish holati tahlili	280
Mamadjanova Tuyg'unoy Axmadjanovna	
Improving Internal Control System	287
Mexmonaliyev Ulug'bek Erkinjon o'g'li	
Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishda OTMLar veb-saytlari samaradorligini oshirish.....	291
Musayev Bekjon Shukurillayevich	
Korxonaning narx-navo tizimi va narx siyosatini tahlil qilish	298
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ilhomovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida tibbiyot sohasini moliyalashtirish istiqbollari.....	302
Muxammadiyev Ramz Zoirjon o'g'li	
Xizmatlar ko'rsatish subyektlarida biznes-modellarining raqamli transformatsiyalashuv konsepsiyalari.....	306
N. B. Yahyoxonov	
Mikromoliyaviy xizmatlar ko'rsatuvchi kredit tashkilotlarining samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarning ekonometrik tahlili.....	311
Nazarova Muslima Nazarovna	
Sanoat korxonalarida aylanma mablag'lardan foydalanishning ilmiy-amaliy jihatlarini	317
Nurmatov Mirzaakbar Mirzaaliyevich	
Biznesni yuritishda korxonalararo integratsion jarayonlarni rivojlantirish masalalari.....	322
Olimova Nodira Xamrakovna	
O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning moliyaviy mexanizmlari: tahlil va istiqbollar	329
Oppoqxonov Nurmuhammadxon Po'latxon o'g'li	
O'zbekistonda davlat korxonalari transformatsiyasini jadallashtirish yo'nalishlari.....	333
Qahhorov Azizjon Ahror o'g'li	
Aholining turmush darajasini oshirish sharoitida mehnat bozori transformatsiyasining dinamikasi	338
Rahimboyev Muxtorbek Ikrom o'g'li	
Tijorat banklarida iqtisodiy-matematik modellashtirish samaradorligini yanada oshirish usullari.....	341
Raxmanov Mexridin Sindarovich	
Aholi moliyaviy savodxonligiga investitsiya kiritishning ahamiyati.....	345
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
Makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda valyuta siyosatini samarali tashkil etish.....	350
Samandarov Zuxriddin Raup o'g'li	
Sharq va G'arb tamaddunida gender qarashlar	355
Samandarova Gulxayo Abduraim qizi	
Imkoniyati cheklanganlarga to'siqsiz turizm xizmatlarini tashkil etish istiqbollari	359
Tilovmurodov Dostonbek Furqat o'g'li	
To'qimachilik korxonalarining inqirozga qarshi boshqaruvida davlat tomonidan tartibga solishning ahamiyati	363
Todjimamatova Mashxura Erkinovna	
Mintaqalarning ekologik-iqtisodiy xususiyatlari va ularning barqaror rivojlanish bilan bog'liqligi	367
Toshboyev Muzaffar Muxtorovich	



Перспективы развития сферы услуг в Узбекистане.....	373
Tsoy Marina Petrovna, Li Marina Rudolfova, Romashkin Roman Anatolyevich	
Opportunities for Bicycle Tourism in Zomin, Bulungur and Bakhmal Districts.....	379
Urozaliev Elyor Shuxrat ogli, Xujamov Bobur bahodir ogli, Saydullayev Abbosjon Murodovich	
Pul-kredit siyosati va moliyaviy inqiroz: uslubiyot va saboqlar	384
Xakimov Dilshodjon Rahmonaliyevich	
Korxonalarda barqaror rivojlanishni tatbiq etish istiqbollari.....	391
Xidirova Marg'uba Rustamovna, Jumayeva Guzal Sherxon qizi	
Telekommunikatsiya korxonalari faoliyati samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish.....	396
Xusanov Ulugbek Nishanovich	
Milliy iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasini kengaytirish imkoniyatlari.....	402
Xuseynova Feruzabonu Mamadaliyevna	
O'zbekiston iqtisodiyotida raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari.....	405
Yo'ldosheva Dilnoza G'ayrat qizi	
Необходимость соблюдения этических норм в профессиональной деятельности бухгалтеров	408
Абдуллаханова Гулбахор Саттаровна	
Mintaqalarda kichik innovatsion korxonalarni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari.....	412
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich, Axmadjanov Ilyosbek Ilxomjon o'g'li	
Tadbirkorlik faoliyatini rivojlanishini nazariy masalalari.....	416
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich, Abduraxmonov Sherali Sharifjonovich	
Пути повышения прозрачности бюджета Республики Узбекистан.....	420
Адашов Гайрат Рустамович	
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog'liqligi	424
Axmediyeva Aliya Toxtarovna	
Тенденции и факторы развития пищевой промышленности в Узбекистане	432
Б. А. Хакимов	
Роль платежных систем в функционировании электронной коммерции.....	438
Бабаева Гузаль Яшиновна	
"Sirdaryo" va "Sirdaryo-Farm" erkin iqtisodiy zonasidagi xorxonalari erishgan yutuqlari, berilgan imtiyozlar va yaratilgan shart-sharoitlar to'g'risida	444
Davlayev G'olib Ashurovich	
Milliy iqtisodiyotga jalb qilingan investitsiyalarning tahlili	447
Djalilov Dostonbek Abduazizovich	
Ishlab chiqarish tafovutining Markaziy Bank monetar siyosati qarorlariga ta'siri.....	452
Duskobilov Umidjon Sharofiddinovich	
O'zbekistonda innovatsion jozibadorlik asosida oliy talim xizmatlarini rivojlantirish.....	457
Jonuzokov M. K.	
Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvni takomillashtirishda xorij tajribasidan foydalanish.....	461
Ismailov Allayor Rashidovich	
Особенности формирования ценовой стратегии на рынке плодоовощной продукции.....	465
Исроилов Абдурашид Абдурахманович	
Iqtisodiyotni globalashuvi sharoitida xo'jalik yurituvchi subyektlar barqarorligining nazariy metodologiyasini takomillashtirish	471
Kalandarova Nargiza Narimanovna	
Проблемы регулирования и защиты инвесторов в развитии электронной коммерции и пути их решения	475
Кенжебаева Гульфуза Рахматиллаевна	
Сущность, цели и задачи определение уровня финансовой устойчивости предприятия в современных условиях	478
Киличев А. А.	
Sug'urta tashkilotlari tomonidan taqdim etiladigan hisobotlarni xalqaro standartlarga muvofiq takomillashtirish	485
Kodirkulov Oybek Turdiboyevich	



Классификация институциональных факторов, определяющих предпринимательскую активность в Узбекистане.....	490
Курпаяниди Константин Иванович	
Ho'jalik yurituvchi subyektlarning kredit va qarz mablag'laridan foydalanish samaradorligi tahlilini takomillashtirish.....	497
Mahmudova Go'zal Samadjon qizi	
Muqimiy ijodiDA milliy uyg'onish va iqtisodiy, falsafiy qarashlar	502
Muxlisa Muxitdinova	
Совершенствование управления портфелем залогов для обеспечения финансовой устойчивости: инсайты и рекомендации для Узбекистана	505
Наимов Шахрух	
Определение специфических особенностей и факторов влияющие на процесс внедрения международных требований и стандартов в коммерческих банков Республики Узбекистан.....	509
Хайдаров Зохир Шаривович , Каражанова Гулноза Толлиевна, Хайдари Фидои Зохи Зода	
Inson kapitalida mujassam bo'lgan fazilatlar, ularning jamiyat rivojlanishidagi o'rni va roli	514
Mamayunus Qarshibayevich Pardayev, Sevara Abdinazarovna Babanazarova, Mexrangiz Olimovna Mamayunusova	
Развитие рыночных отношений и усиление их влияния на рост объёмных и качественных показателей культурного туризма.....	521
Пулатова Сурайё Юлдашевна	
Основные направления цифровой трансформации в банковском секторе.....	525
Рахимова Гавхар Ойбековна	
O'zbekistonda ayollarni tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishda bank kreditlarining roli	530
Saidova Subhinigor Azizovna	
Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish asosida kambag'allikni qisqartirishning innovatsion yo'llari	535
Sultonov Shodiyor Abduhalilovich, Nazarov Asqar Anvar o'g'li	
Yuridik shaxslar mol-mulkiga soliq solishning o'ziga xos xususiyatlari	541
Umirov Xurshid Islomovich	
Korxonalar va tashkilotlarni modernizatsiya qilish jarayonlari.....	545
Fayziyeva Dilafuz Shuxratovna	
"Авеста" – исторический источник экономической мысли в Древней Средней Азии	549
Хакимов Назар Хакимович, Садиков Анвар Каримович	
Приоритетные направления развития теории формирования финансовой политики предприятия	555
Хамдамов С. Ф.	
Innovatsion rivojlanish sharoitida inson resurslarini strategik boshqarish.....	562
Xasanova Nafisa Shavkatovna	
Mehnat bozorida mehnat resurslaridan samarali foydalanishda yoshlar bandligini takomillashtirish.....	566
Xuvaydullayeva Iroda Xusniddin qizi	
Sanoat korxonalari faoliyati samaradorligi va raqobatbardoshligini baholashga doir uslubiy yondashuvlar.....	572
Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna	
Amir Temur davrida hunarmandchilik siyosatining o'ziga xos iqtisodiy xususiyatlari	578
Zikrillayev Jaxongir Sarvar o'g'li, ilmiy rahbar: Nasimov Baxtiyor Vasiyevich	
Infratuzilma obyektlari rivojlanishining turizm sohasidagi o'rni.....	583
Toyrova Amina Baxtisher qizi	
Korxonalarda moliyaviy investitsion portfelni jalb qilish va rag'batlantirishning zamonaviy shakl va usullari tahlili	588
Haydarov Humoyun Begmurod o'g'li	
Kichik biznes korxonalari raqobatbardoshligini tadqiq etishga konseptual yondashuvlar	592
К. Q. Tajibayev	
Бухгалтерский учет дебиторской и кредиторской задолженности в современной экономике	599
Камолова Феруза Кахрамоновна	



O'zbekistonda mehmonxona sohasidagi mahalliy boshqaruv tizimini takomillashtirish yo'llari.....	603
Mirzayeva Lola Shavkatovna	
Turizmni rivojlantirishda "yashi" marketingni o'rni.....	607
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
Inson kapitalini boshqarishning xorij tajribasi.....	612
Ruzmetova Gulira'no Atabekovna	
Agrasanoat majmuasida oziq-ovqat mahsulotlarini yetishirish va qayta ishlashda klasterlarini rivojlantirishning xalqaro tajribalari.....	620
Salixov Sherzod Abduxakimovich	
Mamlakatimizda mehnat bozorida ayollarning iqtisodiy faolligini oshirish	625
Xusanova Gulsum Baxtiyorovna	
Budjetdan tashqari mablag'lar hisobi va nazoratini takomillashtirish	628
Ostonokulov Azamat Abduraimovich, Alimardonov Asrorjon Alimardonovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida investitsion jarayonlar rivojlanishining xorij tajribasi	635
Miyassarov Davron Abdurashid o'g'li	
Xizmat ko'rsatish va servis sohasida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligini baholash ko'rsatkichlari.....	640
Muhammadamin Erdon o'gli Erdonov	
Инновационные направления развития сферы услуг как фактор экономического роста.....	644
Насиров Дилшод Фархадович	
Влияние прямых иностранных инвестиций (пии) на экономику Узбекистана	654
Юлдашев Нодирбек Сайдибурханович	
Qulay investitsiya muhiti – xorijiy investitsiyalar oqimini oshirishning asosiy omilidir.....	659
Hoshimov Jahongir Ravshanbek o'g'li	
Biznesni loyihaviy moliyalashtirish va uning asosiy yo'nalishlari.....	664
Razzakov Jasur Xamraboyevich	
Inflation and Unemployment: Evidence from Uzbekistan	670
Mahmudov Nosir, Nabiyeva Nargizaxon Nuriddin qizi	
Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda marketing strategiyalaridan foydalanish	677
Meliqulov Abduhalil Norinovich	
O'zbekistonda kichik sanoat zonalarini tashkil etish va rivojlantirishda xorij tajribalaridan foydalanishning ustuvor yo'nalishlari	683
Ortiqov Avazbek Bahrom o'g'li	
Rene Dekart va Blez Paskal ta'limotlarida ratsional g'oyalar komparativistikasi.....	689
Ruzmatova Gulnoz Miraxrarovna	
Sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishining nazariy-uslubiy asoslari.....	694
Samijonov Musobek G'ayratjon o'g'li	
The Importance of the World Trade Organisation (WTO) and Uzbekistan's Efforts to Join It.....	699
Urozaliev Elyor, Khoshimova Sevara	
Jismoniy tarbiya va sport muassasalarini moliyalashtirishdagi mavjud muammolar.....	705
Abduqaxorov Ulug'bek Abdug'aniyevich	
Yangi O'zbekistonda turizmning drayver sifatida barqaror rivojlanish yo'nalishlari	709
Tuxliyev Iskandar Suyunovich	
Mahalliy soliqlar va yig'implarning iqtisodiy mohiyati hamda ularni undirishning xususiyatlari	713
Tuychiyev Kamoliddin	
Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishda xorijiy mamlakatlarning ilg'or tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari	717
Yadgarov Nodir Ravshanovich	
Organik qishloq xo'jaligiga o'tish bosqichlarining tashkiliy jihatlar va iqtisodiy asoslari.....	723
Amirqulov Shuxrat Olimovich	
Davlat xaridlari jarayonida e'tiborsiz ijrochilarni imkoniyatini cheklash masalalari	727
G'ofurov Temur Baxrom o'g'li	



O'zbekiston iqtisodiyotida investitsion loyihalarni faol tashkil etish istiqbollari	730
Utkurov Kozimjon Dilmurod o'g'li	
Iqtisodiy o'sishni ta'minlashda transport tadbirkorligi faoliyatini rivojlanish imkoniyatlari	733
M. Masharipova, I. Ruzmetova, D. Kuramboyeva	
Sug'urta faoliyatini takomillashtirishda andarrayting xizmatining o'rni	737
Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
O'zbekistonda eksportni sug'urtalash mexanizmlarini yanada kengaytirish yo'nalishlari	741
Qarshiyev Keldiyor Eshpulatovich	
Kambag'allikni qisqartirishda aholini tadbirkorlikka yo'naltirish	745
Rajabboyev Muzaffar Erkaboyevich	
Yoqilg'i-energetika korxonalarining moliyaviy barqarorligining ilmiy nazariy asoslari	749
Xusanov Qaxramon Nishonovich	
Оценка результатов реформы бухгалтерского учета в Республике	753
Киличева Фарида Бешимовна, Ирмухамедова Муслима Дилшодовна	
Эффективность программ соответствия в различных компаниях	757
Ахмедов Бехзод Ахмедович	
Элементы системы внутреннего контроля в выбранном финансовом институте	762
Хасанов Кахрамон Ахмаджанович	
Authentic Leadership Unleashed: A Comparative Analysis of Leadership Styles	767
Esanova Shohida Utkirovna	
Investitsion loyihalarni moliyalashtirishdagi moliyaviy risklarni boshqarishning ilg'or xorij tajribalari	774
Madiyarov Sanjar Gulyamovich	
Paxta-to'qimachilik klasterlarida xarajatlar hisobining uslubiy masalalari takomillashtirish	781
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich, Umaraliyev Isomidin Ismonjon o'g'li	



MILLIY MAHSULOTLARNI JAHON BOZORIGA OLIB CHIQUISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH

Meliqulov Abduhalil Norinovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy asoslari, tashqi bozorga chiqish orqali korxonani rivojlantirish yo'llari, tashqi bozorda raqobatchilarni tahlili qilish usullari berilgan.

Kalit so'zlar: Milliy mahsulotlar, jahon bozori, marketing strategiyalari, tashqi iqtisodiy faoliyat, to'g'ridan to'g'ri (bevosita) eksport qilish, bilvosita eksport, tovarlarni litsenziyalash, qo'shma korxonalar tuzish, franchayzing, piggybacking, autsorsing, elektron tijorat, strategik ittifoqlar.

Abstract: This article presents the theoretical basis of using marketing strategies in the export of national products to the world market, ways of developing the enterprise by entering the foreign market, and methods of analyzing competitors in the foreign market.

Key words: National products, world market, marketing strategies, foreign economic activity, direct (direct) export, indirect export, product licensing, joint ventures, franchising, investment, piggybacking, outsourcing, e-commerce, strategic alliances.

Аннотация: В данной статье представлены теоретические основы использования маркетинговых стратегий при экспорте национальной продукции на мировой рынок, пути развития предприятия путем выхода на внешний рынок, методы анализа конкурентов на внешнем рынке.

Ключевые слова: Национальная продукция, мировой рынок, маркетинговые стратегии, внешнеэкономическая деятельность, прямой экспорт, косвенный экспорт, лицензирование продукции, совместные предприятия, франчайзинг, piggybacking, аутсорсинг, электронная коммерция, стратегические альянсы.

KIRISH

Xalqaro marketing faoliyatidan shu narsa ma'lumki, korxonalar ko'pincha tashqi bozorlarga chiqish orqali tovar va xizmatlar sotish hajmini yanada oshirishga harakat qiladi. Hozirgi kunda tashqi iqtisodiy faoliyatda kompaniyalarning xalqaro marketing konsepsiyasi tovar va xizmatlarni jahon bozorida siljitish bilan tavsiflanib, kompaniyaning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi ishtiroki darajasiga bog'liq. Mamlakat va korxonaning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi ishtiroki quyidagicha bo'lishi mumkin ^[1]:

- Mamlakat yoki korxona muntazam tovarlarni eksport qilmaydi va xorijdan tovar va xizmatlarni import qiladi;
- Mamlakat yoki korxona xalqaro mehnat taqsimotida faol ishtiroki natijasida xomashyo va zamonaviy texnologiyalar import yoki eksport qilinadi;
- Mamlakat yoki korxona qo'shma ishlab chiqarish shaklida xalqaro sanoat va ilmiy-texnik hamkorligida ishtirok etadi.

Korxonani rivojlantirishda tashqi bozorga chiqish yo'lini tanlashga quyidagi sabablar ta'sir qiladi:

- **Korxona faoliyatini diversifikatsiya qilish.** Bir nechta mamlakat bozorlarida mijozlar bazasini diversifikatsiya qilish, agar bitta bozordagi sotuvlar hajmi pasaygan taqdirda ham boshqa bozordan olinayotgan daromadlar hisobiga korxonaning iqtisodiy holatini yaxshi saqlab qolishga yordam beradi. Ilmiy izlanishlar shuni ko'rsatadiki, diversifikatsiya siyosati marketing siyosati konsepsiyasi asosida korxonaning raqobatdoshlik strategiyasini izlash hisoblanadi. Demak, tarmoq korxonalari diversifikatsiya siyosatini boshqarishga marketing orqali yondashilib, u asosan, ishlab chiqaruvchi hamda iste'molchi nuqtai nazaridan o'rganiladi ^[2].



- **Yangi biznes imkoniyatlarini izlash.** Ichki bozordagi talab pasaysa yoki bozor ma'lum vaqtdan so'ng to'yinsa ham korxona yangi mijozlarni jalb qilish, ularning talablari asosida tovarni takomillashtirib borish orqali daromad olishda davom etishi mumkin.
- **Yangi bozorlarda ham korxona brendining tan olinishi.** Yangi bozorlardagi mijozlar korxonaning raqobatbardosh tovar va xizmatlaridan xabardor bo'lsa, korxonaning sotuvlari hajmini oshirish yanada imkoniyati tug'iladi.
- **Ko'proq daromad olish.** Milliy bozorlardan tashqarida ham kengayib borayotgan mijozlar bazasiga ega bo'lgan korxonalar, faqat mahalliy bozorda faoliyat yuritadigan korxonalarga qaraganda ko'proq daromad olish imkoniyatiga ega bo'ladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda marketing strategiyalaridan foydalanish bilan bog'liq muammolar F.Kotler, M.Porter, I.Ansoff, Ye.P.Golubkov, A.Dayan, A.Vaysman¹ kabi xorijiy olimlarning ilmiy tadqiqotlarida yoritilgan. Ular tomonidan korxonalarda marketingni samarali tashkil qilishning ilmiy nazariy muammolari bilan birga tashqi iqtisodiy faoliyatda marketing muammolarini hal qilishning turli yo'nalishlari ham o'rganilgan.

O'zbekistonda tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirishda marketingdan samarali foydalanish muammolari, A.Sh. Bekmurodov, M.S. Kasimova, Ya.K. Karieva, Sh.J. Ergashxodjaeva, I.A. Ahmedov² kabi olimlar tomonidan tadqiq etilgan.

I.A. Ahmedovning ilmiy ishlari, korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishning metodologik asoslarini takomillashtirishga bag'ishlangan bo'lib, tashqi bozorda xalqaro marketingni tadqiq qilish metodologiyasi, tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish va eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish uchun korxonalarni diversifikatsiyalash modelining amaliyotda qo'llash hamda zamonaviy marketing strategiyasini amalga oshirish kabilar bo'yicha ilmiy amaliy natijalarga erishilgan.

Sh.J. Ergashxodjaevaning ilmiy tadqiqotlarida, raqobat sharoitida korxonalar marketing faoliyatini takomillashtirish, eksport salohiyatini oshirish orqali savdo hajmini kengaytirish bilan bog'liq ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda ilmiy bilishning iqtisodiy tahlil, mantiqiylik, ilmiy abstraksiyalash, guruhlash, qiyoslash, retrospektiv tahlil va boshqa uslublaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda korxonalar odatda bir necha xil marketing strategiyalarini qo'llashlari mumkin. Bu strategiyalarni amalga oshirishda bozor va tovarni tanlash jarayonidagi afzalliklarni, bozor sharoitini, ishlab chiqarish va etkazib berish jarayonlarini, ichki va tashqi bozordagi raqobatchilarning ustun va zaif jihatlarini, davlatning iqtisodiy siyosatini shuningdek, iste'molchilarning xulq-atvori kabilarini hisobga olish lozim. Tashqi bozorda marketing maqsadlariga erishish faqatgina korxonaning ichki resurslari va imkoniyatlarigagina emas, balki kompaniyalar, korxonalar o'rtasidagi raqobat, xalqaro bozorlardagi iqtisodiy-siyosiy vaziyat, umuman olganda xalqaro bozor kon'yunkturasi holatiga ham bog'liq bo'ladi.

Korxona tashqi bozorga chiqishni o'z oldiga maqsad qilganda quyidagi vazifalarni bajarishi kerak bo'ladi:

- korxonaning xalqaro bozordagi strategik maqsadlarini ishlab chiqish;
- korxonaning imkoniyatlarini va resurslarini (moliyaviy resurslar, mehnat resurslari, ishlab chiqarish, etkazib berish (transport - logistika), marketing imkoniyatlari, boshqaruv imkoniyatlari va h.k) baholash;
- xalqaro va ichki bozorlardagi marketing bo'yicha tendensiyalarni tahlil qilish;

1 Котлер Ф. и др. Основы маркетинга. Пер. с англ. Издательский дом "Вильямс", 2009. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов. Пер. с англ. - 2-е изд. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. Ансофф И. Стратегическое управление. - М.: Экономика, 1995., Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. - М.: Русская Деловая Литература, 1999. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология, практика. - М.: Издательство "Финпресс", 1998. Дайан А. Промышленный маркетинг // Академия рынка: маркетинг / Пер. с фр. - М.: Экономика, 1993. -С. 201-282. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху. Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха / Пер. с нем. - М.: ОА "Интерэксперт"; Экономика, 1995.

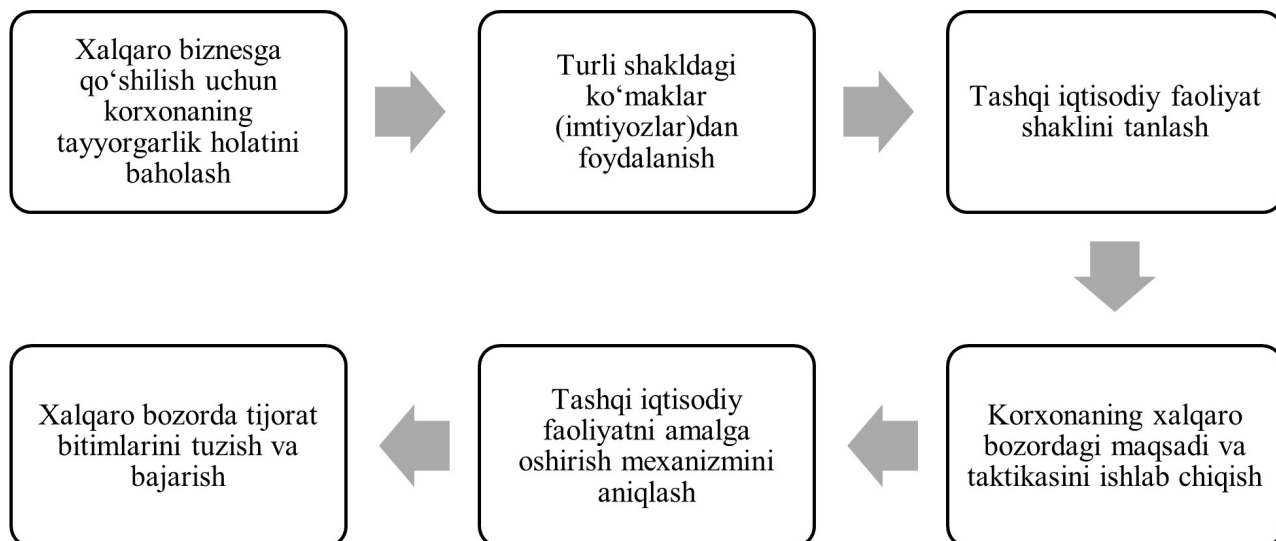
2 Бекмуродов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дис. докт. экон. - Т., 1993.; Karieva Ya.K. O'zbekistonni jahon bozoriga chiqish uchun xalqaro yo'laklardan samarali foydalanishning logistik transport muammolari. Iqt. fan. dok. diss. avtoref.-T., 2004. -44 b; Ergashxodjaeva Sh. Bozor raqobati sharoitida qishloq joylarida kooperatsiyani rivojlantirishning marketing strategiyasi. Iqt. fan. dok. diss. avtoref. -Toshkent: TDIU, 2007.; Ahmedov I.A. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishning metodologik asoslarini takomillashtirish. Iqt. fan. dok. diss. avtoref. -T., 2021. -76 b.



- korxonaning kelgusidagi istiqboli uchun strategiyani belgilash va ushbu strategiyani amalga oshirish dasturlarini ishlab chiqish.

Yuqorida ko'rsatilgan vazifalarni hal qilish asosida korxonaning (ichki va tashqi bozorlar uchun) strategiyasi ishlab chiqiladi.

Korxonaning strategiyasi – bu korxona oldiga qo'yilgan maqsadlarga erishishni ta'minlovchi, ilmiy asoslangan kelajakka mo'ljallangan chora-tadbirlar tizimidir. Ko'pincha, korxonaning xalqaro bozordagi muvaffaqiyati uning strategiyasining qanchalik mukammal ishlab chiqilganligiga bog'liq bo'ladi. Korxonaning xalqaro bozordagi strategiyasini ishlab chiqish jarayoni quyidagi oltita bosqichni amalga oshirishni nazarda tutadi (1-rasm).



1-rasm: Korxonaning xalqaro bozordagi strategiyasini ishlab chiqish bosqichlari sxemasi³

Tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish jarayonining eng muhim tarkibiy qismi – dastur va biznes-rejalarni ishlab chiqish hisoblanadi. Dasturlar odatda korxona faoliyatining muhim yo'nalishlaridan birini rivojlantirishni belgilaydi. Korxonaning asbob-uskunalarini modernizatsiya qilish, ishlab chiqarish texnologiyalarini takomillashtirish, sifat nazoratini kuchaytirish, mahsulotlar, zaxiralar, resurslar va tovarlar harakatini tashkil qilish kabilar bo'yicha dasturlar bo'lishi mumkin.

Tashqi bozorga chiqish zarurati korxona umumiy maqsadining tarkibiy qismiga aylangandan so'ng, ushbu jarayonning keyingi bosqichi - "xalqaro bozorga kirish strategiyasi"ning optimal variantini tanlash boshlanadi. Mavjud vaziyatdan kelib chiqib bunday tanlov turli, ichki va tashqi omillar ta'sirini hisobga olgan holda aniqlanadi ya'ni, korxonaning patentlar bilan himoyalanganligi, o'ziga xos nisbiy ustunlikka ega bo'lgan tovarlarni ishlab chiqarish imkoniyati, yangi bozorlarga kirib borishga qaratilgan harakatlarni amalga oshirishga yo'naltirilgan resurslar va hokazo.

Tashqi bozor uchun mo'ljallangan marketing strategiyasini ishlab chiqishda quyidagi ichki va tashqi muhit omillarini va korxonaning ularga nisbatan pozitsiyasini hisobga olish lozim:

- bozorning joylashgan joyi (milliy, mintaqaviy, xalqaro bozorlar);
- bozorning o'zlashtirilish darajasi (eski bozor, qardosh bozor, yalpi bozor, xalqaro bozor);
- bozordagi segmentning hajmi (bitta segment, bir nechta segment, butun bozor);
- marketingning vositalarining bozorda amal qilish holati (tovar, narx, sifat, raqobatbardoshlik, joylash-tirish);
- korxonaning bozordagi maqsadi (bozor ulushini oshirish, rentabellikka erishish, o'z o'rnini saqlab qolish);
- korxonaning raqobatchilarga bo'lgan munosabati (agressiv, neytral, passiv);
- korxonaning kooperatsiyaga munosabati (kooperatsiyalarga qo'shilish mumkin, mumkin emas);
- korxonaning o'sish sur'atiga munosabati (tez o'sish, asta-sekin o'sish, tebranuvchan o'sish);
- innovatsiyalar (yangiliklar)ga munosabat (birinchilardan bo'lib amalga qo'llash, imitatsiya qilish).

Korxonalar tomonidan amalga oshiriladigan xalqaro bozoriga kirib borishning har bir strategiyasi o'zining ustunliklari, kamchiliklari, o'ziga xosliklari va cheklanishlariga ega bo'ladi. Quyida turli xil strategiyalarni ko'rib chiqamiz (2-rasm).

3 Muallif tomonidan tuzilgan.

Xalqaro bozoriga kirib borishda qo'llaniladigan marketing strategiyalari turlari

To'g'ridan to'g'ri (bevosita) eksport qilish
Bilvosita eksport
Tovarlarni litsenziyalash
Qo'shma korxonalar tuzish
Franchayzing
Birlashish yoki kompaniyani (korxona) sotib olish
Mahalliy kompaniyalar bilan hamkorlik qilish
Investitsiya kiritish
Filial yoki sho'ba korxona ochish
Qarama-qarshi savdo (barter) yo'lga qo'yish
Piggybacking
Autsorsing
Elektron tijorat
Intellektual mulk huquqlaridan foydalanish
Strategik ittifoqlar tuzish

2-rasm: Xalqaro bozoriga kirib borishda qo'llaniladigan marketing strategiyalari turlari⁴

To'g'ridan to'g'ri (bevosita) eksport qilish - bu korxona o'z mahsulotlarini tashqi maqsadli bozorda xaridorga o'zi sotishini bildiradi. Bu strategiya korxonaning tovari boshqa raqobatchilarning tovarlaridan ajralib turadigan ijobiy xususiyatlarga ega bo'lganda ko'proq qo'llaniladi. Bu strategiyani amalga oshirish orqali korxona yuqori foyda olishi mumkin bo'ladi.

Bilvosita eksport – bunda korxona o'z mahsulotini vositachilar, uchinchi tomon (distributorlar, savdo korxonalari, savdo agentlari) orqali tashqi bozorga sotishni amalga oshiradi. Odatda tovarlar bilvosita eksport qilinganda vositachilar ma'lum bir haq evaziga ishlashadi va bu narsa yakuniy tovar narxining ma'lum darajada oshishiga, narx orqali raqobatbardoshlik darajasining pasayishiga sabab bo'ladi.

Tovarlarni litsenziyalash – ma'lum bir to'lovlar evaziga korxonaning intellektual mulkidan foydalanish, ishlab chiqarish yoki sotish huquqini boshqa tomonga berishni bildiradi. Bunda intellektual mulk korxonaning savdo markasi, brendi yoki boshqa ishlanmalar bo'yicha patentlarni o'z ichiga olishi mumkin.

Qo'shma korxonalar tuzish – bunda ikki yoki undan ortiq korxonalar bir natijaga erishish uchun o'zaro hamkorlikni amalga oshiradi, ulardan biriga yangi bozorga kirishga yordam beradi. Bunda tomonlar korxona bilan bog'liq xavf-xatarlarni, balki mukofotlarni ham o'zaro baham ko'radilar.

Franchayzing – yoki franchayz, tovar belgisini va texnologiyalarni boshqa shaxs (tadbirkor, korxona)ga sotish yoki vaqtinchalik foydalanishga berishdir. Franchayzing doirasidagi munosabatalarda ikki shaxs ishtirok etib, tovar belgisidan foydalanish huquqini sotuvchi shaxs franchayzer hamda tovar belgisidan foydalanish huquqini sotib oluvchi shaxs esa franchayzi deb nomlanadi. Franchayzing potentsial ravishda korxonaga bozorni tez kengaytirish uchun past xavf-xatarli yondashuvni taklif qiladi. Buning sababi, franchayzilar korxonaning mahalliy filiallarini tashkil etish va boshqarish uchun o'z kapitalini investitsiya qiladi, shuningdek, xarajatlar va xavflarning katta qismini o'z zimmasiga oladi.

⁴ Muallif tomonidan tuzilgan.



Birlashish va kompaniyani (korxona) sotib olish - yangi bozorda korxona faoliyatini boshidan boshlashdan ko'ra, bozordagi mavjud biznesni sotib olish va uni rebrending qilish samarali hisoblanadi. Korxonani sotib olish orqali tashqi bozorga kirish strategiyasi shunga asoslanadi. Maqsadli bozorga bunday tarzda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiya kiritishning ikkita yo'li mavjud. Birlashish - bu korxonaning boshqasi bilan yangi tashkilot yaratish uchun qo'llaniladigan usullardan biridir. Ikkinchisi esa - sotib olish, bu erda korxona boshqa biznesni butunlay sotib olish orqali o'z faoliyatini yo'lga qo'yadi.

Mahalliy kompaniyalar bilan hamkorlik qilish – tashqi bozorda joylashgan xorijiy korxonalar bilan strategik ittifoq tuzish orqali, korxonalar o'z maqsadlariga erishadilar. Bunday hamkorlik qo'shma korxonalardan farq qiladi, chunki mahalliy kompaniyalar bilan hamkorlik qilish ko'proq uzoq muddatli bo'ladi, qo'shma korxonalar esa odatda qisqa muddatli va torroq hamkorlik doirasini qamrab oladi.

Investitsiya kiritish – ko'pincha xorijiy bozorlarga kirishda to'g'ridan to'g'ri va portfel investitsiyalash usullaridan foydalaniladi. To'g'ridan to'g'ri shakldagi xorijiy investitsiyalar xalqaro bozorga kirishning eng murakkab usuli bo'lib, u orqali xalqaro bozorlarda korxonaning to'liq sho'ba korxonasi tashkil qilinadi. To'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar mavjud korxonani sotib olish yoki xorijiy davlatda butunlay yangi korxona qurish shaklida ham bo'lishi mumkin. To'g'ridan to'g'ri investitsiyalar yuqori darajadagi resurs (mablag')larga muhtoj bo'lganligi sababli, xorijiy bozorlarga boshqa kirish usullariga qaraganda ancha xavfliroqdir, ammo bu risk yuqori foyda olish imkoniyati bilan ijobiy tarzda bog'liqdir. To'g'ridan to'g'ri investitsiyalashda korxona mulkka ega bo'lishi orqali aktivlar ustidan ko'proq nazoratga ega bo'ladi. To'g'ridan to'g'ri investitsiya xorijiy bozorga kirishning eng murakkab usuli va ayni paytda xalqaro marketingdagi eng etakchi kirish usulidir.

“Portfel investitsiyalar, shunday investitsiyalarki, bunda kapitalni daromad olish maqsadida korxonalarning aksiyalari, obligatsiyalari va boshqa qimmatli qog'ozlarini sotib olish uchun sarflanadi. Bunday investitsiyalar korxonalarning moliyaviy xo'jalik faoliyati ustidan nazorat o'rnatish huquqini bermaydi” [3]. Portfel investitsiyalar barcha xalqaro operatsiyalarni amalga oshirishda firmalar uchun muhim ahamiyatga ega. By turdagi investitsiyalarga ko'pincha moliyaviy muammolarni echish uchun murojaat qilinadi. Portfel investitsiyalar quyidagi ko'rinishda bo'lishi mumkin:

- aksionerlik qimmatli qog'ozlari - bozor muomalasidagi pul hujjati bo'lib, hujjat egasining ushbu hujjatni chiqargan shaxsga nisbatan mulkiy huquqqa egaligini tasdiqlaydi;
- zayom qimmatli qog'ozlar - bozor muomalasidagi pul hujjati bo'lib, zayom egasining ushbu hujjatni chiqargan shaxsga nisbatan munosabatini tasdiqlaydi.
- pul bozori dastaklari (g'azna veksellari, depozit sertifikatlari), uning sohibiga ma'lum bir davr ichida kafolatlangan va qat'iy belgilangan pul daromadi olish huquqini beradi.

Filial yoki sho'ba korxona ochish - maqsadli bozorda korxona katta natijalarni qo'lga kiritishni istasa bu, savdo yoki marketing ofisini (ba'zan filial deb ataladi) ochish orqali amalga oshiriladi. Bunda filial bosh ofis (asosiy korxona) boshqaruvida faoliyat yuritadi va uning oldida javobgar hisoblanadi.

Sho'ba korxona tuzilganda esa u o'z faoliyatini bosh ofis (asosiy korxona)dan alohida yuritadi, lekin xolding kompaniyaga hisobot beradi. Xolding kompaniya aksiyalarining nazorat paketiga ega bo'ladi.

Qarama-qarshi savdo (barter) yo'lga qo'yish – bunda o'zaro kelishuv asosida xorijiy davlatda joylashgan korxonalar bilan valyutadan foydalanmasdan o'zaro tovar va xizmatlarni ayirboshlash amalga oshiriladi. Ushbu strategiya korxonalarga xorijiy valyutalar taqchilligi, yoki qattiq savdo qoidalariga ega bozorlarga kirish imkonini beradi. Qarama-qarshi savdo hali foydalanilmagan bozorlarga kirish imkonini bersa-da, u murakkab muzokaralar va tovarlarni baholash bilan bog'liq potentsial muammolarni hal qilishni talab qiladi.

Piggybacking - boshqa kompaniyaning “ko'magida” tashqi bozorga kirish. Ushbu strategiyaning mohiyati shundaki, korxona boshqa korxona tomonidan yaratilgan tovarlarni etkazib berish kanalidan foydalanadi. Piggybacking - arzon narxlardagi bozorga kirish strategiyasidir, unda kichik korxona o'z mahsulotlarini tashqi bozorda sotish uchun yirikroq korxona bilan hamkorlik qiladi.

Autorsing - ma'lum bir biznes funktsiyalarini bajarish uchun boshqa korxonani (xodimni) yollashni bildiradi. Ushbu strategiya korxonalarga tashqi bozorlarda harakat davomida vaqtni va mablag'larni tejash orqali o'zining asosiy vakolatlariga ko'proq e'tibor qaratish imkonini beradi.

Elektron tijorat – bunda korxona barcha moliyaviy va savdo operatsiyalari va bu operatsiyalar bilan bog'liq biznes jarayonlarini (shartnomalar tuzish, savdo jarayonlarini rasmiylashtirish) elektron shaklda amalga oshiradi. Xalqaro bozorga chiqishda korxona keng tarqalgan elektron tijorat shakllari sifatida on-line rejimda to'g'ridan to'g'ri marketing (direct marketing), interaktiv reklamalarni amalga oshirish, PR, e-mail marketing, internet-brending, biznes modellari (B2B, B2C, C2C, C2B), internet do'konlardan foydalanish va boshqalardan foydalanish mumkin.

Intellectual mulk huquqlaridan foydalanish – korxona tomonidan xorijiy bozorda intellektual (aqliy) faoliyat natijasiga tegishli huquqlardan (ixtiro, sanoat namunasi, foydali model, individuallashtirish vositalari, tovar (xizmat) belgisi, firma nomi va b.) huquq egasining roziligi bilan foydalanishni bildiradi.



Strategik ittifoqlar - bu xorijiy va mahalliy korxonalar o'rtasida birgalikda biznes yuritish bo'yicha kelishuv bo'lib, strategik ittifoqlar ham kichik, ham transmilliy korxonalar uchun tashqi bozorga kirishning muhim usuli hisoblanadi. Strategik ittifoqlar o'zaro strategik maqsadlarga erishish uchun bir yo'nalishda ishlaydigan ikki yoki undan ortiq korxonalarning o'zaro hamkorligidir. Strategik ittifoqlar orqali korxonalar bozordagi kuchni oshirib, xalqaro bozorlarga chiqish orqali o'zlarining raqobatdagi ustunliklarini saqlab qolishga harakat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishning marketing strategiyasini takomillashtirishda korxona o'zining xalqaro marketing maqsadlari va vazifalarini belgilab olishlari kerak. Bu jarayonni uch bosqichga bo'lish mumkin:

Birinchidan, korxona hohlayotgan eksport ulushini umumiy savdo hajmiga nisbatini aniqlab olishi darkor.

Ikkinchidan, korxona bir necha xorijiy bozorga yoki global jahon bozoriga chiqishini hal etishi kerak. Odatda tovar harakati bo'yicha o'z urinishlarni avval bir nechta tashqi bozorda amalga oshirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Uchinchidan, korxona o'z mahsulotini eksporti uchun qaysi turdagi mamlakatni tanlashi bo'yicha qaror qabul qiladi. Mamlakatlar bo'yicha cheklanishlar siyosiy barqarorlik, infratuzilmani rivojlanish darajasi, aholi daromadlari darajasi, geografik omillar ko'rsatkichlari asosida taqsimlanadi.

Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishning marketing strategiyasini amalga oshirishda bozordagi raqobatchilarni tahlil qilish muhim. Raqobatchilarni har tomonlama o'rganib chiqish va yakuniy xulosalar asosida korxonaning marketing strategiyasini ishlab chiqishi zarur. Bunda raqobatchilar tahlilini quyidagi ketma - ketlikda amalga oshirish mumkin:

- Asosiy raqobatchilar bo'yicha ma'lumotlar bazasini shakllantirish;
- Raqobatchilarni kuchli va kuchsiz tomonlarini baholash. Buni SWOT - tahlili yordamida amalga oshirish mumkin.
- Kuchli va kuchsiz tomonlarning taqqoslama tahlilini olib borayotganda, iste'molchilar uchun ahamiyatli bo'lgan ko'rsatkichlarga e'tibor qaratish kerak. Bunda shaxsiy aloqalar, mavjud va potensial mijozlar bilan muloqot orqali yanada aniq natijaga erishish mumkin.

Tashqi bozordagi raqobatchilarning kuchli va kuchsiz tomonlarini baholashni amalga oshirishda:

- mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmat ko'rsatishdagi o'ziga xos jihatlar;
- tovarning sifat ko'rsatkichlari darajasi;
- tashqi bozorda tovarni sotishdan oldingi va keyingi servis xizmatining mavjudligi;
- mijozlarning o'zgarib turuvchi talabiga egiluvchanlik;
- tashqi bozorga tovarni o'z vaqtida etkazib berish, buyurtmani tez va sifatli etkazib berish ko'rsatkichlari;
- tovarni belgilangan hajm va muddatda etkazib berish tizimi;
- to'g'ridan to'g'ri mijozlar bilan ishlovchi xodimlarning mahorati;
- doimiy mijozlar bilan mustahkam aloqa o'rnatish imkoniyati kabilar ham hisobga olinadi.

Yakuniy xulosa sifatida aytish mumkinki, yuqorida ko'rib o'tilgan marketing usullari va strategiyalardan foydalanish milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishning marketing strategiyasini takomillashtirish, korxonaning xalqaro maydonda, tashqi bozorlarda o'zining munosib o'rini egallashiga va tovar raqobatbardoshligini oshirishga hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Сейфуллаева М.Э. Концепция международного маркетинга. // Маркетинг в России и за рубежом, №1, 1998 г.
2. Демченко А. Маркетинговые инновации в условиях кризиса. / А. Демченко // Маркетинг. - 2009. - №1 – С. 44 - 50.
3. Bekmurodov A.Sh., Karrieva Ya.K., Nematov I.U., Nabiev D.H., Kattaev N.T. Xorijiy investitsiyalar. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2010. – 166 b.
4. Jalolov J.J., Ahmedov I.A., Abdurahimov S.N. Tashqi iqtisodiy faoliyat asoslari.-T.: TDIU, 2010.-228 b.
5. [http:// www.lex.uz](http://www.lex.uz) – O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi.

Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 1

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77) telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnalning ilmiyligi:

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.