



TIQXMMI

ЎЗБЕКИСТОН RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSİYALAR VAZIRLIGI

«TOSHKENT IRRIGATSİYA VA QISHLOQ XO'JALIGINI
MEKANİZATSİYALASH MUHANDISLARI INSTITUTI»
MILLİY TA'DQIQOT UNIVERSITETI



TIQXMMI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSİYALAR VAZIRLIGI

"TOSHKENT IRRIGATSİYA VA QISHLOQ XO'JALIGINI MEKANİZATSİYALASH MUHANDISLARI INSTITUTI"
MILLİY TA'DQIQOT UNIVERSITETI

"QISHLOQ VA SUV XO'JALIGINING ZAMONAVIY MUAMMOLARI"

XXII - yosh olimlar, magistrantlar va iqtidorli talabalarning
ilmiy - amaliy anjumani

TOSHKENT 2023 12-13 MAY

www.tiqxmmi.uz @tiqxmmiuz @tiqxmmiuz @tiqxmmiuz @tiqxmmiuz @tiqxmmiuz @tiqxmmiuz @tiqxmmiuz

**"QISHLOQ VA SUV
XO'JALIGINING ZAMONAVIY
MUAMMOLARI"**

konferentsiya dasturidagi **XXII** - yosh
olimlar, magistrantlar va
iqtidorli talabalarning ilmiy
- amaliy anjumani

22

*XXII - traditional Republic
scientific - practical conference of
young scientists, master students
and talented students under the topic*

**"THE MODERN PROBLEMS OF
AGRICULTURE AND WATER
RESOURCES"**

MAQOLALAR TÛPLAMI

II TOM

Toshkent - 2023 й.а. 12-13 май

	Shanasirova Nodira Abdullaevna., PhD, associate professor "TIAME" National Research University.	resources.	
78.	Berdimurodov Usmon Suyunovich, Qarshiboyev Temur Nuraliyevich "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Xalqaro marketing muhiti va munosabatlarini tashkil etish.	312-317
79.	Aruana Aydarbekova Erbol qizi, Fotima Turdaliyeva O'razali qizi 304-guruh talabalari "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	O'zbekiston milliy innovatsion tizimidagi muammolar va yechimlar.	318-320
80.	Aruana Aydarbekova Erbol qizi, Sevara Tillayeva Fayzulla qizi talabalar "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Kambag'allik darajasini o'lchashdagi zamonaviy yondashuvlar tahlili.	321-324
81.	Valiyeva I.T., 1-kurs magistranti "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Qishloq xo'jaligida suv tejavchi texnologiyalarni qo'llash samaradorligining hozirgi holati	325-327
82.	Mirobidov Mirjasur, Mo'minjonov Shohrux, Karimov Otabek "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish yo'nalishlari.	328-331
83.	Mutalova Donoxon Shavkatjon qizi, Abdug'aniyeva Shaxrizoda Abdumalik qizi, Tillayeva Sevara Fayzulla qizi talabalar "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Suv xo'jaligi tizimiga sarflanayotgan investitsiyalarning asosiy yo'nalishlari.	332-337
84.	Tashxodjayeva Gulnoza Saydamxodjayevna., assistant, Samandarov Yunusbek Raxmon o'g'li., 3-kurs talabasi "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	O'zbekistonda donli o'simliklar iqtisodiyoti (jumladan soya o'simligi).	338-341
85.	Primova Shahnoza Komiljonovna. 1-bosqich doktoranti, Fayzullayeva Mahliyo Mash'aljon qizi, Boltayeva Guliza Muzaffar qizi, 2-bosqich talabalari. "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Pul mablag'lari va valyuta operatsiyalari hisobi.	342-343
86.	Tabayev A.Z. dotsent, Abdulkayeva. Sh.B. 2-kurs talaba. "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Korxonalarda pul mablag'lari xarakatini moliyaviy hisobning xalqaro standartlari bo'yicha hisobga olishning zaruriyati.	344-346
87.	Salomova Zarina Murodovna., doktorant "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Qishloq xo'jaligiga investitsiyalarni jalb etish va ulardan samarali foydalanish yo'llari.	347-351
88.	Raxmankulova Barna Oktamxanovnadotsenti, i.f.n., dotsent Tuxtasheva Dilnoza Paraxatovna., 1-bosqich magistranti. "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Ishlab chiqarish omillari va ular samaradorligini baholashning ekonometrik modellari.	351-354
89.	Shonazarova Shohsanam., 1-bosqich magistrant "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	O'zbekistonda xorijiy turizmni rivojlantirishda xorazm viloyatining salohiyati o'rni.	355-358
90.	Abdulaziz Aliyevich Salaydinov., talaba "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Islom moliyasida va kapitalizmga kreditga bo'lgan qarashlar.	359-362
91.	Эркин тадқиқотчи Шерали Шеркабиллов "ТИҚХММИ" Миллий тадқиқот университети.	Ўзбекистонда картошқачиликни ривожлантиришнинг муҳим жиҳатлари.	363-365
92.	Sodirov Kamron Botir o'g'li., talaba "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	Qo'shma va sanoat korxonalarida marketingni boshqarish.	365-367
93.	Primova Shahnoza Komiljonovna., 1-bosqich doktoranti, Nosirov Sherzodbek Ixtiyorjon o'g'li, Xalilov Sherzodbek Ergash o'g'li, Shavkatov Nodir Alisher o'g'li., 2-bosqich talabalari "TIQXMMI" Milliy tadqiqot universiteti.	O'zbekiston respublikasida buxgalteriya hisobini tartibga solish.	368-371
94.	Khudoyorova Nilufar, Rakhimova Zilola Students of "TIAME" National research university.	The importance of small business and private entrepreneurship in the production of competitive products that substitute imports.	371-376
95.	Primova Shahnoza Komiljonovna., 1-bosqich	Tovar moddiy zaxiralar harakatini hisobga olishda	376-378

XALQARO MARKETING MUHITI VA MUNOSABATLARINI TASHKIL ETISH.

Berdimurodov Usmon Suyunovich, Qarshiboyev Temur Nuraliyevich
“TIQXMMI” Milliy tadqiqot universiteti.

Annotatsiya:

Maqolada xalqaro marketing muhiti va uni o'rganish, xalqaro marketing xizmatlarini tashkil etish sabablari, siyosiy-huquqiy muhit, tashqi bozorga chiqishidan asosiy maqsadi, xalqaro istemol bozoriga chiqish qarorini qabul qilish, tavarlar ekporti, hamkorlik tadbirkorligi, xalqaro marketing munosabatlarini tashkil etish, siyosiy-huquqiy muhit va tashqi bozorga chiqishidan asosiy maqsadi, marketing xizmatlarini rivojlantirish, mamlakatlar o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni barqaror rivojlanishi bo'yicha xulosalar berilgan.

Kalit so'zlar: *xalqaro marketing, transmilliy kompaniy, xalqaro savdo tizimi, siyosiy barqarorlik, iqtisodiy barqarorlik, xalqaro marketing xizmati, investor, investitsiya, investitsiya jozibadorligi, xorij bozoriga chiqish strategiyasi, qo'shma tadbirkorlik, litsenziya, marketing majmuasi, xalqaro marketing taqsimot kanali.*

Kirish: Bugungi kunda jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar orasida iqtisodiy hamkorlikni yanada chuqurlashuviga sabab bo'lishi barobarida, xalqaro hamkorlikka kirish, iqtisodiy va biznes aloqalari kengaytirishning naqadar ahamiyatli ekanligini ko'rsatdi.

Joriy yilning birinchi yarmida 85 trillion 775 milliard so'm investitsiya o'zlashtirilgan, bu o'tgan yilning shu davriga nisbatan 1,6 barobar ko'pdir. Asosiy kapitalda to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar ulushi 2,5 barobarga oshib, 1,7 milliard dollarga yetgan. Davlat kafolati bo'lmagan xorijiy kreditlar esa 3,7 barobar ko'paygan. O'zlashtirilgan to'g'ridan-to'g'ri xorijiy sarmoyalarning qariyb 75 foizi hududiy loyihalarga to'g'ri kelmoqda. [1]

Jahon xo'jaligi taraqqiyoti mamlakatlarni o'zaro iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan integratsiyalashuvi jarayoning rivojlanib borishi bilan bog'lik bo'lib xalqaro marketing xizmatlarini rivojlantirib va takomillashtirib bormoqda. Jahon iqtisodiyoti taraqqiyotida asosiy masalalardan biri aholini istimol talablarini qondirish va ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotni barqaror iqtisodiy inqirozsiz rivojlantirish asosiy muammo hisoblanadi.

Xalqaro marketing xizmatlarini rivojlantirish mamlakatlar o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni barqaror rivojlanishiga bog'liq.

Xalqaro marketing xizmatlarini rivojlantirmasdan turib ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni mamlakatlar o'rtasida o'rnatib bo'lmaydi.

Shuning uchun ham bu muammo dolzarb muammo bo'lib uni o'rganish va rivojlantirib borish quyidagi omillarga asoslanadi.

Birinchidan jahon xo'jaligida iqtisodiy aloqalarni rivojlantirishning asosiy sharoitlaridan biri mamlakatlar o'rtasida savdo munosabatlarini tashkil etish va uni rivojlantirish marketing xizmatlarini tashkil etish darajasiga bog'lik. Jahon iqtisodiyoti taraqqiyotida xalqaro marketing xizmatlarini rivojlanib borishi jahon istimol bozori rivojlangan mamlakatlar ichki bozori konyukturasini o'zgarishi bilan bog'liq.[3] Rivojlangan mamlakatlar ichki istimol bozori ularning iqtisodiy jihatidan rivojlanish talablarini ichki istimol bozorini qoniqtirmasligi.

Intensiy usulida rivojlangan mamlakatlarda ishlab chiqarilayotgan yalpi ichki mahsulotlarini ichki istemol bozori qoniqtirmasligi oqibatida ular mamlakatlar istemol bozoriga mahsulotlarini chiqarishga harakat qilishlari bo'lsa ikkinchidan rivojlanayotgan mamlakatlar ham milliy mahalliy iqtisodiyotlarini

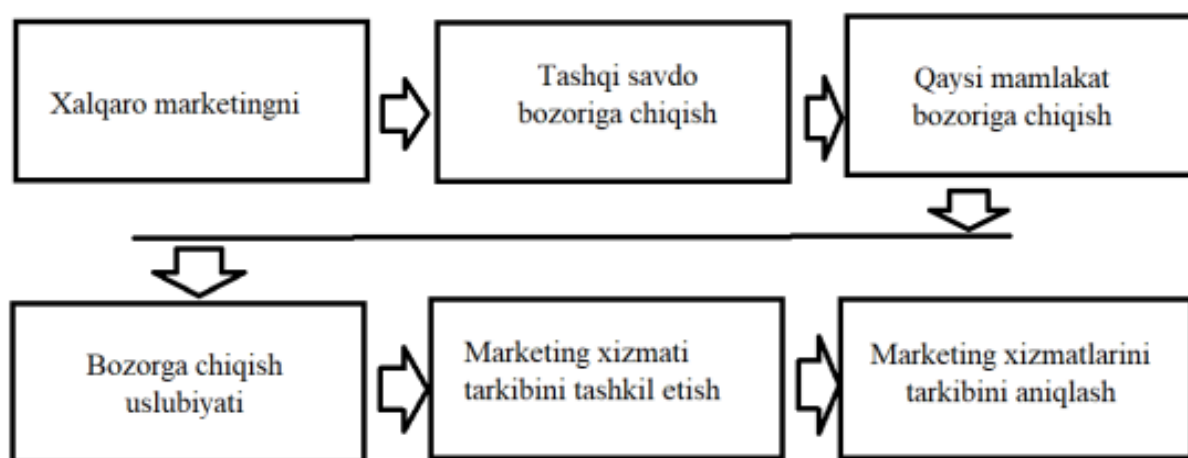
rivojlantirish maqsadida rivojlangan mamlakatlar bilan iqtisodiy aloqalarini rivojlantirishga intilishlari xalqaro marketing xizmatlarini rivojlanishiga olib keladi.

Xalqaro marketing xizmatlarini iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlardagi marketing xizmatlari xaqaro marketing xizmatlariga, hamda mintaqalar aro joylashgan mamlakatlar o`rtasida xalqaro iqtisodiy munosabatlarni, iqtisodiy xalqaro savdo sohasidagi munosabatlarni rivojlanishi natijasida rivojlangan mamlakatlarning ayrim kompaniyalari taransmilliy kompaniyalriga aylangan. Shu bilan birga aytish mumkin yirik rivojlangan mamlakatlarning transmilliy kompaniyalarini rivojlanga va rivojlanayotgan mamlakatlarga kirib borishi natijasida rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar ishlab chiqarish, xizmat ko`rsatish va savdo kapaniyalari rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotiga kirib bormoqdalar.

Rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotini o`zining ishlab chiqargan istemol tovar mahsulotlarini o`zga xorijiy mamlakatlarga xalqaro marketing xizmatlarini rivojlantirishdan asosiy maqsadi faqat istemol tavarlarini jahon bozorida sotishdan iborat!

Xalqaro marketing xizmatlarini faqat o`zlarining istemol tovarlaridan ortiqcha mahsulotlarni sotish bilan birga jahon savdo bozoriga o`zlarining egallagan o`rinlarini mustahkamlash, rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotiga kirib borishda arzon homashyo, ishchi kuchlaridan foydalanish asosida bu rivojlanayotgan mamlakatlar ichki bozoriga, ularning milliy iqtisodiyotiga kirib borishni taminlaydi[4].

Quyidagi (1-rasmda) xalqaro marketing xizmatlarini tashkil etish sabablarini ko`rish mumkin.



1-rasm Xalqaro marketing xizmatlarini tashki etish.[2]

Mamlakatlar o`rtasida iqtisodiy savdo munosabatlarni o`rnatish va uni tashkil etish mamlakatlar o`rtasida bo`lishi lozim bo`lgan iqtisodiy munosabatlarni chuqur o`rnatish lozim.

Xalqaro savdo tizimi. Rivojlangan jahon mamlakatlari o`zlarining ishlab chiqargan tavarlarini xorijiy mamlakatlar istemol bozoriga chiqarish xarajatlari, narxlari boyicha, bojxona to`lovlarini tasiri bo`yicha, soliq to`lovlarini tashkil etish va undirish bo`yicha mamlakatlar aro to`lovlarini belgilash bo`yicha kelishuvlar.

Mamlakatlarni ishlab chiqarilgan talablarini bir-biriga chiqarish maxsus kvota asosida amalga oshiriladi.

Xalqaro savdo marketing xizmatlarini rivojlanishiga valyuta nazorati ham muhim rol o`ynaydi. Xalqaro savdo qiluvchi mamlakatlar o`zlarining istemol tovorlarini xorijiy mamlakatlarga chiqarishda

ziddiyatli xolatlar yuz berishi mumkin. Bular o'zga mamlakatlar ishlab chiqargan istimol maxsulotlarini turli bahonalar bilan rivojlangan mamlakatlar tomonida kamsitishlar bo'lishi mumkin.

Natijalar va muhokamalar

Siyosiy-huquqiy muhit. Xalqaro savdo marketing xizmatlar asosida mamlakatlar o'rtasida savdo xizmatlarini tashkil etish va olib borish ko'pincha siyosiy va huquqiy jihatdan muqobil bo'lishiga bog'lik.

Hamma mamlakatlar o'zlarining ichki istimol bozorlariga xorijiy mamlakatlar masulyatlarini ichki istimol bozoriga kirib kelishiga siyosiy va iqtisodiy tavar mahsulotlarini ichki istimol bozorlarida sotuvini tashkil etish munosabatlariga salbiy tasir etishi bilan birga sanoat tarmoqlari korxonalarini harid kilib olinayotgan mahsulotlar ishlab chiqarilini rivijlanishiga salbiy o'z tasirini o'tkazadi.

Shu bilan horijiy investorlarni mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish maqsadida ularga davlat tomonidan turli yo'nalishlarda imtiyozlar berilishi mahalliy iqtisodiy ishlab chiqarilishini rivojlanishiga salbiy o'z tasirini ko'rsatadi.

Milliy iqtisodiyotni rivojlanishini taminlashning asosiy shartlaridan biri siyosiy barqarorlik hisoblanadi. Mamlakat iqtisodiyotini rivojlanishini boshqarayotgan davlat boshqarubini o'zgarish iqtisodiy rivojlanish yo'lini o'zgarishiga olib kelishi mumkin.

Xorijiy invititsiyalarni milliy iqtisodiyotni rivojlantirish uchun ularni jalb qilishi uchun tasir etayotgan mamlakatlar marketing xizmati hodimlari sotuvchilar ishlab chiqilgan marketing dasturlariga asoslangan xolda xorijiy invitor va marketing savdo hodimlari ularni va harid qilish va istimol talablari asosida xizmat ko'rsatishlari lozim .Istimol bozorini tashkil etish va olib borishda quydagilarga e'tibor berish zarur .

-mamlakatda xar bir inson qancha istimol mahsulotlarini bir kunda harid qilib olishi.

-Taklif itilayotgan istimol Tovar maxsulotlarini qiymati bo'lgan munosatlarini.

-Brend tovarlariga bo'lgan munosabatlarni e'tiborga olish zarur .

Xalqaro marketing xizmati hodimlari qaysi mamlakatda istimolchi xaridorlarga xizmat qilishlaridan qat'iy nazar ularining madaniyati va urf odatlarini bilish maqsadida to'g'ri bo'ladi deb hisoblashi mumkin.

Tashqi bozorga chiqishidan asosiy maqsadi tadbirlar o'zining ishlab chiqarishi jarayonida jahon istimol bozorida xalqaro marketing xizmatlari asosida chiqishida asosan quydagi usullar orqali chiqishlari mumkin .

Birinchi usul asosan rivojlangan iqtisodiy mavqiy yuqori bo'lgan mamlakatlarni o'zlarini investitsiya mablag'lari bilan rivojlangan yoki rivojlanayotgan mamlakatlarda mavjud mahalliy risurslardan istimol tovarlarini ishlab chiqarishga yoki umuman qandaydir istimol tovarlarini ishlab chiqarishga jalb qilinishida.

Ikkinchi tomondan rivojlangan mamlakatlarni foyda olish maqsadida o'zining ehtiyojidan kelib chiqqan holda kilishgan boshqa mamlakatlarda ishlab chiqarishni tashkil etadiki ishlab chiqarilgan mahsulotlarga bu mamlakatlarda talab boricha va arzon ishchi haridi ularni tamoyillarda asoslangan xolda ishlab chiqarish jarayonini tashkil etadi .

Xorijiy ishlab chiqarish firmalariga asoslangan xolda har bir mamlakat xalqaro marketing xizmatlaridan foydalanish maqsadida o'zining investitsiya mablag'larini asosida xorijiy mamlakatlarga ishlab chiqarish va jahon bozori marketingi asosida jahon bozorida ishlab chiqarish tavarlari bilan qatnashishlari lozim. Buning uchun investitsiya mablag'lari asosida o'zga mamlakatlarda ishlab chiqarishni tashkil etish munosabati bilan ishlab chiqarilgan tavarlarni qancha qismi ishlab chiqarishni tashqi investorlarga tagishli ekanligini aniqlash jahon bozorining qaysi a'zo bo'lgan mamlakatga

tayyor tavar mahsulotlarini sotishini va undan tavarlarni sotish uchun talabga javob beradigan savdo xizmatlarini borligini aniqlab olish lozimligi[4].

Shu bilan birga tadbirkor o'zi investitsiya mablag'lari asosida qaysi mamlakatda qandey istemol tavar mahsulotlari ishlab chiqarish bilan birga ishlab chiqqan tavarlarini xalqaro marketing talablari asosida savdo xizmatlarini olib borish uning ixtiyorida bo'ladi.

Tadbirkor ishlab ichiqaruvchi subyekt o'zining ishlab chiqargan tavarlari bilan qaysi bozorda savdo qilishi uning ixtiyorida bo'ladi.

Ishlab chiqarish tadbirkor o'zining ishlab chiqargan istemol bozoriga tavarlari bilan chiqishda: Tovarlar sotuvi rejalashtirilgan mamlakat urf odatlarini chuqur bilishi bilan birga quyidagi talablarga: bozor hajmiga, bozor talablarini o'sishiga, muammolar harajatlari darajasini, raqobatdoshlikni ustivorligiga va bozor xavf-hatari darajasiga etibor berishlari zarur[6].

Xalqaro istemol bozoriga chiqish qarorini qabul qilish. Jahon bozorida ishlab chiqarilgan istemol tovar mahsulotlarini sotuvini amalga oshuruvchi tadbirkor subekt ishlab chiqarilgan mahsulotlarni eksport qilish xamkorlik asosida tadbirkorlikni tashkil etish va horijiy mamlakatlarda ishlab chiqarish tashkil etish usulari orqali ishlab chiqarilgan tavarlari bilan xalqaro savdo bozorlarida jahon marketing xizmatlari asosida amalga oshirishi mumkin[6.7]. Xorij bozorlariga tadbirkor ishlab chiqargan tavarlari bilan xorijiy savdo bozoriga chiqishi mumkin

Ekisport	Hamkorlik korhonalri mahsulotlarini sotish	To'g'ridan to'g'ri investitsiyalashtirish
<p>Tadbirkor ishlab chiqargan mahsulotlarini savdo agetlari orqali sotish.</p> <p>Bir mamlakatda ishlab chiqarilgan Tovar mahsulotlarini tog'ridan-tog'ri istemolchilarga sotish.</p> <p>Xorijiy distyubitsrlar orqali sotuvni tashkil etish.</p>	<p>Litsenziyalangan tavarlarni sotish.</p> <p>Kelishuv asosida ishlab chiqarilgan tavarlarni sotishh.</p> <p>Kontrakt asosida tavarlarni boshqaruv savdosi asosida.</p> <p>Qo'shma korxonalar mahsulotlarini sotuvini tashkil etish</p>	<p>Hususiy investitsiya mablag'lari.</p> <p>Yig'ma korxonalar investitsiyalar.</p> <p>Ishlab chiqarish korhonalariinvestitsiyalari.</p>

2-rasm. Xorijiy bozorga chiqish strategiyasi.[2]

Tavarlar ekporti. Xorijiy jahon bozoriga chiqishning eng ko'p tarqalgan usuli ishlab chiqarish jarayonida ishlab chiqarilgan tayyor istemol tavar mahsulotlarini eksportga chiqarish hisoblanadi. Tavarlar eksporti tartibga solish eksport usuliga, tartibiga solinmaydigan eksport usuliga va faol eksport usullari orqali tavarlarni tartibga solinmaydigan usuli passiv usul hisoblanadi. Bu usulda tadbirkor subyektlar ishlab chiqarilayotgan mahsulotlaridan ortiqcha bo'lmasa eksportga yuboriladi. Tadbirkorlar ishlab chiqargan tavarlarini eksportga chiqarishi uning manfaatdorlik darajasiga bog'liq. Tadbirkor ishlab chiqargan tovarlarini jahon istemol bozoriga chiqarishda mustaqil marketing xizmatlaridan yoki istemol tavarlarini eksport operatsiyalari orqali chiqaradi. Bu eksport operatsiyalari orqali tovarlarni eksport qilish kam harajatli hisoblanadi. Ekspirt asosida tavarlarni harkati havf-haralardan holiroq hisoblanadi.

Ekspirt operasiyalaridan foydalanish harajatlarni kamligi marketing savdo operasiyalarini samaradorlik darajalarini o`sb borishini taminlaydi.

Qo`shma tadbirkorlik faoliyati xorijiy bozorga oz istemol tovar mahsulotlari bilan chiqish hamkorlik asosida yaxshi ishlab chiqarish tadbirkor korxonasi va qoshma savdo marketing bo`lishi yoki korxonasi orqali tovarlar horijiy istemol bozoriga chiqariladi.

Horijiy jahon istemol bozorlariga chiqariladigan tavarlar litsenziyalashtirish tovarlar bo`ladi. Tavarlarni eksport qiluvchi mutahassislar savdo agendlari tovarlarni eksport orqali istemolchi haridor mamlakat tovarlarini yuborish bilan bog`liq barcha hujjatlarni chuqur bilishi va unga rioya qilishi kerak.

Hamkorlik tadbirkorligi. Hamkorlik asosida ishlab chiqarilgan yoki hamkorlik asosida xalqaro istemol bozoriga chiqarilishi rejalashtirilgan tovar maxsulotlari chiqariladi. Tadbirkorlarni hamkorlik asosida tashkil topadigan ishlab chiqarish va tayyor mahsulotlarni eksport qilish chet mamlakatlarga ishlab chiqargan tovorlari asosida horijiy mamlakatlar ham hamkorlik asosida tovar maxsulotlarini ishlab chiqarishni tashkil etishlari mumkin[9.11]. Hamkorlik asosida ishlab chiqarilayotgan istemol maxsulotlarini istemol bozorlari bor mamlakatla joylashtirilish ;ishlab chiqarish va muommala harajatlarini kamaytirishga va foyda normasini o`sb borishiga olib keladi.

Hamkorlikda ishlab chiqarish jarayonida qo`shma mahsulot ishlab chiqarish quyidagi turlarda amalga oshiriladi.

Litsenziyalanga tavarlarni odatda ishlab chiqarish. Bu tovarlar ishlab chiqarish va istemol jarayonida tan olingan savdo turi bilan uning sifati kafolatlangan bo`ladi.

-Litsenziyalangan tavarlar odatda malum harajatlar to`lovlari asosida horijiy mamlakatlarga bojxona xizmatlari to`lovlarni amalga oshirishi natijasida istemol tavarlari belgilangan manzilga olib borishga ruhsat beriladi.

-Litsenziyalangan istemol tavarlarini xorijiy istemolchilarga yuborishda uning kamchiligi tovarlarni harid qilib oluvchi istemolchilarga yuboriladigan tovarlarni yuboruvchilar va istemol qiluvchilar uning sifati ko`rishlarini chuqur darajada o`rgana olmaydilar.

-Istemol tovar maxsulotlarini litsenziyalangan holda horijiy istemolchi mamlakatlarga istemol tovarini chiqarilishi ularga qulay manfaatdorlik yaratadi. Ular quyidagilardan iborat;

-Tadbirkor ishlab chiqargan istemol mahsulotlarini horijiy istemolchi mamlakatlarga istemol tovarlarini tayyor mahsulot sifatida chiqarish uni umumiy ishlab chiqarish va muammoli harajatlarni kamaytirishiga va mahsulot birligini qiymatini arzonlashuvigacha;

-Tadbirkor ishlab chiqaruvchi subyekt qo`shimcha ish joylarini tashkil etish asosida ishlab chiqarish hajmini oshirish hisobiga ishlab chiqarilgan tovarlarni istemolchilarga yetqazish asosda qoshimcha ravishda o`ziga foyda olishni taminlaydi;

-Tadbirkor ishlab chiqaruvchi subyekt ishlab chiqarilgan tovarlarni harid qilib oluvchi mamlakat va uning marketing bo`limi, marketing xizmat boshqarmalri o`rtasida iqtisodiy munosabatlarini ijobiy rivojlanishiga hizmat qilishidan;

-Tadbirkor o`zing ishlab chiqarish bilan bog`liq bo`lgan investitsiya ustidan to`liq nazorat qilishni uning ixtiyorida bo`lishidan ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan manfaatdor bo`ladi.

Xulosa va takliflar:

Xulosa qilib aytish mumkin, birinchidan xalqaro marketing xizmatlarini ro`lini va mohiyatini anglab olish zarur.

Ikkinchidan tadbirkor ishlab chiqarayotgan tovar mahsulotlarini necha foizi xorijiy mamlakatlar savdosiga olib chiqilishini aniqlash.

Uchinchidan tovar mahsulotlarini ishlab chiqarishga sarflangan investitsiyalar foydalanish samaradorligining taminlaydigan qanday istemol bozoriga chiqishini va kutiladigan foyda miqdorini aniqlash asosida tovar mahsulotlari ishlab chiqarish va xorijiy istemol bozorini tanlash yuqori natijalarga erishishi taminlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. I.I.Xamidov. Xalqaro Marketing. O'quv qo'llanma. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 – 3 b.(136 b).
2. Muallif ishlanmasi.
3. Berdimurodov U.S. Mehnat resurslari va ulardan samarali foydalanishga ta'sir etuvchi omillar // "Agro ilm" № 4, 2017 y. B. 115-116.
4. Usmon Berdimurodov* , Parakhat Berdimuratov, Erkin Farmonov, Bakhodir Khakimov, and Nuriddin Razikov Formation and prospects of employment of labor resources in agriculture 365, 04012 (2023) <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202336504012> CONMECHYDRO - 2022
5. Malikova Y. I., Danilina E. I., and Reznikova O. S. Part of scientific-technical progress in efficiency of using labour resources (at the example of agrarian sector of economy). European Journal of Natural History, 3, pp.111-114 (2016)
6. Qodirov A. Ways to increase the efficiency of management on the basis of rent and lease relations in the transition to a market economy. p.93, Tashkent (1999)
7. Abdurakhmonova G. Labor Economics. Innovative Development Publishing House, p. 138 (2020)
8. Berdimurodov U., Borotov A. Academic Journal of Digital Economics and Stability Volume 23, Nov-2022
9. Kholmominov Sh. R., Arabov N. U. Labor market infrastructure. Science and Technology, p. 332 (2016)
10. Berdimurodov U. S., Sharipov Z., Xakimov B.B., Ruziev D.I. \ENSURING EMPLOYMENT OF LABOR RESOURCES IN AGRICULTURE \science and innovation international scientific journal volume 2 issue 2 february 2023 uif-2022: 8.2 | issn: 2181-3337 | scientists.uz
11. Philip Kotler Marketing Essentials Общая редакция и вступительная статья Е. М. Пеньковой Москва Издательство «Прогресс» 1991.

Ilmiy rahbar: Berdimurodov Usmon Suyunovich “Muhandislik tizimlarni boshqarish” kafedراسi

