



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBILMIY JURNALI

Vol. 5 Issue 07 | pp. 160-164 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

KOMPANIYANING XALQARO BOZORGA KIRISH STRATEGIYALARI



Usmonova Dilfuza Ilhomovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

marketing kafedrası dotsenti

usmanova.dilfuza@mail.ru

ORCID: 0009-0008-9523-9853

Annotatsiya: Xalqaro bozorga kirish strategiyalari bo'yicha maqolada, kompaniyalar yoki davlatlar uchun muhim bo'lgan amaliyotlarni o'rganish, o'z maxsulotlarini yoki xizmatlarini xorijiy bozorda muvaffaqiyatli sotib olish, sotish, va sifatini oshirish uchun qo'llaniladigan strategiyalarga taalluqli ma'lumotlar keltirilgan. Xalqaro bozorga kirishda muvaffaqiyatli bo'lish uchun xalqaro marketing, mijozlarni tushunish, mahsulot yoki xizmatni xalqaroga moslashish, qo'shimcha tillarni o'rganish, logistika va to'lov tizimlarini rivojlantirish, loyiha va hamkorliklar, mahalliy qonunlar va tariflar kabi strategiyalar o'z ichiga oladi.

Kalit so'zlar: Xalqaro bozor, strategiyalar, pul mablag'i, infratuzilma, rivojlantirish, elektron tijorat, jamiyatga kirish.

Abstract: The article on international market entry strategies provides information on the strategies used to study practices that are important for companies or countries to successfully buy, sell, and improve the quality of their products or services in foreign markets. Strategies for successful international market entry include international marketing, understanding customers, internationalizing a product or service, learning additional languages, developing logistics and payment systems, projects and partnerships, and local laws and tariffs.

Keywords: International market, strategies, funding, infrastructure, development, e-commerce, community access.

Аннотация: В статье, посвящённой стратегиям выхода на международный рынок, представлена информация о стратегиях, используемых для изучения практик, важных для компаний или стран для успешного приобретения, продажи и повышения качества своих товаров или услуг на зарубежных рынках. Стратегии успешного выхода на международный рынок включают международный маркетинг, понимание потребностей клиентов, интернационализацию продукта или услуги, изучение дополнительных языков, развитие логистики и платёжных систем, проектов и партнёрств, а также местных законов и тарифов.

Ключевые слова: Международный рынок, стратегии, финансирование, инфраструктура, развитие, электронная коммерция, доступ сообщества.

Kirish. Bozor iqtisodiyotining muhim segmentlaridan biri - bu fond bozori hisoblanib, u vaqtincha bo'sh turgan pul mablag'larini qimmatli qog'ozlarga joylashtirishga va qayta taqsimlash orqali maqsadli joylashuvini ta'minlashga xizmat qiladi. Bunday maqsadlarga qimmatli qog'ozlar bozorining an'anaviy va noan'anaviy

segmentlari hisoblangan qimmatli qog'ozlarning barcha turlari o'z samarasini bergandagina erishiladi. Shu bilan birga, qimmatli qog'ozlarni joylashtirish, ular bilan oldi-sotdi qilish kabi barcha operatsiyalarni o'z ichiga oluvchi muomalalarni asosan tijorat banklari amalga oshiradi. Bu ularning, avvalo, ustav kapitalini oshirish darajasini ta'minlasa, ikkinchidan, bozorlardagi tijorat faoliyati yordamida chet eldagi bo'sh kapitallarni xarakatga keltiriladi. Shuning uchun, ayni paytda qimmatli qog'ozlarning barcha instrumentlari to'liq va samarali ishlashi uchun mazkur bozorlar infratuzilmasini zamon talablari asosida rivojlantirish davlat darajasiga ko'tarilishini talab etmoqda.

Bu maqola xalqaro bozorga kirishda qo'llaniladigan strategiyalarni tushuntirib, ularning amaliyotlarga o'tilishi, mahsulot yoki xizmatlar sotib olish va sotish jarayonlarini rivojlantirishda qanday yordam bera olishi kerakligini ko'rsatadi. Xalqaro bozorga kirishda davlatlar va korxonalar uchun o'zaro munosabatlar, loyihalar va xalqaro tashkilotlar bilan ishlash, mahalliy va xorijiy bozorlarni tushunish, va to'lov tizimlarini rivojlantirish kabi qonun va siyosiy asoslar keltirilgan. Maqola, xorijiy bozorga kirishda muvaffaqiyatli bo'lish uchun strategik plan tuzishning muhimligini aniqlaydi va xalqaro bozorga kirish texnologiyalari sohasida amaliyotlarni rivojlantirishda qo'llaniladigan qadriyatlar haqida tushuncha berilgan.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili Xorijiy tajribalarga tayanib shuni ta'kidlash lozimki, marketing tamoyillarini rivojlantirish va ularni amaliyotda qo'llash bo'yicha kuplab iqtisodchi olimlar shug'ullanib kelgan. Ular qatoriga F.Kotler, M.Porter, D.Evans, I.Ansoff, M.Berman, M.Golubkov, P.Samuels, D.Marshall kabi taniqli olimlarni kiritishimiz mumkin.

Mamlakatimizda qator yillar davomida xalqaro bozor sohasida olib borilgan izlanishlar milliy hususiyatlardan kelib chiqqan xolda iqtisodiyotda marketing nazariyasini rivojlantirishga katta xissa qo'shgan olimlarni ham e'tirof etish lozim. Bularga M.Muxammedov, M.Pardaev, R.Ibragimov, YO.Abdullaev, A.Saliev, M.SHarifxo'jaev, B.Xodiev, D.Raximova, SH.Ergashxodjaeva, SH.Musaeva va boshqalarni kiritish mumkin.

Tadqiqot natijalari: Kompaniyaning xalqaro bozorga kirish texnologiyalari strategiyalari, bir korxona yoki tashkilotning xalqaro bozorga kirishni tashkil etish yoki rivojlantirish uchun o'rganilgan strategik reja. Bu strategiyalar, eksport, import, jismoniy kasbfavriylik, marketing, logistika va boshqa ko'rsatma bo'yicha xizmatlar orqali xalqaro bozorga kirishni rivojlantirishni maqsad qiladi.

Bu strategiyalar, mijozlarga xizmat ko'rsatish, yangiliklarga ko'maklashish va xalqaro bozorga kirishni tashkil etish uchun zarur bo'lgan boshqa bir qator chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi. Keyingi bosqichlarda, strategiyalar amaliyotda amalga oshiriladi va modifikatsiyalashgan.

Kompaniyaning xalqaro bozorga kirish texnologiyalari strategiyalari haqida ko'proq ma'lumot olish uchun, saralangan bozorlardagi moliyaviy omillar, iqtisodiy zamonaviylik, maxsus rivojlanish yoki rivojlangan mamlakatlar, import va eksportni rivojlantirish tadbirlari va boshqa xaridorlar bilan hamkorlikni rivojlantirish uchun strategik rejalarni o'rganish kerak.

Kompaniyaning xalqaro bozorga kirish texnologiyalari strategiyalari, kompaniyalarning yoki davlatlarning xalqaro bozorda muvaffaqiyatli bo'lish uchun o'zlarining mahsulotlarini yoki xizmatlarini sotib olish, sotish, va sifatini oshirish uchun

qo'llanadigan qo'llanmalardir. Bu strategiyalar, xorijiy bozorda muvofiq mijozlarni jalb qilish, o'z maxsulot yoki xizmatlarni xorijiy bozorda sotish, xalqaro marketing kampaniyalarni boshlash, xorijiy bozorda investitsiyalar qilish va boshqa amaliyotlarni amalga oshirishni o'z ichiga oladi.

Kompaniyaning xalqaro bozorga kirish texnologiyalari, strategiyalari, korxona yoki biznes faoliyatini xalqaro bozorda o'z tashkiloti uchun optimallashtirishni maqsad qiladi. Bu texnologiyalarni to'g'ri va samarali qo'llash, foydalanish va boshqarishning strategik o'rin bilan bog'liqdir. Quyidagi qator jarayonlarda strategiyalar muhim bo'lishi mumkin:

- Elektron tijorat (e-commerce): Elektron tijoratning o'rni katta. Bizneslar uchun onlayn savdo saytlarini yaratish, xaridorlar bilan onlayn aloqa qilish, to'lov tizimlarini qo'llash, mahsulotlarni yoki xizmatlarni onlayn sotish va yetkazib berish bo'yicha strategiya rivojlanishi kerak.

- Xalqaro marketing: Xalqaro bozorga kirishda marketingni asosiy vositalardan biri hisoblash zarur. Internet reklama, ijtimoiy tarmoq reklamasi, SEO (Search Engine Optimization) va boshqa marketing texnologiyalari foydalanilishi bilan kompaniya xalqaro bozorda o'zini namoyish etishi mumkin.

- Bog'liqlik va tizimli xarajatlar: Texnologiyalar foydalanish va boshqarishning avtomatlashtirilgan tizimlari, korxona boshqaruvini optimallashtirishga yordam bera olishi kerak. Bozor tizimlarini, xaridor ma'lumotlarini to'plash va boshqa biznes jarayonlarini avtomatlashtirish lozim.

- Bog'liqlik va qayta ishlash tizimlari: Mijozlar bilan o'zaro aloqalarini mustahkamlayish uchun CRM (Customer Relationship Management) tizimlari, korxona ichki va tashqi o'zaro ishlab chiqarish tizimlari (ERP), HR (Human Resources) tizimlari va boshqa bog'liqlik va qayta ishlash texnologiyalari foydalanishi kerak.

- Xavfsizlik: Xalqaro bozorga kirishda, ma'lumotlarni himoya qilish juda muhim. Xavfsizlik sohasida yangi texnologiyalar, yulduzli alg'oritm va boshqa xavfsizlik hodisalari bilan bog'liq strategiyalar rivojlanishi kerak.

- Texnologiya jamiyatiga kirish: Biznes uchun yangi texnologiyalardan foydalanish uchun kishilarni tayyorlash va ularni yangi texnologiyalarni qabul qilishga tayyorlash muhimdir. Xodimlarga texnologiyalarni foydalanish va uning boshqarilishi bo'yicha kurslar tashkil etish va bu yo'nalishda yangi texnologiyalarni keng qamrovli joriy etish zarur.

- Xalqaro hamkorlik: Xalqaro bozorga kirish strategiyalari barcha sohada xalqaro hamkorliklarni o'z ichiga olishi kerak. Texnologiyalar orqali xalqaro bozorga kirish, ishlab chiqarish va tijoratda hamkorlik qilish strategiyasi rivojlanishi kerak.

Bu strategiyalarni amalga oshirish uchun, korxonaning maqsad va talablari, sohasi va bozorining xususiyatlari bo'yicha tahlil va tadqiqotlar olib borilishi kerak.

Rivojlanayotgan fond bozorini rivojlangan bozorga aylantirishning texnik vazifalari quyidagilardan iborat: jahon fond bozoriga samarali integratsiya qilish uchun zarur infratuzilmani ta'minlash va fond bozoridagi faoliyatni tartibga soluvchi qonunchilik bazasini takomillashtirish. Ko'pgina rivojlanayotgan fond bozorlariga xos bo'lgan muammo shundaki, rivojlanayotgan mamlakatlarda odatda fond bozori infratuzilmasini rivojlantirish uchun zarur bo'lgan davlat va jamiyatning e'tibori yetarli

darajada bo'lmaydi, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanmaydi. Binobarin, fond bozorining rivojlanganligi uning mamlakat uchun qanchalik dolzarb va muhim ekanligiga bevosita bog'liq bo'lib, bu davlatning xohish va qat'iyatida o'z aksini topadi. Shuningdek, davlatning siyosiy qo'llab-quvvatlovi milliy fond bozori manfaatlarini xalqaro moliya bozorlarida himoya qilish shaklida ham ayniqsa muhimdir.

Xulosa va takliflar. Xalqaro bozor strategiyalari O'zbekistonning iqtisodiy muhitida muhim o'rin tutib, biznes o'sishiga, elektron tijoratni rivojlantirishga va kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi. Mamlakatni jadal raqamlashtirish sharoitida marketing strategiyalari o'zgartirilmoqda, yangi texnologiyalarga moslashtirilmoqda va iste'molchilarning xatti-harakatlari o'zgarib bormoqda.

1. Elektron tijorat va Savdo Saytlari: Maqolada, korxonalar uchun onlayn savdo saytlari yaratish, xaridorlar bilan onlayn aloqa qilish, to'lov tizimlarini qo'llash, mahsulotlarni yoki xizmatlarni onlayn sotish va yetkazib berish bo'yicha strategiyalar muhim deb qaror qilingan.

2. Xalqaro Marketing: Xalqaro bozorga kirishda marketingni yaxshi boshqarish, internet reklama, ijtimoiy tarmoq reklamasi, SEO va boshqa marketing texnologiyalari orqali kompaniyalarning xalqaro bozorda o'zini muvaffaqiyatli namoyish etishga intilish.

3. Bog'liqlik va Tizimli Xarajatlar: Maqolada, korxona boshqaruvini avtomatlashtirish uchun bog'liqlik va tizimli xarajatlarni boshqarishning strategik muhimiyati muhokama qilingan. Bozor tizimlarini, xaridor ma'lumotlarini to'plash va boshqa biznes jarayonlarini avtomatlashtirish lozimligi ta'kidlangan.

4. Xalqaro Hamkorlik: Xalqaro bozorga kirishda, korxonalar o'rtasida xalqaro hamkorlik muhim ahamiyat kasb etgan. Bu, texnologiyalar orqali xalqaro bozorga kirish, ishlab chiqarish va tijoratda hamkorlik qilish strategiyalarini o'z ichiga olishni ma'nosiz qilmagan.

Ushbu xulosa qismi, maqolaning asosiy taqdirilarini, strategiya yo'nalishlarini va ularning kompaniya uchun muhimligini ifodalaydi. Bu xulosa, korxonalarga xalqaro bozorga kirishda muvaffaqiyatli bo'lish uchun kerakli strategiyalarni tushuntirib bera olishda yordam berishi kutiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 29.03.2021 yildagi 166-son.
2. Mirziyoev Sh.M. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini himoya qilish mamlakat taraqqiyoti va xalq farovonligining garovidir. - T.: O'zbekiston, 2017.- 48 b.
3. Mirziyoev Sh.M. Biz buyuk kelajakni mard va olijanob xalqimiz bilan quramiz. - T.: O'zbekiston, 2017.- 488 b.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2020-yil 24-yanvar. - Xalq nutqi, 2020-yil 26-yanvar.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-son Farmoni.

6. Azimovna, M. S. (2022). Professor of Samarkand Institute of Economic and Service, Samarkand, Uzbekistan. Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences, 1(9), 20-23.

7. Musayeva, S., & Usmanov, F. (2022). Ways to develop marketing activities in tourist organizations. *Science and innovation*, 1(A5), 84-88.

8. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. (2022). Issues of improving productivity competition in agriculture. *ijtimoiy fanlarda innovasiya onlayn ilmiy jurnali*.-2022.-C, 51-53.

9. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. (2022). The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises.

10. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. (2022). The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises.

11. Musayeva, S. (2022). Studying the organization of advertising activities of goods at "samarkand tea packaging factory" JSC. *Science and innovation*, 1(A6), 185-192.

12. Musayeva, S. (2022). Prospects for the development of "stekloplastik" llc activity in the conditions of the market economy. *Science and innovation*, 1(A6), 539-546.

13. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. (2022). Importance and Characteristics of Brand Choice in Services. *European Multidisciplinary Journal of Modern Science*, 1-3.

14. Musaeva Sh. A. Marketing tadqiqotlari. Darslik "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi. Samarqand-2023

15. Musaeva Sh. A. Integrallashtirilgan marketing kommunikatsiyasi O'quv qo'llanma "Mahorat" nashriyoti, Samarqand -2022.

Copyright: © 2025 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

