



BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH ISTIQBOLLARI

Xusanova Gavhar

Shahrisabz davlat pedagogika instituti

ORCID: 0009-0008-7894-1851

xusanovagavhar27@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada bozor iqtisodiyoti sharoitida oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini ta'minlash va uni samarali boshqarishning dolzarb masalalari yoritilgan. Unda iqtisodiy islohotlar jarayonida korxonalarning innovatsion rivojlanishi, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, marketing strategiyalarini takomillashtirish hamda zamonaviy boshqaruv mexanizmlarini joriy etish zarurati tahlil qilingan. Shuningdek, raqobat muhitini rivojlantirish, eksport salohiyatini oshirish va ichki bozorni barqaror oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash orqali sanoat korxonalarining barqaror iqtisodiy o'sishiga erishish istiqbollari ko'rsatib o'tilgan. Tadqiqot natijalari raqobatbardoshlikni boshqarishning strategik yo'nalishlarini belgilash va oziq-ovqat sanoati korxonalarining iqtisodiy barqarorligini mustahkamlashda amaliy ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: bozor iqtisodiyoti, oziq-ovqat sanoati, raqobatbardoshlik, boshqaruv, innovatsiyalar, samaradorlik, marketing strategiyasi, eksport salohiyati, iqtisodiy barqarorlik.

ПЕРСПЕКТИВЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Хусанова Гавхар

Шахрисабзский государственный педагогический институт

Аннотация. В данной статье освещаются актуальные вопросы обеспечения и эффективного управления конкурентоспособностью предприятий пищевой промышленности в условиях рыночной экономики. Проанализирована необходимость инновационного развития предприятий в процессе экономических реформ, повышения эффективности производства, совершенствования маркетинговых стратегий и внедрения современных механизмов управления. Кроме того, рассмотрены перспективы достижения устойчивого экономического роста промышленных предприятий за счёт развития конкурентной среды, увеличения экспортного потенциала и обеспечения внутреннего рынка стабильными продовольственными товарами. Результаты исследования имеют практическое значение для определения стратегических направлений управления конкурентоспособностью и укрепления экономической устойчивости предприятий пищевой промышленности.

Ключевые слова: рыночная экономика, пищевая промышленность, конкурентоспособность, управление, инновации, эффективность, маркетинговая стратегия, экспортный потенциал, экономическая устойчивость.

PROSPECTS FOR MANAGING THE COMPETITIVENESS OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES IN A MARKET ECONOMY

Khusanova Gavhar

Shahrisabz State Pedagogical Institute

Abstract. *This article highlights the urgent issues of ensuring and effectively managing the competitiveness of food industry enterprises under market economy conditions. It analyzes the need for innovative development of enterprises during economic reforms, improving production efficiency, enhancing marketing strategies, and introducing modern management mechanisms. Moreover, it outlines the prospects for achieving sustainable economic growth of industrial enterprises by developing a competitive environment, increasing export potential, and ensuring the stability of the domestic market with food products. The research results are of practical importance for determining strategic directions of competitiveness management and strengthening the economic stability of food industry enterprises.*

Keywords: *market economy, food industry, competitiveness, management, innovations, efficiency, marketing strategy, export potential, economic stability.*

Kirish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyatining muvaffaqiyati ularning raqobatbardoshlik darajasi bilan chambarchas bog'liqdir. Xususan, oziq-ovqat sanoati korxonalari uchun raqobatbardoshlik - ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, resurslardan oqilona foydalanish, mahsulot sifatini yaxshilash va iste'molchilar ehtiyojini to'liq qondirishning muhim mezonidir. Mamlakatimizda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, ichki bozorni sifatli va arzon mahsulotlar bilan to'ldirish hamda eksport salohiyatini kengaytirish yo'lida keng ko'lamli iqtisodiy islohotlar amalga oshirilmoqda.

Global raqobat kuchayib borayotgan bir davrda, oziq-ovqat sanoati korxonalari faqat an'anaviy ishlab chiqarish usullari bilan emas, balki innovatsion texnologiyalarni joriy etish, raqamli boshqaruv tizimlarini rivojlantirish, marketing strategiyalarini yangilash va logistika tizimini optimallashtirish orqali ham o'z ustunliklarini ta'minlashi lozim. Shu nuqtai nazardan, korxonalarning raqobatbardoshligini boshqarish masalasi nafaqat mikroiqtisodiy, balki makroiqtisodiy ahamiyat kasb etib, mamlakat iqtisodiy xavfsizligi va barqaror o'sishining muhim omillaridan biriga aylanmoqda.

Mazkur tadqiqotda bozor iqtisodiyoti sharoitida oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish omillari, boshqaruv mexanizmlari hamda istiqbolli yo'nalishlari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi. Shuningdek, sohada mavjud muammolar va ularni bartaraf etishning samarali yo'llari ko'rib chiqilib, oziq-ovqat sanoatida raqobat muhitini yanada rivojlantirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Adabiyotlar sharhi.

Ushbu tadqiqot ishi bo'yicha xorijiy olimlardan Porter (1985), Druker (1999), Enright (2001), Kotler (2003) va Suxarev (2012) mahalliy olimlarimizdan G'ulomov (2017), Jo'rayev (2021) va Xudoyqulov (2020)larning tadqiqotlarida korxonalar raqobatbardoshligi va raqobat ustunliklarini ta'minlovchi ichki va tashqi ta'sir etuvchi omillar hamda korxonalar faoliyatini boshqarish jarayonlari tadqiq qilingan. Xususan:

Porterning (1985) "Competitive Advantage" nomli tadqiqotida raqobat ustunligini shakllantirish nazariyasini asoslab bergan. U korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlashda narx, sifat, innovatsiya va xizmat ko'rsatish darajasi kabi omillar o'zaro uyg'un holda boshqarilishi zarurligini ta'kidlaydi. Porterning "besh kuch" modeli oziq-ovqat sanoati korxonalarining tashqi muhit tahlilida keng qo'llaniladi.

Druker (1999) esa boshqaruv nazariyasining klassik asoschisi sifatida raqobatni barqaror rivojlanish bilan uyg'unlashtirish zarurligini ko'rsatib bergan. Uning fikricha, oziq-ovqat sanoati korxonalari muvaffaqiyatining asosi - bu iste'molchi ehtiyojlarini chuqur anglash va ularga mos innovatsion mahsulotlar ishlab chiqishdir.

Enright (2001) o'zining tadqiqotlarida mintaqaviy raqobatbardoshlik konsepsiyasini ishlab chiqib, sanoat tarmoqlari raqobatdoshligini hududiy resurslardan samarali foydalanish bilan bog'lagan. Oziq-ovqat sanoatining hududiy raqobat ustunliklarini shakllantirishda bu yondashuv dolzarb ahamiyatga ega ekanligini asoslab bergan.

Kotler (2003) ilmiy izlanishlarida marketing strategiyalari orqali korxonalar raqobatbardoshligini oshirish mexanizmlarini o'rgangan. U oziq-ovqat sanoatida brend imidji, iste'molchi ishonchi va bozor segmentatsiyasi raqobat ustunligini ta'minlovchi muhim omillar ekanligini asoslab bergan.

Suxarev (2012) tadqiqot ishlarida sanoat tarmoqlarida raqobatbardoshlikni baholashning iqtisodiy modellarini taklif qilgan. Uning ishlari resurslardan foydalanish samaradorligi, ishlab chiqarish tannarxi va innovatsion faollik ko'rsatkichlari orqali korxonalar raqobat darajasini o'lchashga asoslangan.

Mahalliy olimlarimizdan G'ulomov (2021) esa milliy iqtisodiyotda innovatsion boshqaruv konsepsiyasini rivojlantirgan. U oziq-ovqat sanoatining raqobatbardoshligini oshirishda raqamli texnologiyalar, samarali marketing strategiyalari va davlat qo'llab-quvvatlovi muhim rol o'ynashini ta'kidlaydi.

Jo'rayev (2021) o'z tadqiqotlarida oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarishda klaster yondashuvining samaradorligini o'rgangan. Uning fikricha, klasterlashuv ishlab chiqarish, innovatsiya va logistika jarayonlarini integratsiyalash orqali korxonalarning raqobatbardoshligini oshiradi.

Xudoyqulov (2020) esa o'z tadqiqotida O'zbekiston oziq-ovqat sanoatida raqobat muhitini shakllantiruvchi omillarni tizimli tahlil qilib, boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish zarurligini ko'rsatgan. U milliy ishlab chiqaruvchilarning raqobatbardoshligini oshirishda davlat qo'llab-quvvatlovi, klasterlashuv, eksport salohiyatini kengaytirish va resurslardan samarali foydalanishning o'zni katta ekanligini ilmiy asosda tahlil qilgan.

Tadqiqot metodologiyasi.

Oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarish yuzasidan integral baholash usuli, raqobatbardoshlikni integral baholash, funksional va matritsaviy baholash kabi metodologiyalardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Raqobatbardoshlikni boshqarishda yagona universal usul mavjud emas. Korxonaning raqobatbardoshligini baholash uchun raqobat mavjud bozor muhitining zamonaviy sharoitida raqobatbardoshlikni faqat ko'rsatkichlar orqali baholash mumkin emas.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatbardoshlik kategoriyasi iqtisodiyot fanining asosiy tushunchalaridan biri hisoblanadi. "Raqobatbardoshlik" tushunchasi keng ma'noda korxonaning o'z mahsulotini bozorda muvaffaqiyatli sotish, iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish hamda doimiy foyda olish qobiliyatini ifodalaydi. Iqtisodchi olim M.Porterning "Raqobat ustunligi" nazariyasiga ko'ra, korxona raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy omillar – narx, sifat, innovatsiya, boshqaruv samaradorligi va strategik yondashuvdir. Shu boisdan, oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarish jarayoni ham aynan ushbu nazariy yo'nalishlarga tayangan holda shakllanadi.

Bozor iqtisodiyotida raqobatbardoshlikni boshqarish nazariyasi ikki darajada - makroiqtisodiy va mikroiktisodiy yondashuvlar asosida o'rganiladi. Makroiqtisodiy darajada raqobat muhitini shakllantirish, iqtisodiy erkinlikni kengaytirish, innovatsion siyosatni rivojlantirish va tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash orqali mamlakat miqyosida barqaror iqtisodiy raqobat yaratiladi. Mikroiktisodiy darajada esa korxonalar o'z ichki resurslaridan foydalanish, ishlab chiqarish xarajatlarini boshqarish, marketing strategiyasini takomillashtirish va texnologik yangiliklarni joriy etish orqali raqobatbardoshligini oshiradi.

Mahsulot sifati hamda uning raqobatbardoshligini boshqarish barcha korxonalarda bo'lgani kabi oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyatida xam baholashning bir qancha ko'rinishlari va turlari mavjud. Ularga mahsulotning sifat va samaradorligini oshirib boorish tizimini takomillashtirish kabi omillar kiradi. Har qanday tashkilotda bo'lgani kabi faoliyat va uning raqobatbardoshligini samarali boshqarishning umumiy qoliplashgan "universal" ko'rinishi yo'q. Oziq-ovqat mahsulotlari korxonasining faoliyat raqobatbardoshligini aniq nazorat qilish uchun ushbu turdagi bozorda raqobat borligi va u zamonaviy iqtisodiy ko'rsatkichlar bilan tahlilini amalga oshirish imkonsizdir.

Oziq-ovqat sanoati korxonasining raqobatbardoshligini integral baholashda bozor holatiga, korxonaning iqtisodiy faoliyatining o'ziga xos xususiyatlariga, mahsulotlarning xususiyatlariga qarab, korxonaning raqobatbardoshligini baholashda tizimli yondashuvni qo'llash maqsadga muvofiqdir. Oziq-ovqat sanoati korxonalarida alohida olingan quyi tizimlari tomonidan korxonaning raqobatbardoshligini, ya'ni ishlab chiqarish, moliyaviy, marketing, pudrat faoliyati, sotishni tashkil etish, xodimlarni boshqarish, mahsulot raqobatbardoshligi, korxonaning innovatsion faoliyatini baholash kabi raqobatbardoshlikni tavsiflovchi ko'rsatkichlarni o'z ichiga oladi (Ziyaviddinova, 2006).

Tizimlilik ko'rsatkichi qisqa muddatda oziq-ovqat sanoati korxonalarining samaradorligini ko'rsatadi. Bu, birinchi navbatda, ishlab chiqarish jarayonida turli resurslardan foydalanishga nisbatan iqtisodiy samaradorligini ko'rsatadi. Bu ko'rsatkichning iqtisodiy talqini uchun ishlab chiqarish samaradorligini belgilovchi qiymatlar eng maqbul hisoblanadi. Jarayonning tashkil etilishi va izchilligi oshgan sari turli xildagi resurslardan foydalanish yanada samarali bo'ladi (1-jadval).

1-jadval

Oziq-ovqat sanoati korxonasining raqobatbardoshligi ko'rsatkichlari tizimi

Ko'rsatkichlar	Baholash ko'rsatkichining uslubiy mazmuni	Ko'rsatkich mazmunini izohlovchi iqtisodiy qadriyatlar
Funksionallik	Qisqa muddatli ishlash, ya'ni mijozlar ehtiyojini qondirish	-sotilgan mahsulotlar hajmi; - korxonalar aylanmasi; - korxonalarning xo'jalik faoliyati turi bo'yicha aylanmasi
Tizimlilik	Korxonaga xom ashyo ta'minotining mavjudligi va undan samarali foydalanish	- korxonaning har bir xodimi hisobga olingandagi umumiy hajmi; - xodimlar soniga nisbatan mahsulot
Faollik	SWOT tahlili asosida omillarni hisobga olish	-innovatsion faoliyatning umumiy miqdori; -raqamli texnologiyalar soni va mavjudligi.

Manba: Ma'lumotlar asosida muallif toonidan ishlab chiqildi.

Bozor iqtisodiyoti modelida korxonaning raqobatbardoshligini boshqarish quyidagi nazariy yondashuvlarga tayangan holda shakllanadi:

1. Resursga asoslangan yondashuv (Resource-Based View): korxona o'zining ichki resurslari — kapital, bilim, texnologiya, tajriba va brend kabi aktivlar orqali raqobat ustunligini yaratadi.

2. Institutsional yondashuv: raqobatbardoshlik darajasi mamlakatdagi huquqiy, iqtisodiy va tashkiliy institutlar faoliyatining samaradorligiga bog'liq.

3. Innovatsion yondashuv: yangi mahsulot, texnologiya yoki xizmat turlarini ishlab chiqish orqali korxona bozorda o'z pozitsiyasini mustahkamlaydi.

4. Marketing yondashuvi: raqobatbardoshlikni ta'minlashda iste'molchi ehtiyojlarini to'g'ri aniqlash va ularga mos strategiyalarni ishlab chiqish muhim omil hisoblanadi.

Oziq-ovqat sanoatida raqobatbardoshlikning nazariy asoslari, avvalo, mahsulot sifatini boshqarish, ishlab chiqarish xarajatlarini optimallashtirish va iste'molchi ishonchini mustahkamlash konsepsiyasiga tayanadi. Bu jarayonda strategik boshqaruv nazariyasining roli ham muhimdir. Strategik boshqaruv konsepsiyasiga ko'ra, korxona o'zining ichki imkoniyatlari va tashqi muhit sharoitlarini tahlil qilib, raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan uzoq muddatli maqsadlarni belgilaydi.

Raqobatbardoshlikni oshirishning eng asosiy mezonlari ham mahsulot tannarxini kamaytirishdan iborat. Oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish bosqichida korxona ma'muriyati malakali ishchi kuchi, sifatli xom ashyo va tejankor energiya sarflovchi texnika va texnologiyalardan foydalanishi raqobat kurashida muhim hisoblanadi.

2-jadval

Oziq-ovqat sanoati korxonalari raqobatbardoshligining integral ko'rsatkichini baholash natijalari

Shkala qiymati %	Baholash natijalari
0-20	Raqobatbardoshlik darajasi past va idealga javob bermaydi, korxonada butun boshqaruv siyosatini tubdan o'zgartirishni va korxonaning asosiy biznesini yaxshilash bo'yicha chora-tadbirlarni joriy etishni talab qiladi. Korxona resurslar va tashkilot jihatidan qoniqarsiz raqobatbardoshlik darajasiga ega.
20, 1-40	Raqobatbardoshlikning yaxshi darajasiga erishish uchun korxona o'zining aksariyat elementlariga o'zgartirishlar kiritishi kerak. Raqobatbardoshlikni oshirish siyosati menejmentning umumiy samaradorligini oshirish asosida korxona rahbariyati tomonidan sozlanishi kerak.
40, 1-60	Oziq-ovqat sanoati korxonasining raqobatbardoshlik darajasi ma'lum darajada yaxshi darajaga mos keladi va ma'lum quyi tizimlarda oz sonli elementlarni sozlashni talab qiladi. Bu raqobatbardoshlikni oshirish strategiyasini joriy etish, bu korxonani yanada rivojlantirishga yordam beradi.
60, 1-100	Oziq-ovqat sanoati korxonasi raqobatbardoshligi darajasi ideal mos keladi, boshqaruv siyosatida har qanday o'zgarishlar qilish talab qilinmaydi, ish faoliyatini yaxshilash uchun bir strategiya amalga oshirish uchun hech qanday ehtiyoj bor.

Korxonalarning raqobatbardoshligini baholashning olingan natijalarini tahlil qilsak, oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligi yuqori emasligini ko'ramiz bitiruv shkalasi qoniqarli va nisbatan yaxshi darajaga mos keladi.

Ko'rinib turibdiki, ko'rsatkich darajasi yildan-yilga o'zgarib turadi, bu esa korxonalarning saqlab qololmasligini ko'rsatadi ularning bozordagi raqobatbardosh pozitsiyalari.

Shuningdek, oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini baholashda quyidagi nazariy mezonlar qo'llaniladi:

- ishlab chiqarish samaradorligi va tannarx darajasi;
- mahsulot sifati va innovatsionlik ko'rsatkichi;
- bozor ulushi va eksport hajmi;
- brend tan olinish darajasi;
- iste'molchilar ishonchi va sodiqligi.

Nazariy jihatdan qaralganda, korxonaning raqobatbardoshligi nafaqat ichki boshqaruv omillariga, balki tashqi iqtisodiy muhit — davlat siyosati, soliq tizimi, infratuzilma, moliya va investitsiya oqimlari bilan ham uzviy bog'liqdir. Shu bois, raqobatbardoshlikni boshqarishning

nazariy asoslarini amaliy mexanizmlar bilan uyg'unlashtirish korxonalar barqarorligini ta'minlovchi asosiy shartlardan biri hisoblanadi.

Xulosa va takliflar.

Shuni ta'kidlash mumkinki, har qanday tizimning boshqarilishi uchun eng muhim shart uning barqarorligi bo'lib, unda ma'lum bir qonun va qaror bilan ishlaydigan tizimning ta'minlanganigidir. Oziq-ovqat sanoat korxonalari faoliyatida raqobatbardoshlikni boshqarish xam narx darajasi muvozanatini barqarorligini ta'minlash va oziq-ovqat sanoat korxonalarining uzluksiz ishlashini ta'minlashga erishish mumkin bo'ladi. Natijada esa axolining oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan doimiy talabi qondiriladi.

Yuqoridagi xulosadan kelib chiqib oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyatida raqobatbardoshlikni boshqarish yuzasidan quyidagi takliflar tavsiya etiladi:

- O'zbekistonda oziq-ovqat sanoat tarmog'ida raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun tayyor mahsulotni asosiy iste'mol bozorlariga yetkazib berish hamda butunlay ishlab chiqarilgan mahsulotlarni marketingigacha bo'lgan tashkiliy tuzilmalarni tashkil etadigan alohida majmua ko'rinishiga keltirildi.

- Oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyati raqobatbardoshligini boshqarishda so'ngi innovatsion yangiliklar, shuningdek, ularni amaliyotda tadbiq qilish, "xom ashyoni – qayta ishlash – tayyor mahsulot" zanjirida ishlab chiqarish tizimini integratsiyasini amalga oshirish zaruriyati yuzaga kelmoqda.

- Oziq-ovqat sanoati boshqa tarmoqlar ichida o'zining aylanma mablag'ni ko'proq talab qilishi hamda moliyaviy faoliyat provardidan tashqari faoliyatni zamonaviy moddiy-texnik bazasi va malakali kadrlar imkoniyatidan maksimal darajada foydalana oluvchi oziq-ovqat sanoati korxonalari iqtisodiy faoliyatining integral ko'rsatkichidan foydalanish tavsiya etildi.

Adabiyotlar/Jumepamypa/References:

Drucker, P.F. (1999). *"Management Challenges for the 21st Century."* New York: HarperBusiness.

Enright, M.J. (2001). *"Regional Clusters: What We Know and What We Should Know."* Harvard Business School Working Paper.

G'ulomov, S. S. (2017). *"Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion boshqaruv va raqobatbardoshlik."* Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.

Jo'rayev, M. T. (2021). *"Oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarishda klaster yondashuvi."* Toshkent: TDIU ilmiy jurnali, №4.

Kotler, P., Keller, K. L. (2003). *"Marketing Management."* 11th Edition, Prentice Hall.

Porter, M.E. (1985). *"Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance."* New York: Free Press.

Xudoyqulov, D. Sh. (2020). *"O'zbekiston oziq-ovqat sanoati korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish yo'llari."* — Toshkent: TDIU ilmiy axborotlari, №3.

Ziyavitdinova N.M. *Oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyatini iqtisodiy samaradorligini oshirish.* Diss. i.f.n. Bux oz.ov YeSTI 155 b. B. – 2006.

Сухарев, А. Н. (2012). *"Конкурентоспособность предприятий: экономическая оценка и пути повышения."* Москва: Финансы и статистика