



OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA RAQOBAT MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH

Xamraev Nodirbek Ravshanovich

Qarshi davlat universiteti
ORCID: 0009-0004-1467-9330

Annotatsiya. Ushbu ilmiy maqolada oziq-ovqat korxonalari faoliyatini rivojlantirishda bozorda raqobat muhitini shakllantirishning huquqiy tizimini takomillashtirish, sohada shaffof raqobat muhitini shakllantirish va xorijiy investitsiyalar kiritish borasidagi muammolarga e'tibor qaratilgan. Bundan tashqari, oziq-ovqat sanoati korxonalari faoliyatida xorijiy investitsiyalar kirishini rag'batlantirish, oziq-ovqat sanoati korxonalar faoliyatini zamon talablariga mos holda modernizatsiyalash, texnik va texnologik jihatdan yangilash, ular faoliyatini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish bo'yicha taklif va tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: oziq-ovqat sanoati, oziq-ovqat bozori, oziq-ovqat turlari, bozor elementlari, boshqaruv strategiyasi, raqobat ustunligi, bozor imkoniyatlari, iqtisodiy mexanizm, tashkiliy mexanizm, tadbirkorlik faoliyati, tadbirkorlik sub'ekti, tadbirkorlik qobiliyati, tadbirkorlik infratuzilmasi.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА КОНКУРЕНЦИИ В РАЗВИТИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Хамраев Нодирбек Равшанович

Каршинский государственный университет

Аннотация. Настоящая научная статья посвящена проблемам совершенствования правовой системы формирования конкурентной среды на рынке при развитии деятельности предприятий питания, формирования прозрачной конкурентной среды в отрасли и привлечения иностранных инвестиций. Кроме того, даны предложения и рекомендации по стимулированию притока иностранных инвестиций в деятельность предприятий пищевой промышленности, модернизации, техническому и технологическому обновлению деятельности предприятий пищевой промышленности в соответствии с требованиями времени, разработке экономических механизмов развития их деятельности.

Ключевые слова: пищевая промышленность, продовольственный рынок, виды продуктов питания, элементы рынка, стратегия управления, конкурентное преимущество, рыночные возможности, экономический механизм, организационный механизм, предпринимательская деятельность, хозяйствующий субъект, предпринимательская способность, инфраструктура предпринимательства.

IMPROVING THE MECHANISM OF COMPETITION IN THE DEVELOPMENT OF THE ACTIVITIES OF ENTERPRISES OF THE FOOD INDUSTRY

Khamraev Nodirbek Ravshanovich
Karshi state university

Annotation. *This scientific article focuses on the problems of improving the legal system for the formation of a competitive environment in the market in the development of the activities of food enterprises, the formation of a transparent competitive environment in the field and the introduction of foreign investments. In addition, proposals and recommendations were made to stimulate the entry of foreign investments in the activities of food industry enterprises, modernize the activities of the food industry enterprise in accordance with the requirements of the time, update them technically and technologically, develop economic mechanisms for the development of their activities.*

Keywords: *food industry, food market, types of food, market elements, management startup, competitive advantage, market opportunities, economic mechanism, organizational mechanism, entrepreneurial activity, business entity, entrepreneurial ability, entrepreneurial infrastructure.*

Kirish.

Aholining oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojini qondirish darajasini oshirish aholi turmush farovonligining asosiy ko'rsatkichlaridan biri bo'lib hisoblanadi. Fikrimizcha, iste'mol tovarlari bozorining holati, uning rivojlanishi bir tomondan, iqtisodiyot barqarorligining ko'rsatkichi sifatida ifodalanadi. Boshqa tomondan esa ma'lum bir darajada davlat ijtimoiy siyosatining natijalarini namoyon etadi. Shunday ekan, iste'mol tovarlari bozorini, shuningdek ichki iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirishni va uning rivojlanishini belgilash milliy iqtisodiyotning rivojlanish yo'nalishlarini aniqlashga yordam beradi.

Oziq-ovqat mahsulotlari bozorini, jumladan oziq-ovqat tovarlari bozorini tadqiq etishda, avvalambor «bozor», «iste'mol bozori», «oziq-ovqat tovarlari bozori» kabi tushunchalarni ko'rib chiqishni joiz, deb bildik.

Bozor – birinchidan kengaytirilgan takror ishlab chiqarish jarayonida tovar almashinuvi sohasi sifatida namoyon bo'ladi. Uni shakllantirish uzoq tarixiy jarayon bo'lib, ijtimoiy mehnat taqsimotining yuzaga kelishi va chuqurlashuvi hamda ishlab chiqarishning alohida xo'jalik sifatida ajralib chiqishi bilan izohlanadi. Tovar almashinuvi sohasida tovarni xarid qilish-sotish bo'yicha o'ziga xos ishlab chiqarish munosabatlari amal qiladi.

Ikkinchidan, bozor, aniqrog'i iste'mol tovarlari bozori, tovarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berishga mo'ljallangan xo'jalik faoliyatini amalga oshirish «maydoni» bo'lib hisoblanadi. Bu faoliyat tovar ishlab chiqarish va sotishning ma'lum xo'jalik mexanizmini, sotish shakli va usullarini yaratish, tovar reklamasini tashkil etish va boshqarishni hal etish, tovarga bo'lgan ehtiyojni o'rganish va uni shakllantirish bilan bog'liq bo'ladi.

Oziq-ovqat mahsulotlari bozori bugungi kunda yirik makroiqtisodiy ahamiyatga ega va uning holati talab va taklif nisbatida aholi moddiy iste'moli darajasida, daromad va xarajatlarida, iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishida o'z aksini topadi. Iste'mol bozorini nazariy va amaliy jihatlarini o'rganishda uning ehtiyoj (talab), taklif va baho elementlarini ham o'rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu elementlar esa, marketing faoliyatining ham asosidir.

Bozorini oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, respublikada barqarorlikni ta'minlashning muhim omillaridan hisoblanadi. Oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligi muhim o'rin tutadi. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasining qo'shma majlisidagi nutqida «Qishloq xo'jaligini isloh qilish va oziq-ovqat

xavfsizligini ta'minlash masalalari, hech shubhasiz, biz uchun eng muhim vazifalardan biri bo'lib qoladi» (Мирзиёев, 2016), deb ta'kidlab o'tganlar.

Oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda oziq-ovqat sanoati ham muhim rol o'ynaydi. «Oziq-ovqat sanoati tayyor yoki yarim fabrikat holda oziq-ovqat mahsulotlari, shuningdek, ichimliklar, tamaki buyumlari hamda yog' ishlab chiqarish asosida sovun va yuvish vositalarining bir necha toifalarini ishlab chiqaruvchi tarmoqlar guruhidir» Xalqaro tarmoqlar standarti klassifikatsiyasida «Oziq-ovqat ishlab chiqarish ishlab beruvchi, ya'ni unumli tarmoqlar guruhi»ga kiritilgan.

Bozorni oziq-ovqat bilan to'ldirish, ularni ishlab chiqarish sohasida o'z-o'zini ta'minlashga erishish va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash O'zbekiston iqtisodiyotining muhim sektori hisoblangan qishloq xo'jaligini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlaridan biridir. Chunki, O'zbekistonda qishloq xo'jaligi iqtisodiyotning yetakchi tarmog'i sanaladi. Shu jihatdan O'zbekistonda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash uchun qishloq xo'jaligida yer va suv resurslaridan unumli, samarali foydalanishni ta'minlashga qaratilgan qonunchilikni yanada mustahkamlash, qishloq xo'jaligi mahsulotlari tarkibida oziq-ovqat mahsulotlari ulushining yuqori bo'lishiga erishish zarur.

Butun dunyoda oziq-ovqat taqchilligi xavfi ortib borayotgan bir paytda O'zbekiston rahbariyati nafaqat ichki talabni qondirish, balki tashqi bozorga oziq-ovqat mahsulotlari yetkazib berish hajmini oshirish imkonini beradigan muhim va zarur chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Bugungi kunda O'zbekistonning muhim missiyasi va har bir davlatning ushbu murakkab davrdagi dolzarb vazifasi xalqaro hamjamiyatda alohida xavotir va tashvish uyg'otuvchi oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashga mas'uliyat bilan yondashishdir.

Fikrimizcha, mamlakatda oziq-ovqat barqarorligini, aholining oziq-ovqat mahsulotlariga fiziologik minimumga muvofiq miqdoriy va iqtisodiy, ijtimoiy jihatdan erishishini kafolatlash hamda oziq-ovqat mahsulotlarining xavfsiz iste'molini ta'minlashda ichki iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish muhim ahamiyat kasb etadi. Ichki bozorni oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirishda nafaqat ichki ishlab chiqarish, balki oziq-ovqat tovarlarining importi ham ishtirok etadi.

Adabiyotlar sharhi.

Oziq-ovqat mahsulotlari bozoriga to'xtaladigan bo'lsak, u kishilarning kundalik ehtiyoji uchun zarur bo'lgan tovarlar va xizmatlar bozori bo'lib, uy xo'jaliklari hamda alohida xaridorlarning o'z ehtiyojlari uchun sotib oladigan barcha tovar va xizmatlarini o'z ichiga oladi. Ushbu bozorda keng iste'mol buyumlari, madaniy, maishiy va kommunal xizmatlar oldi-sotdi qilinadi. Amalda iste'mol tovarlari bozori savdo shoxobchalaridan iborat bo'lib, ularga magazinlar, savdo uylari, firmalar, supermarket, oziq-ovqat do'konlari, oshxona, novvoyxona, turli xil ustaxonalar, dehqon bozorlari, kosib va hunarmandlar rastalari kiradi.

Filipp Kotler (2007) ta'biri bilan aytganda, «Iste'mol bozorida alohida shaxs va xo'jaliklar tovar va xizmatlarni shaxsiy iste'mol uchun sotib oladilar». «Iste'mol bozorlari shaxsiy iste'mol uchun tovarlar va xizmatlar sotib oladigan jismoniy shaxslar va uy xo'jaliklaridir» (Armstrong, Kotler & other 2017).

Odatda, iste'mol tovarlari bozori bir qancha belgilariga qarab turkumlanadi va o'rganiladi. «Iqtisodchi olimlar tovarlarni iste'mol qilish davriyligiga qarab 3 guruhga ajratadilar: uzoq muddatli iste'mol tovarlari; qisqa muddatli iste'mol tovarlari; xizmat turlari» (Kotler, 1996).

Jahonning rivojlangan davlatlari tajribasidan ma'lumki, tadbirkorlik faoliyati iqtisodiy taraqqiyotning poydevori, rivojlanishning boshlang'ich bo'g'ini hisoblanadi. Bunga tadbirkorlik sub'ektlarining taraqqiyotga ta'siri qator ijobiy sifatlari sababdir. Eng avvalo bu bo'g'inning asosiy sifati uning mavjud iqtisodiy holatga moslashuvchanligi va rivojlanishga o'ta intiluvchanligidir. Shu o'rinda bu sohani rivojlantirish maqsadida erkin raqobat muhitini yaratishga e'tibor berib borish zarur. Iqtisodiyotni modernizatsiyalashtirish sharoitida rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasining ko'rsatishicha, raqobat munosabatlarini

rivojlantirish ancha murakkab va uzoq davrni oluvchi jarayon hisoblanadi. Oziq-ovqat sanoatida raqobat muhitini shakllantirish asosida bir qator muammolarni bartaraf etish mumkin (Умаров, 2019):

- oziq-ovqat sanoati tarmoq tuzilishidagi nomuvofiqliklar hamda sifatli va zamonaviy oziq ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun yuqori texnologiyalar bilan ta'minlash;
- oziq-ovqat sanoatining quyi bo'g'inlarida raqobatni adolat mezonlari asosida baholash;
- tovar tannarxini aniqlashda ma'muriy buyruqbozlik asosini saqlanib qolganligi, asosan iqtisodiyotning qishloq xo'jaligi va sanoat tarmoqlarida tovar narxining bozor bahosi bilan farqi;
- mamlakat ichki bozoriga tovarlarning noqonuniy yo'llar orqali kirib kelishi;
- faoliyat turi va daromadlarni yashirish holatlarining mavjudligi;
- sog'lom pul muomalasini ta'minlash uchun bozor infratuzilmasini talabga yetarli darajada javob bermasligi;
- milliy valyutani xorij valyutalariga erkin almashtirish imkoniyatlarining cheklanganligi va boshqalar.

Soliyev (2008) «Iste'mol tovarlari – aholining kundalik hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan va uy-joyini jihozlashga ishlatiladigan (oziq-ovqat, dori-darmon va nooziq-ovqat) tovarlaridir», deb tavsiflagan.

Madiyarov (2008) fikricha, «iste'mol bozorining vazifalari quyidagi 4 guruhda ifodalanadi: savdo-sotiq jarayonini tashkil etish; sotuvchilarga xizmat ko'rsatish; xaridorlarga xizmat ko'rsatish; boshqa huquqiy va huquqiy bo'lmagan shaxslarga xizmat ko'rsatish».

Burdukov esa oziq-ovqat tovarlari bozoriga majmuaviy yondashib, uni «Mamlakat qishloq xo'jaligida ozuqa, xomashyo va tayyor oziq-ovqatni siljitish bo'yicha amalga oshirilayotgan bitimlar, eksport-import operatsiyalari hamda shu bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar majmui» sifatida ifodalaydi⁹⁹.

Goncharov (1996) bozor elementlarini to'liq aks ettirishga harakat qilib, oziq-ovqat tovarlari bozorini «oziq-ovqat tovarlarini ishlab chiqarish va taqsimlash jarayonida vujudga keladigan xo'jalik yurituvchi sub'ektlarning xaridor va sotuvchi tanlashdagi, narx belgilashdagi va mablag' shakllantirishdagi erkinlik bilan tavsiflanadigan iqtisodiy munosabatlar tizimi» deb ataydi. Ketova (2012) esa shu tarifni to'ldirib, «axborotdan foydalanish» ni ham qo'shadi.

Kostrova (2014) oziq-ovqat tovarlari bozoriga dinamik tizim deb qaraydi: «Mahsulot sifati va narxi nazorat qilinib, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi mustahkam aloqa, mutanosib ravishdagi ishlab chiqarish va yetkazishdagi dinamik tezkor tizimdir».

Nuraliyev va Nuraliyevalar (2012) ham «Oziq-ovqat ishlab chiqarish, tashish, saqlash va sotish sohasida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlar tizimi» deb ta'riflaydi.

Fetyuxina (2011) esa, oziq-ovqat tovarlari bozori tushunchasini yoritishda «sotsium» (tabaqalanish) va «raqobatda ustunlik» kabi kategoriyalarni qo'llab quyidagicha ta'rif beradi: «Raqobat ustunliklari ko'rinishidagi keskin ta'sir ko'rsatadigan jamiyat hayotini ijtimoiy-iqtisodiy ta'minlash tizimi, uning asosiy tarkibiy qismlari oziq-ovqatga bo'lgan biologik ehtiyojlar, shuningdek, aholining to'lov qobiliyati va milliy ishlab chiqarish va import orqali shakllanadigan taklif tufayli noelastik talabdan iborat».

Zinchuk (2011) esa, «oziq-ovqat bozorini oziq-ovqat xom-ashyosi va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish, taqsimlash, almashish va iste'mol qilishni qamrab oluvchi iqtisodiyotning tarkibiy qismi, sifatida belgilaydi».

Shu bilan birga, aksariyat mualliflar oziq-ovqat bozori mohiyatining muhim qismini aks ettirishiga qaramay, ishlab chiqarish siklining bosqichlari o'rtasida qayta aloqalarning mavjudligi va namoyon bo'lishini ko'rsatib o'tishmagan.

⁹⁹ Burdukov П.Т. Россия в системе глобальной продовольственной безопасности. (Электронный ресурс) <http://www.duel.ru/publish/burdukov/glob.html>

Ba'zi mualliflar oziq-ovqat bozorini murakkab iqtisodiy tizim sifatida ta'riflaydilar, masalan, Vorokov (2004) quyidagi ta'rifni beradi: «Oziq-ovqat bozori – bu tovar-pul munosabatlaridan talab va taklifning bozor mexanizmlari orqali maksimal foydalanish asosida mazkur hudud aholisining oziq-ovqatga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish maqsadini ko'zlovchi murakkab ko'p bosqichli tashkiliy-iqtisodiy tizimdir».

Oziq-ovqat bozorini ko'p bosqichli tizim sifatida qayd etish haqidagi fikriga qo'shilamiz, ammo shuni hisobga olish kerakki, oziq-ovqat bozorida barter munosabatlari ham amalga oshirilishi mumkin, bu esa oziq-ovqat bozoridagi haqiqiy vaziyatni aks ettirmaydi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Maqolada oziq-ovqat sanoatini korxonalarini faoliyatini rivojlantirish mexanizmining ahamiyatini va sohadagi mavjud muammolarni ilmiy jihatdan o'rganish, qiyosiy solishtirish, statistik ma'lumotlarni o'rganish va iqtisodiy jihatdan taqqoslash va tahlil qilish, mantiqiy fikrlash, ilmiy abstraksiyalash, analiz va sintez, induksiya va deduksiya usullaridan keng foydalanilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida erkin raqobat munosabatlarini rivojlantirish uchun real imkoniyatlarini yaratish muhim ahamiyatga ega. Sababi - raqobat mexanizmsiz iqtisodiyotning barqaror rivojlantira olmasligiga ishonch shakllandi. Biroq, ushbu ishonch ta'sirida yaqin davrlargacha hukmron bo'lgan ma'muriy buyruqbozlik tizimidagi saqlanib qolgan g'oyaviy qarashlar batamom yemirilmoqda.

O'zbekiston Respublikasida erkin raqobat mexanizmini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash hamda rag'batlantirish shart-sharoitlari yaratish va tartibga solishni bozor munosabatlari talablari asosida takomillashtirib borish, uni keng joriy qilish, ishlab chiqarish jarayonini modernizatsiya va diversifikatsiyalashtirishga zarur bo'lgan shart-sharoitlarni yaratadi.

Bozor iqtisodiyoti davrida raqobat barcha iqtisodiy sub'ektlarning ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish faoliyatlarining erkin harakatini ta'minlashi lozim. Erkin raqobat bozor iqtisodiyoti sharoitida milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlanishini asosiy omili bo'lib xizmat qiladi. Erkinlashtirilgan bozor iqtisodiyotiga o'tish o'ziga xos tamoyillarga bog'liq bo'lib ular quyidagilardan tashkil topadi (Умаров, 2013): ko'p ukladli iqtisodiyotni shakllantirish; xususiy sektorni rivojlantirish; raqobat muhitini yaratish, yakkahukmronlik holatini bartaraf etish va monopoliyaga qarshi tartiblashni takomillashtirish; bozor infratuzilmasini rivojlantirish, moliya va bank tizimini takomillashtirish, bank islohotlarini bozor talablari asosida jadallashtirish; tashqi iqtisodiy faoliyat hamda valyutani tartibga solishni erkinlashtirish; xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyatiga davlatning aralashuvini cheklash, ularning iqtisodiy va moliyaviy mas'uliyatini oshirish, bankrotlik instituti rolini kuchaytirish, xo'jalik sudlarini faollashtirishdan iborat bo'lishi kerak.

Iqtisodiyotni innovatsion va investitsion boshqarish sharoitida tadbirkorlik faoliyatiga davlat aralashuvining cheklanganligi hamda ularni rag'batlantirish masalalari O'zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishida muhim ta'sir etuvchi omillar bo'lib hisoblanadi. Jumladan, har bir biznes yoki tadbirkor davlat ko'magisiz o'z istiqbolini huquqiy manfaatlari orqali himoya qila olmaydi. Jumladan, davlat ko'magi talab etiladi va biznes faoliyati rivojlanadi.

Buning uchun har bir iqtisodiy sarmoyalarni rivojlantirish xususiyatlaridan kelib chiqqan holda raqobat muhitini ta'minlash zarur. Raqobat muhitining shakllanishi o'ziga xos xususiyatlarga ega (1-jadval). Raqobatning to'laqonli amal qilishi iqtisodiy jarayonlarning erkinligini taqozo etadi cheklanishi esa o'z navbatida raqobatning ham cheklanishi holatlariga olib keladi.

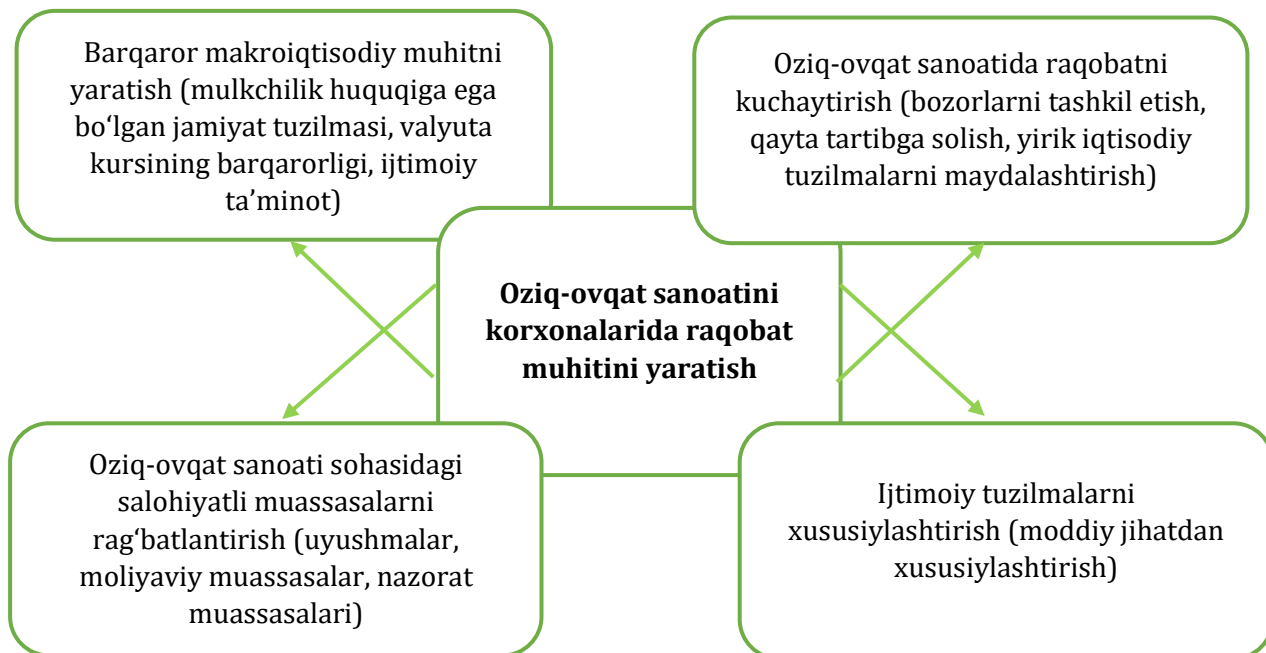
1-jadval

Oziq-ovqat sanoati korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirish strategiyasini shakllantirish

Strategiya	Ustunligi	Bozor sharoiti	Ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish	Raqobat ustunligini yo'qotish sabablari
Oziq-ovqat mahsulotlari tannarxini arzonlashtirish	Oziq-ovqat mahsulot hajmining o'sishi, foydaning ko'payishi, ta'minotda rezervlar	Bozordagi mahsulotga narx bo'yicha talabning egiluvchanligi, narx raqobati, mahsulot standartlashganligi	Ishlab chiqarishning optimal hajmi, yuqori darajadagi texnologik tayyorgarlik, mahsulot tannarxining qat'iy nazorati	Texnologik innovatsion yangiliklardan foydalanmaslik, raqobatni yo'qligi.
Oziq-ovqat mahsulotlari tabaqalashuvini ta'minlash	Oziq-ovqat mahsulotini bozor xususiyatidan kelib chiqib tabaqalash-tirish.	Raqobat narx bilan bog'liq bo'lmaydi. Iste'molchilar tovarning istemol xususiyatlarini qadrlashadi	Moslashuvchan ishlab chiqarish, yuqori darajadagi konstruktorlik tayyorgarligi, salohiyatli marketing xizmati	Tovarning obro'liligi uchun sarflanadigan xarajatlar, narxning o'sishi, raqobatchilarning noqonuniy xatti-harakati
Oziq-ovqat bozorini segmentlash orqali istiqbolli bozorga ega bo'lish	Sotish hajmining o'sishi, foydaning ortishi, aniq segmentga har tomonlama xizmat ko'rsatish	Iste'molchilar guruhlarini belgilash	Ishlab chiqarishni moslashuvchanligi va kichik seriyadagi ishlab chiqarish turi	O'xshash tovarlarga narxni kamaytirish, raqobatchilar segmentlarning ma'lum qismini o'z tomoniga og'dirishi
Oziq-ovqat bozori ehtiyojiga zudlik bilan ta'sir qilish	Foydani oshirish, iste'molchi ehtiyojini hisobga olish	Talabni mahsulotga egiluvchanligi, bozorga kirish, undan chiqish uchun to'siqlarga va raqobatchilar soniga bog'liqligi	Qisqa muddatga mo'ljallanmagan rentabelligi yuqoriroq loyihalar bo'yicha marketing xizmati	Xarajatlarning ulushini ortishi, tashqi muhitni barqaror emasligi
Oziq-ovqat bozoriga innovatsiyalarni joriy etish	Monopol tovar bahosini ortishi hisobiga yuqori foydaga erishish	O'xshash mahsulotning yo'qligi, yangi turdagi mahsulotga talabning mavjudligi	Boshqarish tarkibi va xodimlarning malaka va ko'nikma darajalari	Moliyalashtirish hajmining katta qismi, raqobatchilar tomonidan yangi turdagi mahsulot chiqarganligi bo'yicha noto'g'ri ma'lumoti

Shu sababli iqtisodiyotni yangilash va modernizatsiya qilish sharoitida raqobatchilik muhitini shakllantirish uzoq muddatli hamda murakkab jarayon bo'lganligi sababli, u o'zi ichiga ko'plab omillarni olib, ularning ta'siri orqali rivojlanadi. Biroq, iqtisodiyotda mulk shakllari hilma xilligi hamda mulkni davlat tasarrufidan chiqarish orqali uning xususiyashtirish esa raqobat muhitini va mexanizmini rivojlantirishda yetakchi o'rin egallaydi.

Mulknı davlat tasarrufidan chiqarish orqali uni xususiylashtirish asosida davlat korxonalari xususiylashtirish shakliga o'tkaziladi. Rasmiy xususiylashtirish bo'lib, u keyingi xususiylashtirish jarayonlari uchun huquqiy asos sifatida maydonga chiqishi orqali mulkchilik huquqi korxonalariga o'tishi munosabati bilan xususiylashtirish shaxslar uchun manfaatlarini amalga oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Davlat mulkini o'zlashtirish keng qamrovli islohotlarning bir qismi ekanligini quyidagi (1-rasm) oziq - ovqat sanoati misolida tasavvur etish mumkin:



1-rasm. Oziq-ovqat sanoatini korxonalarida raqobat muhitini yaratish

1-rasmdan ko'rinib turibdiki, mulknı o'zlashtirish va raqobatni rag'batlantirish iqtisodiy jarayonning muhim unsurlaridan bir bo'lib namoyon etadi. Mulkg egalari iqtisodiy manfaatlarini orqali to'qnashishiga va navbatdagi raqobatlashuviga sabab bo'ladi, natijada iqtisodiyotda barcha sub'ektlari farovonligining oshishiga foyda olishga bo'lgan rag'bat zamin yaratadi.

Turli mulk shakllarining barpo qilinishi sub'ektlar o'rtasida raqobatlashuviga va ularni ishlab chiqarish xajmini rivojlanishiga olib keladi. Biroq, mulk egasigina o'z mulkini asrab avaylashga intiladi. O'z mulkini ko'paytirish jarayonida qilingan sa'y-harakatlar asosan, ishlab chiqarish hajmini, mahsulot assortimentini ko'paytirishga, bozorda iste'molchilar talablarini hisobga olgan holda tovarlar ishlab chiqarishga harakat qiladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida harakat qiluvchi har bir sub'ektning bunday xohishi ular o'rtasida raqobat muhitining yuzaga kelishiga va iqtisodiy mexanizmni takomillashtirib borishni talab etadi. Biroq, mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy jihatlari raqobat mexanizmi va muhitini yaratishda, ishlab chiqarish va tovarlar raqobatbardoshligiga keng yo'l ochib berish asosiy masala hisoblanadi.

Oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini baholovchi modeli asosida, uning moliyaviy holati, mahsulotlarning sotuv rentabelligi, mahsulotni sifati va uning ko'rinishi hamda oziq-ovqat tadbirkorligi samaradorligini oshirish masalalari tahlil qilinadi.

Oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini multiplikativ shaklda baholash uslubi eksport xajmi, sotuv hajmi, bozor ulushi, korxonaning noyob ishlab chiqarish texnologiyasi kabi integral ko'rsatkich asosida takomillashtirildi. Bu shaklda baholash uslubi boshqa usullarga qaraganda farqi shundaki, integral ko'rsatkichlarni yig'indi shaklida emas, balki ko'paytmali shaklda hisoblanishi bilan farqlanadi. Bu shaklda biror bir ta'sir etuvchi omil natijasi yo'q bo'lsa, oxirgi olinishi mumkin bo'lgan natija olinmaydi (2-jadval).

Oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini multiplikativ shaklda baholash

Ko'rsatkichlar	Hisoblash formulasi	Shartli belgilar
Oziq-ovqat sanoati korxonalarining bozordagi koeffitsienti	$OOKBU = \frac{MCCT_i}{CMH_i}$	MSST _i – mahsulot i-tarmog'idagi sotishdan sof tushum, ming so'm, – jami respublika oziq ovqati sanoati bo'yicha sotilgan i-tarmog'idagi mahsulot hajmi, ming so'm
Oziq-ovqat sanoati korxonalarining sotuv xajmi koeffitsienti	$TICHU_{OK} = \frac{OK_i}{U_i}$	OK _i – oziq-ovqat sanoatining i-tarmog'idagi korxonaning sotuv xajmi; U _i – oziq-ovqat sanoatining i-tarmog'idagi barcha korxonalarining sotuv xajmi; i – oziq-ovqat sanoatining tarmoqlar;
Oziq-ovqat sanoati korxonalarining eksportdagi darajasi	$OSKEJ_{OK} = \frac{EXX_{OK_i}}{OCEH_{OK_i}}$	EXX _{OK} – oziq-ovqat korxonasiga to'g'ri keluvchi i-tarmog'idagi eksportning o'rtacha hajmi; AFKKB – oziq-ovqat i-tarmog'idagi barcha korxonalarini tomonidan amalga oshirilgan eksport hajmi.
Oziq-ovqat sanoati korxonasining noyob ishlab chiqarish texnologiyasi koeffitsienti	$OCHIT_{OK} = \frac{OCNTOQ_{OK_i}}{AFK_{OK_i}}$	OOCNTOQ _{OKi} – oziq-ovqat sanoati korxonasining noyob ishlab chiqarish texnologiyasining i-tarmog'idagi o'rtacha qiymati; AFK _{OKi} – oziq-ovqat sanoati korxonalarida mavjud bo'lgan i-tarmog'idagi asosiy ishlab chiqarish texnologiyalarini qiymati.

Oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini multiplikativ shaklda baholash uslublari takomillashtirilgan. Bu ko'rsatkichlar oziq-ovqat sanoati korxonalarining milliy yoki tarmoq iqtisodiyotidagi o'rnini va rolini, uning rivojlanish salohiyatini namoyon etadi. Milliy va tarmoqlarni ushbu tavsiflarga ko'ra izchil tizimga solish ularni raqobatbardoshligiga ob'ektiv baho berish imkonini yaratadi.

Oziq-ovqat sanoati korxonalarini mahsulot ishlab chiqarish raqobatbardoshligini oshirish, jumladan, tovarlar nomenklaturasini hamda bajarilayotgan xizmat turlaridan samarali foydalanish masalalari ko'zda tutiladi. Pirovardida korxonalar boshqa soha faoliyat turlari bilan shug'ullanmasdan faqat o'zining sohasi bo'yicha shug'ullanishi maqsadga muvofiq bo'ladi. Biroq, bir faoliyat sohasi, ya'ni oziq-ovqatning o'zida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarini oshirish natijasida korxonalar faoliyati takomillashtiriladi. Shuning uchun bozor munosabatlarida yagona korxonalar, yagona mahsulot turini ishlab chiqarishga ixtisoslashgan bo'lishi bilan barqaror darajaga erishishi mumkin. Chunki, korxonalar tomonidan bir xil turdagi mahsulotga ixtisoslashganligi tovar bozoridagi bozor kon'yunkturani salbiy o'zgarishga jiddiy ta'sir etadi (Ymapov, 2019). Jumladan, oziq-ovqat korxonasida ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarining sifati va miqdori hamda uning tarkibi iste'mol bozorida qaysi turdagi tovarga ehtiyoj o'sib borayotgan bo'lsa, o'sha turdagi mahsulot assortimentini ko'paytirish maqsadga muvofiq bo'ladi. Chunki oziq-ovqat bozoridagi tovarlar xilma xilligi hisobiga mahsulotga bo'lgan talab xajmini qisqarishi hamda uning narxining kamayishi orqali yakuniy natija bo'yicha yo'qotishlar boshqa turdagi oziq-ovqat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojlarni yoki bahosini ortishi orqali qoplanadi.

Oziq-ovqat korxonalarini o'rtasida raqobatni oshirishda eng asosiy omilidan bir bu uning sifati va ko'rsatilayotgan xizmat turlarini takomillashtirishni talab etadi. Lekin, ishlab

chiqaruvchi korxonaning yangi turdagi tovarlar assortimentini ko'paytirish orqali uning iste'mol darajasi va o'ziga xos xususiyatlari yaxshilanadi, natijada tovarning sifat darajasi ortishi ta'minlanadi. Bu o'z navbatida mazkur turdagi tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talab hajmining oshishiga olib kelsa, natijada sotuv hajmini oshishiga hamda mahsulotlarni bozordagi sig'imini kengayishiga ta'sir etadi.

Oziq-ovqat sanoatining bugungi kundagi holati iqtisodiy mexanizmdan foydalangan holda ishlab chiqarish hajmini ko'paytirishni taqozo etmoqda. Buning uchun oziq-ovqat sanoatida integratsiya jarayonlarini rivojlantirish, korxonalarining texnologik bog'liqligini kuchaytirish va mahsulot bozori bilan bog'lash imkoniyatlarini qidirib topish va amaliyotga joriy etish zaruriyat bo'lib hisoblanadi.

Integratsiya jarayoni deyilganda turli xil bozor sub'ektlari tomonidan yagona biznes jarayonlari doirasida tashkiliy-huquqiy asoslarni yaratish yo'li bilan aktivlarni birlashtirish tushuniladi. Bu jarayonda mulkiy munosabatlarni tartibga solish jarayoni asosiy muammo bo'lib hisoblanadi. Bundan shunday xulosa kelib chiqadiki, oziq-ovqat sanoatida ham bir nechta korxonani yagona tashkiliy tuzilma tarkibida umumiy nazorat ostiga birlashtirish integratsiya shakli bo'lib hisoblanadi. Ishlab chiqarish sohasida yirik korxonalarining iqtisodiy salohiyatini kuchaytirishda integratsiyaning uchta usuli ko'rsatiladi: vertikal integratsiya, bu asosiy korxonalar faoliyatiga nisbatan turdosh tarmoq korxonalarini faoliyat sohasiga kirib borish; gorizontal integratsiya, bu usulda korxonaning tarmoq mahsulot ishlab chiqarishidagi yalpi ulushini ko'paytirishni ko'zda tutadi. (korxonaning tarmoq ishlab chiqarishidagi ulushi, tarmoq ishlab chiqarish quvvatlaridagi ulushi, tarmoq mahsulot bozoridagi ulushi); diversifikatsiya, bu korxonalar rahbariyati tomonidan ongli tarzda bir-biri bilan funksional jihatdan o'zaro bog'langan tarmoqlar va ishlab chiqarish sohaslariga sarmoya kiritish.

Vertikal integratsiya asosiy mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalar tomonidan unga xomashyo yetkazib beruvchilarni yoki mahsulotini xarid qiluvchilarni o'ziga qo'shib olishdan iborat jarayon bo'lib hisoblanadi. U teskari shaklda amalga oshishi mumkin, ya'ni xomashyo ta'minotini nazorat qilishda, yoki to'g'ri nazorat, ya'ni taqsimot kanali nazoratida. Bu shuni anlatadiki, korxonalar ikkita yo'nalishda kengayishi mumkin. Birinchisi-xomashyo ta'minotini yetkazuvchilarni qo'shib olish yo'li bilan, ikkinchisi taqsimot kanalini kengaytirish yo'li bilan. To'g'ri vertikal integratsiya taqsimot tarmog'ini kuchaytiradi, mahsulot xaridini kafolatlaydi. Teskari vertikal integratsiya esa ta'minotchilar tarmog'ini kuchaytirishga qaratilgan bo'ladi. Uning maqsadi – raqobatchilarga nisbatan pastroq narxda xomashyo ta'minotini yo'lga qo'yish bo'lib hisoblanadi.

Vertikal integratsiyaning strategik afzalliklari va kamchiliklari bo'lib quyidagilar hisoblanadi.

Afzalliklari:

-tejamkorlik borasida ko'plab imkoniyatlar yuzaga keladi, ulardan foydalanish ko'plab raqobat ustunliklarini keltirib chiqaradi. Masalan: boshqaruv tizimini yaxshilash, yuklash va tushirish xarajatlarini pasaytirish, yer maydonlari va ishlab chiqarish quvvatlaridan samarali foydalanish, bozor to'g'risida ma'lumot yig'ishga kam xarajatlar qilinishi, shartnomalarni imzolashga xarajatlarning qisqarishi, barqaror aloqalardan naf ko'rish;

- vertikal integratsiya mahsulotga xomashyo va materiallar ta'minotini qisqaroq muddatlarda kafolatlash, talab qisqarib ketgan davrda tovarni pastroq narxda sotish imkonini berishi kerak;

- korxonalar qiymat yaratish jarayonining katta qismi ustidan nazoratni qo'lga kiritadi va bu bilan raqobatchilar oldida ustunlikka ega bo'ladi;

- integratsiya korxonalar ta'minotchilar va xaridorlarning bozor hokimiyati bosimiga qarshi turishga imkon beradi; vertikal integratsiya korxonaning har bir sarf qilgan sarmoyasi evaziga keladigan foydani ko'paytirish sharoitini yaratib beradi.

Kamchiliklari:

-vertikal integratsiyada korxonaning doimiy xarajatlari ortib borishi ko'zda tutilgan bo'ladi. Chunki, korxonaga to'g'ri va teskari integratsiya bilan bog'liq xarajatlarni qoplashi kerak bo'ladi. Bunday qaramlikni kuchayib borishi korxonaga quyidagi turdagi risklarni keltirib chiqaradi;

- korxonaning boshlang'ich va yakuniy faoliyat bosqichlari o'rtasida o'zaro tenglikni saqlab turishga ehtiyoj tug'iladi. Bu muammo jiddiy tus olmaydi, agarda xomashyo va tayyor mahsulot uchun aniq bozorlar mavjud bo'lsa;

- integratsiya strategiyasi kamida qilingan xarajatlarga teng miqdorda qaytim berishi kerak. Aks holda integratsiya jarayoni samarasi yo'q bo'lib ketadi;

- yangi bo'linmalarga yangi boshqaruv ko'nikmalari kerak bo'lishi mumkin, bu esa xarajatlarni ko'paytiradi va risk darajasini oshiradi.

Vertikal integratsiya odatda uzluksiz ishlab chiqarish jarayoniga ega tarmoqlarda ko'proq samara beradi (kimyo, neftgaz, metallurgiya, sellyuloza qog'oz, rezina texnika va plastmassa maxsulotlari ishlab chiqarish tarmoqlarida). Yuqori texnologiyali bo'lmagan diskret tarmoqlarda (to'qimachilik va tikuvchilik hamda oziq-ovqat sanoati) vertikal integratsiya korxonaga faoliyati samaradorligini yaxshilash ko'rsatkichlari sifatida o'zini oqlashi mumkin. Bu quyidagi holat bilan bog'liq bo'ladi: ushbu tarmoqlarda mamlakatdagi ishlab chiqarish infratstrukturasi va resurslarni yangi mahsulot turlarini yaratish va ishlab chiqarishga jalb qilish uchun moslashtirish ancha osonroq yuz beradi. Bunda ishlab chiqarishning hamma bosqichlarini bitta korxonaga doirasida tashkil etish xarajatlari vertikal integratsiyani chuqurlashtirish xarajatlaridan oshib ketmaydi.

Gorizontal integratsiya. Gorizontal integratsiya yuz beradi, qachonki korxonaga o'zi bilan bir xil qiymat zanjiri bosqichida bo'lgan boshqa bir raqobatchi korxonaga bilan birlashsa yoki qo'shib ketsa. Ikkita korxonaga bozorning turli segmentlariga egalik qilishi mumkin. Korxonalarining gorizontal integratsiyada qatnashishiga bir nechta sabablar mavjud bo'lib hisoblanadi: miqyos samarasi raqobat ustunligini beradi; agarda korxonaga ortiqcha moliyaviy va mehnat resurslariga ega bo'lsa bu unga kengayib borayotgan korxonaga ustidan nazorat qilishga imkon beradi; korxonada mahsulotni o'rnini bosuvchi tovarni bozordan chiqarib tashlashga zarur bo'lishi mumkin; raqobatchi korxonaga sezilarli miqdorda moliyaviy resurslarga ehtiyoj sezishi mumkin.

Gorizontal integratsiyani qo'llash quyidagi shakllarda amalga oshirilishi lozim: strategik rejalashtirish. Bu shuni anglatadiki, korxonaga bozorda o'zi uchun yangi bozor imkoniyatlarini qidirib topishi kerak bo'ladi.

Xulosa va takliflar.

Bizning fikrimizcha integratsion tuzilmani shakllantirishga oid metodik yondashuvimiz quyidagi algoritimga asoslanishimiz lozim:

a) oziq-ovqat sanoatini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishini aniqlashtirish;

b) oziq-ovqat sanoati majmuidagi integratsiya jarayonini rivojlantirishning mos keladigan shakli va unusurlarini aniqlashtirish.

1-bosqich. Oziq-ovqat sanoati taraqqiyot darajasini joriy holatini eng muhim ko'rsatkichlar yig'indisini qiyosiy taqqoslash asosida o'rganish. Bu ishdan maqsad – ushbu tarmoq buguni kunda qanday salohiyatga ega ekanligini baholab olish. Shuningdek, oziq-ovqat sanoatida integratsiyalashgan tuzilmalar yaratish zarurligini asoslash.

2-bosqich. Rivojlanishning ustuvor yo'nalishlarini belgilab olish. O'tkaziladigan tahlilda tarmoq korxonalarining to'lov qobiliyatini o'rganish yo'li bilan ularning zaif tomonlari aniqlashtirib olinadi.

3-bosqich. Oziq-ovqat sanoatida integratsiya tuzilmasini sxemasini ishlab chiqish. Bu bosqichda oziq-ovqat sanoatida tizimlilik va komplekslik tamoyillari asosida boshqaruv tizimini ishlab chiqish ko'zda tutilish lozim. O'zbekiston Respublikasi sharoitida oziq-ovqat

sanoati korxonalarida integratsiya jarayonini rivojlantirish quyidagi tamoyillara asoslanishi lozim.

Bozorini oziq-ovqat mahsulotlari bilan to'ldirishda faqat qishloq xo'jaligi va agrosanoat majmuasigina ishtirok etadi, deyish unchalik to'g'ri emas. Ushbu tarmoq va sohalarning oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarishdagi ulkan roli va ahamiyatini inobatga olgan holda aytish mumkinki, ichki bozorni oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish iqtisodiyotning sanoat, shu jumladan, oziq-ovqat sanoati, transport, aloqa, ichki va tashqi savdo, xullas barcha tarmoq va sohalar ishtirok etadi.

Bozorni oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish, oziq-ovqat ta'minoti masalasini mamlakat makroiqtisodiy rivojlanishining murakkab, biroq yechilishi shart muammolaridan bo'lib, uning asosiy manbai hisoblangan agrosanoat majmuasi tabaqali tizimga ega ekanligini hisobga olgan holda, hal etish hamda oziq-ovqat tovarlariga bo'lgan talab tarkibidagi o'zgarishlar va tendensiyalarni tadqiq etish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida bildirilgan fikrlardan kelib chiqib, quyidagilarni amalga oshirish lozim:

-oziq-ovqat sanoatida integratsiya jarayonini nafaqat korxonalarining faoliyatini barqarorlashtirish usuli, balki ishlab chiqarish va sotish imkoniyatlarini kengaytirish yo'li sifatida qarash lozim;

-alohida olingan korxonalar o'zlari yakka holatda ishlab chiqarish va sotish jarayonida cheklangan imkoniyatlarga ega bo'ladilar. Integratsiya jarayonida bu imkoniyatlar kengayadi va raqobat ustunliklari yaratila boshlanadi, yangi imkoniyatlar eshiklari ochiladi;

-integratsiya jarayonida ishtirok etuvchi korxonalar va tuzilmalarning iqtisodiy manfaatlarini tashkiliy-iqtisodiy munosabatlarda uyg'unligini va bir xil himoyasini ta'minlash kerak.

Adabiyotlar / Литература / Reference:

Gary Armstrong, Philip Kotler, Valerie Trifts, Lilly Anne Buchwitz, David Gaudet. (2017) *Marketing: an introduction. Sixth Canadian edition.* – Canada.: Pearson, page 123.

Saidov M.S. Challenges and solutions of formation of competitive environment in regulation of natural monopolies // *International Journal of Advanced Research in IT and Engineering.* №11 2021. 45-58 ISSN: 2278-6244 <https://garph.co.uk/IJARIE/Nov2021/G-6.pdf>

Saidov M.S. Renewable Energy Sources and Ways of their Implementation in the Republic of Uzbekistan // *INTERNATIONAL JOURNAL ON ECONOMICS, FINANCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT* ISSN (electronic): 2620 - 6269/ ISSN (printed): 2615 – 4021 Vol. 5 No. 1 | January 2023. P. 38-52. <https://journals.researchparks.org/index.php/IJEFSD/article/view/3879/3668>

Saidov M.S. Ways of introduction of modern management mechanisms in the electric power sector of Uzbekistan // *International Journal of Business Diplomacy and Economy* Volume 2, No 1 | Jan- 2023. P. 98-110. <https://inter-publishing.com/index.php/ijbde/article/view/977/843>

Вороков С.С. (2004) Развитие регионального продовольственного рынка: автореферат на соиск. ученой степени доктора экономических наук Краснодар.

Гончаров В.Д. (1996) Формирование продовольственного рынка. // *АПК: экономика и управление.* №4. - с. 51

Зинчук Г.М. (2011) Понятие и виды продовольственного рынка. // *Альманах современной науки и образования.* №10 (53). - С. 111-113

Кетова Н.П. (2012) *Отраслевой маркетинг: стратегии, функции, приоритеты: учебное пособие.* – М.: Вузовская книга, – с. 320

Кострова Ю.Б. (2014) *Анализ продовольственного рынка России. Монография.* -СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, - с. 8

Котлер Ф. (2007) *Основы маркетинга.* – М.: Вильямс, - с.101.

Котлер Ф. (1996) *Основы маркетинга.* – М.: Гостинтэр, – с. 249.

Мадияров Ғ.А. (2008) Истеъмол товарлари бозорида маркетинг тизимини ривожланиши (озиқ-овқат товарлари мисолида). Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун диссертация. – Т.: ТДИУ, 27-б.

Мирзиёев Ш.М. (2016) Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурагимиз: Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқи. // Халқ сўзи, 2016 йил 15 декабрь.

Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. (2012) Основные направления развития и регулирования продовольственного рынка в условиях вступления России в ВТО. // Пищевая промышленность. - №12. – с. 10-13

Саидов М.С. Глобаллашув шароитида табиий монополь ташкилотлар фаолиятини давлат томонидан тартибга солишнинг институционал хусусиятлари // «Таълим – тарбия жараёнига инновацион ёндашувлар, муаммо ва ечимлар» мавзусидаги республика илмий – амалий конференцияси. -Тошкент 2022 й. 197-203 б. <https://zenodo.org/records/6585036>

Саидов М.С. Табиий монополь ташкилотларни бошқаришда рақобат муҳитини ривожлантириш // Иқтисодиёт ва таълим / 2021йил 4-сон. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/125/121>

Саидов М.С. Табиий монополь ташкилотларни бошқаришнинг назарий-услубий жиҳатлари // Иқтисодиёт ва таълим / 2021йил 2-сон. <https://journal.tsue.uz/index.php/archive/article/view/3104/816>

Саидов М.С. Табиий монополиялар: амалиётдаги муаммолар, уларни тартибга солиш ва бошқаришда инновацион ёндашувлар // Корпоратив бошқарув тамойилларини жорий этишнинг илғор хориж тажрибаси ва уни Ўзбекистонда қўллаш истиқболлари // Халқаро илмий-амалий анжумани мақолалар тўплами. Тошкент – “Иқтисодиёт” – 2021 й. 343 -349 б.

Саидов М.С. Табиий монополияларни бошқариш ва тартибга солишнинг хориж тажрибаси // Иқтисодиёт ва таълим / 2021йил, 5-сон. <https://cedr.tsue.uz/index.php/journal/article/view/209/256>

Саидов М.С. Ўзбекистонда табиий монополь ташкилотларни бошқариш ва тартибга солишнинг иқтисодий ва ҳуқуқий жиҳатлари // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 3, may-iyun, 2021 yil. https://iqtisodiyot.tsue.uz/sites/default/files/maqolalar/11_Saidov.pdf

Солиев А. (2008) Маркетинг, бозоршунослик. –Т.: ART-FLEX, 221-б.

Умаров И.Ю. (2013) Рақобат муҳитини давлат томонидан бошқариш асосида озиқ-овқат саноатида тадбиркорлик фаолиятини тартибга солиш. // Макроиқтисодий муаммолар–2013. Республика илмий-амалий анжумани тўплами. – Т.: ТДИУ. 25 октябрь, 186-189-б.

Умаров И.Ю. (2019) Озиқ-овқат саноатида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда рақобат механизмининг такомиллаштириш. // Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожлантиришнинг долзарб масалалари. Халқаро илмий-амалий конференция илмий мақолалар ва материаллари тўплами. – Андижон. АДУ, 11 октябрь. 176-182-б.

Умаров И.Ю. (2019) Озиқ-овқат саноатида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришда рақобат механизмининг такомиллаштириш. // Фаол инвестициялар ва ижтимоий ривожлантиришнинг долзарб масалалари. Халқаро илмий-амалий конференция илмий мақолалар ва материаллари тўплами. – Андижон. АДУ, 11 октябрь. 176-182-б. // 616-Текст%20статья-1693-1-10-20191229.pdf

Фетюхина О.Н. (2011) Функционирование и развитие агропродовольственного рынка России в условиях глобализации: теория, методология, практика. Автореферат на соиск. ученой степени доктора наук. Ставрополь, - с. 12-13