



MAMLAKATIMIZ OZIQ-OVQAT SANOATI VA UNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH HOLATI

Hamroyev Bobir Shoyimovich

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchi, e-mail: b.hamroev@atmu.uz

Annotatsiya. Ushbu maqolada mamlakatimiz oziq-ovqat sanoati va uning raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyasini shakllantirish holati tadqiq qilingan. Shuningdek, mamlakatimiz oziq-ovqat sanoati raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyasini shakllantirish yuzasidan xulosalar bayon etilgan.

Аннотация. В данной статье рассматривается состояние пищевой промышленности нашей страны и формирование маркетинговой стратегии повышения ее конкурентоспособности. Также сделаны выводы о формировании маркетинговой стратегии повышения конкурентоспособности пищевой промышленности нашей страны.

Abstract. This article examines the state of the food industry of our country and the formation of a marketing strategy to increase its competitiveness. Also, conclusions are drawn on the formation of a marketing strategy to increase the competitiveness of the food industry of our country.

Kalit soʻzlar. Oziq-ovqat, oziq-ovqat sanoati, raqobatbardoshlik, marketing, marketing strategiyasi, holat.

Ключевые слова. Продукты питания, пищевая промышленность, конкурентоспособность, маркетинг, маркетинговая стратегия, состояние.

Key words. Food, food industry, competitiveness, marketing, marketing strategy, state.

Maʼlumki, oziq-ovqat sanoati har qanday mamlakat iqtisodiyotining muhim tarmogʻi boʻlib hisoblanadi. Ushbu soha aholining oziq-ovqat mahsulotlariga boʻlgan ehtiyojini qondirish bilan birga, qishloq xoʻjaligi mahsulotlarini qayta ishlash, yangi ish oʻrinlari yaratish hamda eksport salohiyatini oshirishda muhim rol oʻynaydi. Bu borada mamlakatimizda oziq-ovqat xavfsizligini taʼminlash, sanoat korxonalarini oʻrtasida raqobatbardoshlikni oshirish, ekologik jihatdan toza mahsulotlar ishlab chiqarish hamda sanoat korxonalarini iqtisodiy samaradorlik koʻrsatkichlarini yuqori surʼatlarda oʻsib borishini taʼminlash dolzarb muammo boʻlib hisoblanadi [1].

Oʻzbekiston Respublikasida oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish hamda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish



bo'yicha keng ko'lamli islohotlar ham amalga oshirilmoqda. Chunki, bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing strategiyalarini shakllantirish oziq-ovqat korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishida muhim ahamiyat kasb etadi. Unga binoan, yangi O'zbekiston iqtisodiyotiga o'tish jarayoni mamlakat oziq-ovqat sanoati sohasida tub islohotlarni amalga oshirishga imkon yaratdi [2]. Bu borada soha korxonalarini faoliyati samaradorligini oshirish, mahsulotlar sifatini yaxshilash va ularning raqobatbardoshligini ta'minlash o'z vaqtida amalga oshirilgan strategik chora-tadbirlar bilan bog'liq bo'ladi. Ya'ni, oziq-ovqat sanoati korxonalarini faoliyatini boshqarishga ilmiy yondashuvlarni tadqiq qilishda oziq-ovqat sanoati korxonalarini import mahsulotlarini o'rniga import o'rnini bosuvchi yoki mahalliyashtirish tizimini rivojlantirish zarur hisoblanadi [3].

Avvalo, oziq-ovqat sanoati mamlakat iqtisodiyotida strategik ahamiyatga ega bo'lgan tarmoq sifatida namoyon bo'ladi. Ushbu tarmoq qishloq xo'jaligi bilan uzviy bog'liq bo'lib, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash orqali yuqori qo'shimcha qiymat yaratadi.

Oziq-ovqat sanoatining iqtisodiy ahamiyati esa aholini sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlaydi, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlashni rivojlantiradi, yangi ish o'rinlari yaratadi, eksport salohiyatini oshiradi va ichki bozor barqarorligini ta'minlaydi. Bu bo'yicha mamlakatimizda oziq-ovqat sanoatini modernizatsiya qilish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini tashkil etish hamda mahsulot sifatini oshirish bo'yicha keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda.

Raqobatbardoshlik korxonalar yoki mahsulotning bozor sharoitida boshqa raqobatchilarga nisbatan ustunlikka ega bo'lish qobiliyatini aks ettiradi. Oziq-ovqat sanoatida raqobatbardoshlik mahsulot sifati, narx siyosati, mahsulot assortimenti kengligi, marketing va reklama faoliyati, logistika tizimi samaradorligi kabi omillar bilan belgilanadi. Raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish uchun korxonalar zamonaviy texnologiyalarni joriy etishi, mahsulot sifatini xalqaro standartlarga moslashtirishi hamda marketing faoliyatini samarali tashkil etishi zarur.

Bugungi kunda mamlakatimizda oziq-ovqat bozorida raqobat kuchayib borayotganligi sababli korxonalar marketing strategiyalarini to'g'ri ishlab chiqish orqali bozor ulushini kengaytirishga intilmoqda. Chunki, marketing strategiyasi korxonaning uzoq muddatli rivojlanish yo'nalishlarini belgilab beruvchi muhim boshqaruv vositasidir. U mahsulotni ishlab chiqarishdan uni iste'molchiga yetkazib berishgacha bo'lgan barcha jarayonlarni qamrab oladi. Ya'ni, marketing strategiyasi korxonalarga bozorni o'rganish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash, mahsulotlarni samarali targ'ib qilish hamda sotuv hajmini oshirish imkonini beradi. Shu bois, oziq-ovqat sanoatida marketing strategiyasini rivojlantirish tarmoqning barqaror rivojlanishini ta'minlash zarur bo'ladi.

Oziq-ovqat sanoatida marketing strategiyasi bozorni tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash, mahsulotni brendlash, reklama va targ'ibot faoliyatini tashkil etish hamda sotuv kanallarini rivojlantirish kabi asosiy yo'nalishlarni o'z ichiga oladi. Unga asosan, marketing



strategiyasining to‘g‘ri shakllantirilishi korxonalariga bozor talablariga mos mahsulot ishlab chiqarish, iste‘molchilar ishonchini qozonish hamda sotuv hajmini oshirish imkonini beradi. O‘zbekistonda oziq-ovqat sanoati korxonalarida marketing faoliyatini rivojlantirishga ham alohida e‘tibor qaratilmoqda. Unga asosan, korxonalar mahsulotlarni ichki va tashqi bozorlarda samarali targ‘ib qilish uchun turli marketing vositalaridan foydalanmoqda. Xususan, brend yaratish va mahsulot dizaynini takomillashtirish, reklama tadbirlarini tashkil etish, savdo tarmoqlari bilan hamkorlikni rivojlantirish hamda eksport marketing strategiyalarini ishlab chiqish ularga tegishli bo‘ladi.

Shuningdek, raqamli marketing vositalaridan foydalanish ham kengayib bormoqda. Internet marketing, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama qilish, onlayn savdo platformalaridan foydalanish oziq-ovqat mahsulotlarini targ‘ib qilishda muhim rol o‘ynamoqda. Biroq, oziq-ovqat sanoatida marketing strategiyasini shakllantirish jarayonida ayrim muammolar ham mavjud. Ular qatoriga marketing bo‘yicha malakali mutaxassislar yetishmasligi, zamonaviy marketing texnologiyalaridan yetarli darajada foydalanilmasligi, xalqaro bozorlar talablarini yetarli darajada o‘rganmaslik hamda logistika tizimining yetarli darajada rivojlanmaganligi kabilar kiradi. Mazkur muammolarni bartaraf etish oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyatga ega.

Xulosa shuki, mamlakatimiz oziq-ovqat sanoati iqtisodiyotning muhim tarmog‘i sifatida uning rivojlanishi aholi farovonligini oshirish va iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlashda alohida rol o‘ynaydi. Bu borada oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyasini samarali shakllantirish katta ahamiyatga ega. Unga asosan, marketing strategiyasi korxonalariga bozorni chuqur o‘rganish, iste‘molchilar ehtiyojlarini aniqlash hamda mahsulotlarni samarali targ‘ib qilish imkonini beradi. Oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish uchun zamonaviy marketing texnologiyalarini joriy etish, eksport salohiyatini oshirish hamda innovatsion ishlab chiqarish tizimlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Umarova N. Oziq-ovqat sanoati korxonalarini raqobatbardoshligini oshirish yo‘llari. // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2024-yil, yanvar. No1-son. - 10 b.
2. Baxritdinov Sh.B. Yangi O‘zbekistonda oziq-ovqat sanoatini rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini ta‘minlashning huquqiy-institutsional asoslari. // “Raqamli iqtisodiyot” ilmiy-elektron jurnali, 13-son, 2025. - 2246 b.
3. Turg‘unov M.M. Mamlakatimizda oziq-ovqat sanoatining rivojlanish holati va uning dolzarbligi. // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2024-yil, avgust. No8-son. - 450 b.