

8. Котлер Ф., Армстронг Г., Вонг В., Сондерс Дж. Основы маркетинга, -5^е европейское изд. –М.: ООО “И.Д. Вильямс”, 752- .2013 с.
9. Прает Ван. Д. Бессознательный брендинг. Использование в маркетинге новейших достижений нейробиологии. –М.: Азбука Бизнес, Азбука-Аттикус, 320- .2018 с.
10. Рожков И.Я., Кисмерешкин В.Г. Брендинг. Учебник. –М.: Изд. Юрайт, 331- .2013 с.
11. Траут Дж. Большие бренды-большие проблемы /Пер. Сангл. –СПб.: Питер, 2013. -256 с.
12. Хатамов И.С. Бренд товарлар ва уларга истеъмолчиларнинг муносабатлари тадқиқ қилишнинг асосий йўналишлари. –Т.: ТДИУ, 2016. -80 б.

ОЗИҚ ОВҚАТ МАХСУЛОТЛАРИ САМАРАДОЛИГИНИ ОШИРИШ

INCREASING FOOD EFFICIENCY

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ

Валиева Азиза Анвар қизи –

Тошкент давлат иқтисодиёт университети таянч доктаранти

Аннотация: Ушбу мақолада мамлакатимизда озиқ-овқат саноатининг ҳозирги ҳолати, соҳадаги муаммолар таҳлиллар асосида ўрганилган. Озиқ-овқат саноатини ривожлантиришда маркетинг тадқиқотларининг ўрни, тадқиқотларнинг олиб борилиши қиёсий равишда ўрганилган. Корхоналарда соҳа ривожидида маркетинг стратегиясини қўллаш бўйича тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: корхона, маркетинг, озиқ-овқат, экспорт, импорт, аҳоли, истеъмол, саноат, мева-сабзавот, стратегия, бренд, пандемия, агросаноат.

Abstract: In this article, the current state of the food industry in our country, problems in the field are studied based on analysis. The role of marketing research in the development of the food industry, the conduct of research is comparatively studied. The efficiency indicators of management in the application of marketing in enterprises are shown through the tables, recommendations are given on the application of marketing strategy in the development of the industry.

Keywords: enterprise, marketing, food, export, import, population, consumption, industry, fruit and vegetables, strategy, brand, pandemic, agro-industry

Аннотация: В данной статье на основе анализа изучается современное состояние пищевой промышленности в нашей стране, проблемы в сфере. Сравнительно изучена роль маркетинговых исследований в развитии пищевой промышленности, проведение исследований. Через таблицы показаны показатели эффективности управления при применении маркетинга на предприятиях, даны рекомендации по применению маркетинговой стратегии в развитии отрасли.

Ключевые слова: предприятие, маркетинг, еда, экспорт, импорт, население, потребление, промышленность, фрукты и овощи, стратегия, бренд, пандемия, агропромышленность

Кириш

Мамлакатимизда иқтисодиётнинг барча тармоқларини модернизациялаш борасида қатор чора-тадбирлар амалга оширилиб келинмоқда. Натижада, иқтисодиётнинг муҳим тармоқларидан бири озиқ-овқат саноати корхоналарини модернизациялаш ва самарадорлигини ошириш ишларига катта эъти-

бор берилмоқда. Хусусан, озиқ-овқат саноатини замонавий технологиялар билан жиҳозлаш, янги технологияларни қўллаш, таркибий жиҳатдан техник ва технологик қайта таъминлаш, улар фаолиятини кенгайтириш шулар жумласидандир. Озиқ-овқат саноати корхоналарнинг бугунги кундаги молиявий ҳолати асосан маркетинг

стратегиясининг ёндашувини танлаш билан аниқланади. Озиқ-овқат саноатида маркетинг стратегиясининг асоси товарлар ва хизматлар ҳаракати рақобатбардошлигини бошқариш ҳисобланади. Товар ва хизматларни тарғиб қилишга таъсир қилувчи асосий омиллар товарлар ва хизматлар сифати ҳамда рақобатчилар билан таққослагандаги нархи ҳисобланади. Шу сабабли ҳам бугунги кунда айнан озиқ-овақат саноати корхоналари фаолиятини кенгайтириш, улар томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар рақобатдошлигини таъминлаш, корхоналар томонидан маҳсулот ишлаб чиқаришдан тортиб истеъмолчиларнинг талабига мувофиқ маркетинг тадбирларини амалга ошириш асосида ташкил этиш ҳамда бошқариш жараёнларини самарали йўлга қўйиш бўйича маркетинг тадқиқотларини ўтказиш муҳим аҳамият касб этади.

Республика озиқ-овқат саноатини бошқариш самарали тизимини шакллантириш, тармоқ корхоналарини модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш учун инвестицияларни кенг жалб этиш, мева-сабзавот ва бошқа қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш ҳажмларини ошириш, ички ҳамда ташқи бозорларда рақобатдош бўлган сифатли маҳаллий озиқ-овқат маҳсулотлари турларини ишлаб чиқаришни кўпайтириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Республика озиқ-овқат саноатини бошқаришни ташкил этишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида” ПҚ-4821-сон қарори [1] ва 2020 йил 18 мартда “Аграр ва озиқ-овқат соҳаларини бошқариш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-4643-сонли Қарори қабул қилинган бўлиб унда “мева-сабзавот ҳамда бошқа озиқ-овқат маҳсулотлари ички ва ташқи бозорларини ўрганиш бўйича чуқур маркетинг тадқиқотлари ўтказиш ва бунинг асосида тармоқни ўрта ва узоқ муддатли истиқболда ривожлантириш дастурларини ишлаб чиқиш” устувор вазифа сифатида белгилиб берилган.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Жаҳонда озиқ-овқат ишлаб чиқариш ва уни маркетинг муаммоларини ҳал этиш, жумладан, озиқ-овқат саноати корхоналари

самарадорлигини оширишни тадқиқ қилишнинг илмий-назарий жиҳатлари кўплаб хорижлик олимларнинг ишланмаларида ўз аксини топган. Бу борада Г.Ассэлнинг “Маркетинг: тамоийллара стратегия” номли асарида “Корхоналарда маркетингнинг роли, миллий брендни яратиш, ишлаб чиқаришда самарадорликка эришишнинг маркетинг таҳлиллари тушунтирилади, маркетингни режалаштириш жараёни, мақсадли бозорни аниқлаш механизми, стратегик режалаштириш, баҳолаш ва назорат таҳлил қилинади” [2].

Г.А. Churchill ва Т.]. Brown нинг “Маркетинг асослари” номли китобида “Озиқ-овқат саноати корхоналарининг маҳсулотлари ва бошқа истеъмол товарларининг рақобатбардошлилиги ва бозордаги ўрнининг асоси сифатида маҳсулотнинг сифати, нархи ва бренди кўрсатиб ўтилган [3].

Ph. Kotler нинг “Маркетинг хусусиятлари” номли асарида ҳам озиқ-овқат саноати корхоналарининг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш ва истеъмолчиларнинг хулқ-атворига таъсирини ижобий баҳолаб ўтган [4], Keller K.L., Setiawan I., Н. Karatajaya лар муаллифлигида “Маркетинг 3.0: Инсон руҳига таъсир маҳсулотдан истеъмолчига” номли асарида озиқ-овқат саноати корхоналарининг самарадорлигини оширишда маҳсулотларини маркетинг стратегияси асосида миллий бозордаги ўрнини ошириш ва ишлаб чиқаришни кенгайтириш истеъмолчиларга руҳий таъсир орқали яъни реклама орқали маҳсулотни кенг тарқатишнинг авзалликлари айтиб ўтилган [5].

Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида бу борада Г.Л. Багиев, В.М. Тарсевичлар ҳаммуаллифлигидаги “Маркетинг” номли асарида озиқ-овқат саноати корхоналари маҳсулотларининг миллий брендини яратиш ва уни кенг тарқиб қилиш, иқтисодий усуллар билан қанча фойда олиб келиши ва брендингни қўллаш маҳсулотнинг сотувида самараси кўрсатиб берилган [6].

ФЭ Webster Jr “Маркетинг концепцияларининг қайта кашф этилиши” номли мақоласида, корхонанинг бозордаги рақобатбардошлиги унинг бизнес алоқалари орқали инновацион маркетинг ғоялари ёрдамида бозорни эгаллаш қобилиятини акс эттиради деб айтиб ўтилган [7].

Л.Т. Абдухалилова томонидан маркетинг тадқиқотларининг йўналишлари, албатта бозорнинг ривожланган даражаси, ундаги рақобат муҳити, рақобатдош товарлар ва хизматлар ишлаб чиқариш билан машғул бўлган фирмаларнинг катта-кичиклиги, маркетинг маълумотлари, ахбороти ва хабарнома тизимларининг шаклланиш суръати ва бошқа омилларга бевосита боғлиқ эканлиги, шу жиҳатдан ривожланган хорижий давлатлардаги фирмаларнинг маркетинг тадқиқотлари йўналишлари, уюштириш тартиби ва шакллари бизнинг мамлакатимиз корхона ва ташкилотлари учун ўзгаришсиз қабул қилиниши хусусида фикрлаш бирмунча ноўрин бўлиши ҳақида фикрлар келтириб ўтилган[8].

Б. Талипова томонидан олиб борилган тадқиқотда озиқ-овқат саноатида юзага келаётган муаммолар, озиқ-овқат корхоналарини муҳофаза қилиш бўйича комплекс ёндашув, ресурслар самарадорлигининг ўрни ва аҳамияти нимадан иборат эканлиги, озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқаришда рақамли технологиялардан фойдаланишга асосланган ахборот тизимларининг методлари ва лойиҳалаш воситалари хусусида сўз юритилди[9].

Муаллифлар асосан замонавий маркетинг назариясини янги маълумотлар билан бойитиб, маркетинг тадқиқотлари муаммоларини илмий таҳлил этиш билан боғлиқ бўлган бир қатор масалаларни ҳал этишга эришган. Бироқ, озиқ-овқат маҳсулотларининг, хусусан озиқ-овқат саноати корхоналари самарадорлигини ошириш бўйича маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш масаласи чуқур ўрганилмаган.

Бизнинг фикримизча, озиқ-овқат саноат корхоналарида маркетинг стратегиясини қўллаш хар тарафлама ижобий натижаларга олиб келади. Мамлакатда соҳа йўналиши ривожланади, аҳолининг бандлиги таъминланади, экспорт имконияти ошади бу мамлакат иқтисодиётига келидиган маблағларнинг ошишини таъминлайди, шу билан бирга озиқ-овқат хавфсизлиги муаммоларига ечим топилади.

Тадқиқот методологияси

Мақолада таққослаш, таҳлил ва синтез, гуруҳлаш, мантиқий таҳлил, усуллардан фойдаланилди. Маълумотлар қиёсий таҳлил қи-

линиб, озиқ-овқат саноати корхоналарининг самарадорлигини оширишда маркетинг стратегиясини қўллаш ҳақида аниқроқ қилиб ёритиб беришга ҳаракат қилинди. Натижада муаммоларни аниқланди ва муаммоларга тегишли илмий асосланган таклифлар берилди. Илмий-мушоҳада қилиш асосида илмий хулосаларга келинди. Тадқиқот объекти сифатида мамлакатимизда озиқ-овқат саноати корхоналари мисол қилиб олинди.

Таҳлил ва натижалар

Озиқ-овқат товарлари аҳолининг кундалик турмуши таъминланиши учун зарур товарлар мажмуаси хисобланиб, бу бозорни ривожлантириш давлатнинг асосий стратегияси сифатида белгилаб берилади. Мамлакат иқтисодиётининг барқарор ривожланишини таъминловчи чора-тадбирларни ишлаб чиқишда озиқ-овқат бозорининг маркетинг тадқиқоти натижалари муҳим аҳамият касб этади. Чунки озиқ-овқат бозори ва унинг фаолият механизмини такомиллаштириш ижтимоий-иқтисодий вазият, табиий-иқтисодий салоҳият, мамлакат ва алоҳида минтақалар аҳолисининг тўлов қобилияти, миллий бозорнинг импортга қарамлик даражаси, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши ва ер ресурсларидан оқилона фойдаланиш, агросаноат мажмуасининг ривожланиши каби бевосита таъсир этувчи омиллар билан узвий боғлиқ. Шу жиҳатдан, озиқ-овқат бозори миллий иқтисодиётда муҳим стратегик аҳамиятга эга бўлиш билан бирга давлатнинг иқтисодий мустақиллигини белгилаб берувчи асосий шартлардан биридир. Бу бир томондан, агросаноат ишлаб чиқаришни интенсивлаштириш, иккинчи томондан, ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлиги ва аҳоли даромадларини ошириш билан боғлиқ макроиқтисодий муаммоларни ҳал этиб боришга асосланади. Шунинг учун муаммолар ечимини ишлаб чиқишда бозор механизмлари билан бирга давлатнинг минтақавий сиёсатини уйғунлантириш зарурати ва имкониятларини эътиборга олиш зарур.

2021 йил апрель ойида Жаҳон банки ўз ҳисоботида Европа ва Марказий Осиё давлатларида иқтисодиётнинг ўсиш суръатларини таъминлайдиган манба қишлоқхўжалиги эканлигини эълон қилиб, бу борада Ўзбекистонда имкониятлар катталигига алоҳида эътибор

қаратди. Шунингдек, давлатимиз раҳбари энди барча ҳокимлар, сектор раҳбарлари аграр соҳадаги резервларни сафарбар қилиб, маҳсулот ишлаб чиқаришни кўпайтириши кераклигини таъкидлади. Шундагина иқтисодиётнинг бошқа тармоқларидаги йўқотишлар ўрнини қисман тўлдириб, аҳоли бандлиги ва даромадини таъминлаш мумкинлиги таъкидланди. Маълумки, мамлакатимиз қишлоқ хўжалигида ғоят кенг қамровли ва жиддий ислохотлар олиб борилмоқда. Озиқ-овқат мсаноати маҳсулотларини ишлаб чиқаришда кластер тизимига ўтиш ва уларнинг ривожланиши учун барча шароитлар яратилди. Бундан мақсад – маҳсулот ҳажмини кескин ошириш, юқори қўшилган қиймат ва янги иш ўринлари яратиш, энг асосийси – даромад ва манфаатдорликни оширишдан иборат.

Пандемия даврида барча давлатлар озиқ-овқат маҳсулотлари танқислиги юзага келишининг олдини олишга қаратилган жиддий чораларни кўрмоқда. 2021 йил май-декабрь ойларида юртимизга 116 минг тонна кунгабоқар, 7 минг тонна соя, 15 минг тонна гуруч, 2,6 минг тонна дуккакли экин ёрмалари импорт қилинган[12]. Бу озиқ-овқат маҳсулотлари турлари ва ҳажмини кўпайтириш устида жиддий ишлаш кераклигини англатади. Нафақат импорт ўрнини тўлдириш, балки янги экспорт бозорларида мамлакатимиз ўрин топиш зарур. Шундагина ҳозирги глобал инқироздан кучли давлат бўлиб чиқиш мумкин.

Озиқ-овқат саноати маҳсулотлари ҳажмини кўпайтириш мақсадида 10 минг гектар янги боғ ва 9 минг гектар тоқзорлар орасига картошка, сабзи, пиёз, саримсоқпиёз, кўкат, нўхат, мош, ловия, помидор, бодринг, булғор қалампири ва полиз экинлари экиш бўйича кўрсатма берилди. Бахмал, Янгиобод, Фориш ва Қўшработ туманларида юзлаб қудуқлар қазилиб, 10 минг гектар лалми ер майдонларида узумзорлар барпо этилган эди. Ушбу тажрибани барча вилоятларда жорий қилиш, лалми ерли туманларга бурғулаш техникалари етказиб бериш зарур эканлиги, барча сектор раҳбарлари ўз худудида озиқ-овқат заҳирасини ҳисоб-китоб қилиб, ички имкониятларини кенгайтириб бориши кераклиги мақсадга мувофиқ.

Кейинги йилларда амалга оширилаётган ислохотлар иқтисодиётнинг барча тармоқ-

ларини, жумладан, озиқ-овқат саноатини ривожлантириш, хусусий сектор фаолиятини қўллаб-қувватлаш, қўшимча қийматга эга маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳажмини кўпайтиришга қаратилгани билан ҳам аҳамиятли бўлмоқда. Албатта, ушбу соҳаларда салмоқли ютуқларга эришиш билан биргаликда камчиликлар ҳам кўзга ташланмоқда. Хусусан, мамлакатда йилига ўртача 16 миллион тоннадан ортиқ мева-сабзавот, полиз ва дуккакли маҳсулотлар, 1,5 миллион тоннага яқин гўшт, 10 миллион тоннага яқин сут ишлаб чиқарилса-да, уларни саноат усулида қайта ишлаш даражаси ўртача 20–15 фоизни ташкил қилмоқда. Агрологистика тизими яхши ривожланмаган, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сақлаш ва саралаш хизматлари талаб даражасида эмаслиги ҳосилнинг қарийб 30 фоизи исроф бўлишига олиб келмоқда. Етиштирилган маҳсулотларни халқаро стандартларга мос лаборатория текширувидан ўтказишда ҳам муаммолар кўзга ташланади. Маълумотларга кўра, мамлакатимизда етиштирилаётган сабзавот маҳсулотларининг борйўғи 4–3 фоизи, меванинг 11 фоизи экспорт қилинмоқда. Демак, бу борада ҳам ҳали ўрганилиши, жорий этилиши зарур бўлган жиҳатлар бор.

Президентимиз Шавкат Мирзиёевнинг 2019 йил 29 июлдаги “Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини чуқур қайта ишлаш ва озиқ-овқат саноатини янада ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”[10] ги қарори шу каби муаммоларга тезкор ечим топиш, соҳага янги механизм-ларни жорий этиш мақсадида қабул қилинган эди. Қарорга асосан, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини қайта ишлаш бўйича 174 ва озиқ-овқат соҳасида импорт ўрнини босувчи маҳсулотлар ишлаб чиқариш бўйича 24 йирик инвестиция лойиҳаси амалга оширилиши белгиланган, мева-сабзавотчи-ликка ихтисослашган туманларда мавжуд самарасиз боғлар ўрнида 36 минг гектар интенсив боғлар ташкил этилиши кўзда тутилган.

Ана шу вазифалар ижросини таъминлаш, қарор мазмун-моҳиятини мамлакатимизнинг барча ҳудудларидан келган қишлоқ хўжалиги ва озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчилари, тадбиркорлар ва фермерларга янада кенгроқ тушунтириш мақсадида ташкил этил-

ган семинарда соҳага доир янгиликлар, мавжуд муаммолар атрофлича муҳокама қилинди. Тегишли дастурларда белгиланган лойиҳаларни ўз вақтида ва самарали татбиқ этиш юзасидан фикр алмашилди. Таъкидланганидек, озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва экспортини кўпайтириш борасида муҳим масалаларни ҳал қилишга киришилган. Жумладан, жаҳон бозоридаги талаблардан келиб чиққан ҳолда экспортбоп қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришга асосий устувор вазифа сифатида қаралмоқда.

Жойлардаги ҳолат таҳлил қилинганда, бугунги кунда мева-сабзавотчиликка ихтисослашган 55 тумандаги аҳвол кўнгилдагидек эмаслиги, боғдорчилик ва узумчиликдаги аҳволни тубдан яхшилаш мақсадида Қишлоқ хўжалиги вазирлиги ҳузурида Боғдорчилик ва иссиқхона хўжалигини ривожлантириш, Узумчилик ва виночиликни ривожлантириш агентликлари ташкил қилинди. Бу тизимдаги лойиҳаларни имтиёзли молиялаштириш учун ҳар икки агентликда махсус жамғарма ташкил қилинди. Бу эса тадбиркорлар ва фермерлар учун янги имкониятлар яратади. Интенсив боғдорчиликда биринчи маротаба бир қатор имтиёзлар жорий қилинди. Жумладан, интенсив боғларда сув тежовчи технологияларни жорий қилиш бўйича 1 гектарга қилинган харажатнинг 6 миллион сўми давлат бюджетидан қопланади. Шунингдек, умумий майдони 35 гектардан кўп бўлган интенсив боғларга сув чиқариш мақсадидаги 120 миллион сўмгача бўлган харажатлар учун давлат томонидан субсидия ажратилади.

Республикамизда олиб борилаётган ислохотлар нафақат ички бозорни, балки ташқи бозорни эгаллаш, унда тайёр рақобатбардош маҳсулотлар экспортини оширишга қаратилган. Шу нуқтаи назардан товарлар ассортиментини кенгайтириш, уларнинг ноёблигини ошириш, рақобатбардошлиги ва сифатини ошириш, ташқи бозорларга чиқишда фаол маркетинг тадқиқотларидан фойдаланиш, янги технологиялар асосида ва янги ишланмалар асосида янги товарлар, ишланмалар яратиш, бозорларнинг интернационаллашуви, халқаро бозордаги тўсиқларни енгиб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Ишлаб чиқариш устуворлигига мулжал-

ланган сиёсат юритувчи корхонанинг бошқариш органларини ташкилий таркибида инженер-техник ходимлар асосий бўғин ҳисобланади. Маркетингли ёндашишда эса асосий хал қилувчи таркиб маркетинг ходимлари ҳисобланади. Чет эллардаги йирик фирмаларнинг бошқарув таркибида бошқа бўлимларга нисбатан кўп ходимларга эга бўлган алоҳида маркетинг ва сотишни бошқариш бўлимлари тузилган.

Хорижий озиқ-овқат саноати корхоналарининг ташкилий таркибида маркетинг хизматининг тўртта махсус бўлими мавжуд бўлиб, улар қуйидагилардир:

– ходимлар ишини ташкил қилиш, сотиш миқдори ва таркибини таъминлаш ва ривожлантириш, саклаш ва ташиш, статистик ҳисобот ва таҳлил каби вазифаларни бажарувчи сотиш бўлими;

– реклама қилиш, жамоа билан алоқа, сотишни рағбатлантириш каби вазифаларни бажарувчи реклама ва сотишни рағбатлантириш бўлими;

– маълумотлар банки, ахборот – коммуникация хизматларини ўз ичига олувчи бозор тадқиқоти бўлими.

Бизнинг фикримизча, бозор муносабатлари шароитида озиқ-овқат саноати корхоналарида маркетинг хизматлари бўлимини ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Бу бўлимнинг вазифалари қуйидагилардан иборат бўлади:

– корхонанинг ўз товарини сотишини мўлжаллаган бозор шароитларини ва кўламини кенг қамровли таҳлил қилиш;

– потенциал истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини, талабини, сотиб олиш имкониятларини ўрганиш;

– товарни ишлаб чиқариш ва уни сотишни режалаштириш;

– товарни бозорга чиқариш ва сотишни ташкил этиш ҳамда сотишни рағбатлантириш;

– нархни режалаштириш ва рекламани ташкил этиш;

– кохонада маркетинг фаолиятини ташкил этиш, бошқариш ҳамда назорат қилиш;

– корхонанинг маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш.

Бундан ташқари маркетинг хизмати бўлими озиқ-овқат саноати корхоналарининг

озиқ-овқат ишлаб чиқариш, ресурс ва экспорт имкониятларини аниқлайди. Бунинг учун қуйидаги таҳлилий вазифаларни амалга ошириши лозим бўлади:

- корхонанинг молиявий-иқтисодий ахволини таҳлил қилиш;
- товар ассортиментини тафтиш қилиш;

- корхонанинг ишлаб чиқариш қувватларини баҳолаш;

- корхонани ташқи бозорларга чиқиш стратегиясини аниқлаш;

- корхонанинг ташқи бозорларга чиқиши бўйича интернет сайтларини яратиш.



1-расм. Озиқ-овқат саноати корхоналарининг сарадорлигини оширишда бошқарувнинг маркетинг таҳлили[11]

Озиқ-овқат саноати корхонасининг самардорлигини оширишда, инновацион фаолиятини ривожлантириш ва ташкилий-иқтисодий механизмини шакллантириш босқичлари қуйидагилардан иборат:

1. Озиқ-овқат саноати корхонасини ривожлантириш мақсадларини таҳлил қилиш.
2. Корхонанинг ресурс базасини баҳолаш.
3. Инновацион ривожланиш стратегиясини аниқлаш.
4. Инновация шаклини танлаш.

5. Инновацияларнинг танланган шаклига мос келадиган воситалар ёрдамида инновацияларни ишлаб чиқиш ва улардан фойдаланишни амалга ошириш.

6. Инновация натижаларини кузатиш.

Хулоса ва таклифлар

Мамлакатимизда экспорт фаолиятини ривожлантиришга жуда катта аҳамият берилаётгани боис, чуқур маркетинг тадқиқотлари ўтказиш, фаолиятни стратегик режалаштиришни назарда тутиш лозим. Озиқ-овқат

маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва экспорт фаолиятини оширишда қуйидаги ишларни амалга тавсия этилади:

- хорижий мамлакатларда ўтказилади-ган кўргазмаларда иштирок этиш;
- йирик компанияларнинг илғор технологик ускуналарини жалб этиш;
- озиқ-овқат ишлаб чиқарувчи халқаро трансмиллий компаниялар билан ҳамкорликни йўлга қўйиш лозим.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, бугунги кунда мамлакатимиз озиқ-овқат саноати корхоналарининг ташқи бозорларга чиқиши бўйича имкониятларни кенгайтириш, уларнинг самарадорлигини оширишда маркетинг тадқиқотлари усулларида кенг фойдаланишни ташкил этиш ва уни такомиллаштиришга қаратилган инновацион чора-тадбирларни қўллаш лозим.

Корхонанинг инновацион салоҳиятини шакллантириш ва ривожлантириш учун қуйидагилар таклиф қилинади:

- маҳсулотларни инновацион усуллар орқали ишлаб чиқариш асосида ички ва ташқи бозорда юқори рақобатдошликка эришиш;
- инновацион маҳсулотлар ва технологияларни янгилашнинг энг юқори суръатларини таъминлаш;
- озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқаришда инновацион технологиялардан фойдаланиш;
- корхонада инновацион фаолиятни ташкил қилиш учун мавжуд барча янги билим манбаларидан фойдаланиш;
- иқтисодий ва экологик нуқтаи назардан барча турдаги ресурслардан оқилона ва самарали фойдаланиш

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 9 сентябрдаги “Республика озиқ-овқат саноатини жадал ривожлантириш ҳамда аҳолини сифатли озиқ-овқат маҳсулотлари билан тўлақонли таъминлашга доир чора-тадбирлар тўғрисида” ПҚ-4821-сон қарори. <https://lex.uz/docs/4990322>
2. Ассэль Г. Маркетинг: Принципы и стратегия: -М.: Инфра-М.,1999;
3. Churchill G.A, Brown T.V. Basic marketing research, -Thomson, United States, 2010;
4. Kotler Ph. Marketing essentials. –Prentice Hall, United States, 2019;
5. Kotler Ph., Setiawan I., Kartajaya H. Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. – wiley, 2012.;
6. Багиев Г.А., Тарасевич В.М. Маркетинг –Спб.: Питер, 2012;
7. [International Journal of Marketing Studies](#) 2016. 8(6):52DOI: [10.5539/ijms.v8n6p52](#) Muallif Fatos Ukaj [Prishtina universiteti](#)
8. Абдухалилова Л.Т. Корхоналар томонидан маркетинг тадқиқотларини амалга ошириш йўналишлари // Миллий товарлар рақобатбардошлигини оширишда замонавий маркетинг концепцияларидан фойдаланиш. Республика илмий-амалий анжумани илмий мақола ва тезислари тўплами (2018 йил, 27 ноябрь). – Т.: Фан ва технологиялар, 2018 й. 214-216 б.
9. Талипова Б.Ф. Озиқ-овқат саноатининг инвестициявий самарадорлигини оширишда рақамли технологияларни жорий этиш ва автоматлаштириш истиқболлари // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2020 yil. 213-204 бетлар.
10. www.lex.uz – Ўзбекистон республикаси қонун ҳужжатлари миллий базаси
11. Маълумотлар асосида муаллиф томонидан қайта ишланди www.stat.uz – Ўзбекистон республикаси давлат Статистика қўмитаси