



OZIQ-OVQAT KORXONALARI MAHSULOTLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH USULLARI

Ikromov Axmadjon Shavkat o`g`li

O`zbekiston Milliy universiteti

“Ekonometrika va iqtisodiy modellashtirish” kafedrası

tayanch doktoranti

E-mail: ikromvakhmadjon@gmail.com

Tel: +998 93 475 27 96

Annotatsiya: Ushbu maqolada oziq-ovqat sanoati mahsulotlarining raqobatbardoshligini boshqarish samaradorligini baholash usullari tahlil qilinadi. Raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qiluvchi omillar, baholash mezonlari va zamonaviy baholash usullari yoritib beriladi.

Kirish Oziq-ovqat mahsulotlarining raqobatbardoshligi mamlakat iqtisodiy taraqqiyotida muhim rol o'ynaydi. Ushbu raqobatbardoshlikni oshirish uchun samarali boshqaruv mexanizmlarini ishlab chiqish va baholash zarur. Mahsulot sifati, narxi, brend obro'si va innovatsiyalar kabi omillar baholash jarayonida asosiy ko'rsatkichlar hisoblanadi.

Oziq-ovqat sanoati global iqtisodiyotda muhim rol o'ynaydi, zarur tovarlar va mahsulotlar bilan ta'minlaydi millionlab odamlarni ish bilan ta'minlash. Biroq, globallashuvning kuchayishi, iste'molchilarning afzalliklarini o'zgartirish, tartibga soluvchi talablar va texnologik taraqqiyot raqobatni kuchaytirdi. Raqobatbardoshlikni saqlab qolish uchun korxonalar innovatsiyalar kiritishi va faoliyatini optimallashtirishi kerak. Doimiy rivojlanayotgan oziq-ovqat sanoatida, bu erda innovatsiyalar va iste'molchilarning afzalliklari doimiy ravishda o'zgarib turadi, raqobatbardoshlikni saqlab qolish muhim



ahamiyatga ega. Bu nafaqat biznesni boshqaradi o'zgaruvchan iste'molchilar talablarini qondirish bilan bir qatorda kuchli ta'minlangan holda iqtisodiy muammolarni hal qilish yuqori darajada to'yingan bozordagi mavqe (Farida va Setiawan, 2022). Raqobatbardoshlikning zahirida iste'molchi kutganlarini chuqur anglash yotadi. Zamonaviy iste'molchilar o'zlarining sog'lig'iga e'tiborli, barqaror va qulaylikka yo'naltirilgan turmush tarziga mos keladigan mahsulotlarni qidirib, tobora ko'proq tanlanmoqda. Oziq-ovqat sohasidagi muvaffaqiyatga bog'liq kompaniyaning ushbu o'zgaruvchan imtiyozlarga moslashish va tezda moslashish qobiliyati haqida

iste'molchilar nimani xohlaydi. Ushbu iste'molchiga yo'naltirilgan yondashuv nafaqat strategik variant – bu omon qolish uchun zaruratsdir (Lemon & Verhoef, 2016).

Raqobatbardoshlikni baholashning asosiy mezonlari Raqobatbardoshlikni aniqlashda quyidagi mezonlar qo'llaniladi:

Mahsulot sifati: Xalqaro standartlarga mosligi, ekologik xavfsizligi va sertifikatlash darajasi. **Narx siyosati:** Mahsulot tannarxi, raqobatchilar bilan solishtirilgan narxlar. **Brend va marketing strategiyasi:** Brendning bozordagi nufuzi, iste'molchilar ishonchi. **Innovatsion salohiyat:** Ishlab chiqarish texnologiyalarining zamonaviyligi, ilmiy tadqiqotlar va yangi mahsulotlar ishlab chiqish. **Logistika va yetkazib berish tizimi:** Mahsulotning bozorga kirish tezligi va geografik taqsimoti.

Raqobatbardoshlikni baholash usullari Oziq-ovqat korxonalari mahsulotlarining raqobatbardoshligini baholash uchun quyidagi usullar qo'llaniladi:

1. Ekspert baholash usuli

- Soha mutaxassislari tomonidan mahsulotning sifat va innovatsion salohiyati baholanadi.
- SWOT-analiz orqali kuchli va zaif tomonlar aniqlanadi.

2. Mahsulotning hayotiylik davri tahlili



- Mahsulotning bozorga chiqish, rivojlanish, yetuklik va pasayish bosqichlari tahlil qilinadi.
- Har bir bosqichda raqobatbardoshlikni oshirish strategiyalari belgilanadi.

3. Korelyatsion va regressiyaviy tahlil

- Mahsulot savdosi va iste'molchilar talabi o'rtasidagi bog'liqlik o'rganiladi.
- Oziq-ovqat mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun statistik ma'lumotlar tahlil qilinadi.

4. Benchmarking usuli

- Yetakchi kompaniyalar tajribasi o'rganilib, ularning samarali boshqaruv uslublari tahlil qilinadi.
- Oziq-ovqat sanoatida muvaffaqiyatli biznes-modellar o'rganilib, amaliyotga tatbiq etiladi.

5. Iste'molchilar so'rovi va tahlili

- Iste'molchilar fikri va talablari asosida mahsulot raqobatbardoshligi baholanadi.
- Savdo hajmi, iste'molchilar sodiqligi va ularning afzalliklari o'rganiladi.

Xulosa. Oziq-ovqat sanoati mahsulotlarining raqobatbardoshligini baholashda turli usullarni qo'llash muhim ahamiyatga ega. Tahliliy yondashuvlar, ekspert baholari va iste'molchilar talabi asosida mahsulot strategiyalarini ishlab chiqish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda oziq-ovqat korxonalari xalqaro standartlarga mos sifat va narx siyosatini shakllantirish orqali o'z o'rnini mustahkamlashi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Farida, I., Setiawan, D. Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. J. Open Innov. Technol. Mark. Complex. 2022, 8, 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>.
2. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016).



Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69-96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>.

3. Dvorský, J & Klietík, T & Cepel, M & Strnad, Z. (2020). The influence of some factors of competitiveness on business risks. *Journal of Business Economics and Management*. 21. 1451- 1465. 10.3846/jbem.2020.13440.

4. Suchánek, P., & Králová, M. (2019). Customer satisfaction, loyalty, knowledge and competitiveness in the food industry. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 1237–1255. doi:10.1080/1331677x.2019.1627893.

5. Hennig-Thurau, T., & Klee, A. (1997). The impact of customer satisfaction and relationship quality on customer retention: A critical reassessment and model development. *Psychology and Marketing*, 14, 737– 764. doi:10.1002/(SICI)1520-6793(199712)14:83.3.CO;2-Z.

6. Dubrovski, D. (2001). The role of customer satisfaction in achieving business excellence. *Total Quality Management*, 12(7-8), 920–925. doi:10.1080/09544120100000016

7. Matzler, K., Strobl, A., Thurner, N., & Fuller, J. (2015). Switching experience, customer satisfaction, and switching costs in the ICT industry. *Journal of Service Management*, 26(1), 117–136. doi:10.1108/JOSM04-2014-0101.

8. Bhawsar, P., & Chattopadhyay, U. (2015). Competitiveness: Review, Reflections and Directions. *Global Business Review*, 16(4), 665-679. <https://doi.org/10.1177/0972150915581115>