

## TO'QIMACHILIK KORXONALARI RAQOBAT STRATEGIYASI

*Ilmiy rahbar:dots*

*Innovatsion menejment" kafedrası PhD*

*dotsenti Ibragimov G'anijon*

*Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti*

*Menejment fakulteti*

*MNP61 3-kurs talabasi*

*Jo'rayev Elbrus O'ktam o'g'li*

**Annotatsiya:** *Ushbu maqolada to'qimachilik korxonalari uchun innovatsion marketing strategiyalari, arzon narx strategiyasi va strategik boshqaruv tizimini takomillashtirish masalalari tahlil qilinadi. Innovatsion marketing korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish va iste'molchilarga yo'naltirilgan mahsulotlarni ishlab chiqarishga qaratilgan bo'lsa, arzon narx strategiyasi mahsulot tannarxini pasaytirish orqali bozorda maqbul narxlarni ta'minlashga xizmat qiladi. Strategik boshqaruv tizimini takomillashtirish esa korxonalarni uzoq muddatli muvaffaqiyatga olib boradigan muhim jarayon sifatida ko'riladi. Ushbu yondashuvlar zamonaviy texnologiyalar, bozor tahlili va samarador boshqaruv mexanizmlaridan foydalanishni talab qiladi.*

**Kalit so'zlar:** *Innovatsion marketing strategiyalari, arzon narx strategiyasi, strategik boshqaruv tizimi, to'qimachilik sanoati, raqobatbardoshlik, barqaror rivojlanish, mahsulot tannarxi, bozor tahlili*

### **Kirish**

Bugungi global iqtisodiy sharoitda to'qimachilik sanoati dunyo bo'ylab eng raqobatbardosh sohalardan biriga aylanmoqda. Xususan, texnologik innovatsiyalar, global savdo tarmoqlarining kengayishi va iste'molchilar talablari o'zgarib borayotgani korxonalarining strategik yondashuvlariga yangicha qarashni

talab qiladi. Korxonalar o'z pozitsiyalarini mustahkamlash va raqobatchilardan ustunlikka erishish uchun samarali strategiyalar ishlab chiqishi zarur. Shu sababli, raqobat strategiyalari to'qimachilik sohasida biznesni boshqarishning markaziy masalasi sifatida ko'rib chiqilmoqda.

To'qimachilik sanoati, xususan, rivojlanayotgan davlatlar iqtisodiyoti uchun muhim bo'lib, bu soha nafaqat ishchi o'rinlari yaratadi, balki eksport hajmini oshirishda ham muhim o'rin tutadi. Shu bilan birga, global bozor talablariga moslashish, sifat standartlarini ta'minlash va brend yaratish kabi omillar korxonalarning muvaffaqiyatini belgilovchi asosiy mezonlarga aylanmoqda.<sup>1</sup>

Mazkur maqolada to'qimachilik korxonalari uchun samarali raqobat strategiyalarini ishlab chiqish yo'llari o'rganilib, xalqaro va mahalliy amaliyotdagi ilg'or tajribalar tahlil qilinadi. Bundan tashqari, texnologik yangiliklar, innovatsion marketing yondashuvlari va strategik boshqaruv tizimlari yordamida korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish usullari muhokama qilinadi.

### **Innovatsion marketing strategiyalarini qo'llash**

To'qimachilik sanoatida innovatsion marketing strategiyalarini qo'llash korxonalarning bozor talablari va iste'molchilar ehtiyojlariga moslashishida muhim ahamiyat kasb etadi. Innovatsion marketing nafaqat mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilishni, balki brend imidjini shakllantirish, yangi texnologiyalardan foydalanish va iste'molchilarning o'ziga xos talablarini qondirishni o'z ichiga oladi. Bu strategiya korxonalarni nafaqat raqobatbardosh qiladi, balki ularning bozorga ta'sirini kengaytirishga yordam beradi.<sup>2</sup>

Innovatsion marketing strategiyalarining asosi mijozlarning ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish va ularga mos mahsulotlar va xizmatlar yaratishdir. Bugungi kunda big data va sun'iy intellekt vositalaridan foydalanish orqali mijozlarning xarid qilish odatlari, qiziqishlari va xohishlari haqida batafsil ma'lumot olish

<sup>1</sup> Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press;

<sup>2</sup> Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Edition). Pearson;

mumkin. Masalan, mijozlar uchun individual takliflarni yaratish yoki shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalari yordamida ularning e'tiborini jalb qilish samarali usul hisoblanadi.

To'qimachilik sanoati so'nggi yillarda raqamli marketing vositalariga tobora ko'proq tayanmoqda. Ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat yuritish, influencer marketingdan foydalanish va elektron tijorat platformalarida sotuvlarni rivojlantirish korxonalar uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Masalan, Instagram va TikTok kabi platformalarda vizual kontent orqali mahsulotlarni targ'ib qilish mijozlarning brend bilan aloqasini kuchaytiradi.<sup>3</sup>

Bugungi kunda iste'molchilar ko'proq ekologik toza mahsulotlarni tanlashga moyil bo'lmoqda. Shu sababli, barqaror marketing strategiyalari korxonalarning muvaffaqiyatida muhim ahamiyat kasb etadi. To'qimachilik korxonalari ekologik xom ashyolardan foydalanish, qayta ishlangan materiallarni ishlab chiqarishga joriy etish va ushbu jarayonlarni faol reklama qilish orqali brendga ijobiy imidj yaratishi mumkin.

Yangi dizaynlar va texnologik yangiliklarni joriy etish to'qimachilik mahsulotlariga bo'lgan talabni oshiradi. Misol uchun, birinchi navbatda foydalanuvchi qulayligini ta'minlovchi materiallar, masalan, gigiyenik yoki ekologik mos kiyimlar ishlab chiqarish orqali raqobatda ustunlikka erishish mumkin.<sup>4</sup>

Innovatsion marketingni xalqaro miqyosda amalga oshirish ham samaradorlikni oshiradi. Korxonalar global bozorlarga chiqish uchun eksport va onlayn platformalarni kengaytirish strategiyasini qo'llashlari mumkin. Masalan, "Amazon" yoki "Alibaba" kabi platformalarda mahsulotlarni targ'ib qilish xalqaro mijozlar bilan aloqalarni kuchaytiradi. Innovatsion marketing strategiyalari orqali korxonalar nafaqat o'z mahsulotlarini samarali targ'ib qiladi, balki bozor talablariga tezkor javob berish qobiliyatini ham rivojlantiradi.

<sup>3</sup> Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. Routledge;

<sup>4</sup> Sheth, J. N., & Sisodia, R. S. (2012). The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customers, Companies, and Society. Routledge;

Texnologik yondashuvlar, raqamli vositalar va barqarorlik kabi omillarni birlashtirish korxonalarga raqobat ustunligini ta'minlashda yordam beradi.<sup>5</sup>

### **Arzon narx strategiyasini qo'llash**

Arzon narx strategiyasi korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omillardan biridir. Bu strategiya, asosan, mahsulot tannarxini pasaytirish orqali iste'molchilar uchun maqbul narxlarda sifatli mahsulotlar taklif etishga qaratilgan. To'qimachilik sanoatida bunday yondashuv keng qo'llanilib, ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlarda samarali natijalar bermoqda. Mahsulotlarni ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish uchun ishlab chiqarish jarayonlarida samaradorlikni oshirish lozim. Bunga xom ashyolarni arzonroq manbalardan sotib olish, ilg'or texnologiyalarni joriy etish va ortiqcha xarajatlarni qisqartirish orqali erishiladi. Masalan, avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish tizimlarini qo'llash operatsion xarajatlarni sezilarli darajada kamaytiradi.<sup>6</sup>

Masshtab iqtisodiyotidan foydalanish arzon narx strategiyasining muhim qismi hisoblanadi. Ko'p miqdorda mahsulot ishlab chiqarish bir dona mahsulot uchun xarajatlarni pasaytiradi va bu, o'z navbatida, mahsulotni bozorda raqobatbardosh narxlarda taklif qilish imkonini beradi. Arzon narx strategiyasini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun korxonalar maqsadli bozor segmentlarini aniqlashi lozim. Bu, asosan, narxga sezgir bo'lgan iste'molchilar segmentiga e'tibor qaratishni o'z ichiga oladi. Ta'minot zanjirini optimallashtirish orqali logistik xarajatlarni pasaytirish mumkin. To'g'ridan-to'g'ri yetkazib beruvchilar bilan ishlash yoki mahalliy yetkazib beruvchilarga e'tibor qaratish mahsulot tannarxini sezilarli darajada kamaytiradi.<sup>7</sup>

Arzon narx strategiyasi mahsulotlarni iqtisodiy jihatdan qulay narxlarda taklif qilish orqali korxonalarning iste'molchilar orasida tanilishiga va bozorda ustunlikka erishishiga yordam beradi. Biroq, bu strategiya mahsulot sifatiga ta'sir qilmasligini ta'minlash muhim.

<sup>5</sup> Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th Edition). Pearson;

<sup>6</sup> Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). Exploring Strategy: Text and Cases. Pearson Education.

<sup>7</sup> Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th Edition). Pearson;

To'qimachilik korxonalari uchun strategik boshqaruv tizimi samaradorlikni oshirish va bozor talablari bilan moslashishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Strategik boshqaruv tizimi korxonaga uzoq muddatli maqsadlarni aniqlash, ushbu maqsadlarga erishish uchun resurslarni taqsimlash va o'zgaruvchan tashqi muhitga moslashish imkoniyatini beradi.<sup>8</sup>

Strategik boshqaruvning asosiy bosqichi bozorni chuqur tahlil qilish va maqsadlarni aniqlashdan iborat. SWOT va PESTEL kabi tahlil usullaridan foydalanish orqali ichki va tashqi omillarni baholash mumkin. Masalan, raqobatchilarni o'rganish va iste'molchilar xatti-harakatlarini tahlil qilish korxona uchun strategik yo'nalishlarni belgilashga yordam beradi.

Raqobatda ustunlikka erishish uchun texnologik yangiliklardan foydalanish zarur. Misol uchun, raqamli boshqaruv tizimlari va avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish jarayonlari samaradorlikni oshiradi. Strategik boshqaruv tizimining muvaffaqiyati ko'p jihatdan xodimlarning malakasiga bog'liq. Shuning uchun, korxona xodimlarini qayta tayyorlash va rivojlantirish dasturlarini amalga oshirish muhim ahamiyatga ega.<sup>9</sup>

Strategik boshqaruvning muvaffaqiyatini baholash uchun aniq ko'rsatkichlarni aniqlash zarur. KPI (Key Performance Indicators) tizimidan foydalanish orqali korxona faoliyatining turli jihatlarini kuzatish va natijalarni tahlil qilish mumkin. Strategik boshqaruv tizimini takomillashtirish korxonalarining o'zgaruvchan bozor talablariga moslashishini, resurslardan samarali foydalanishini va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishini ta'minlaydi.

### **Xulosa**

To'qimachilik korxonalari uchun zamonaviy strategiyalarni ishlab chiqish va joriy etish ularning raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi ahamiyatga ega. Innovatsion marketing strategiyalari iste'molchilar talablari va texnologik rivojlanish bilan moslashishni ta'minlasa, arzon narx strategiyasi mahsulotlarni

---

<sup>8</sup> Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business Review Press;

<sup>9</sup> Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press;

kengroq iste'molchilar qatlamiga yetkazishga yordam beradi. Strategik boshqaruv tizimini takomillashtirish esa korxonalarga resurslardan samarali foydalanish, uzoq muddatli rejalashtirish va global bozor talablari bilan raqobatlasha olish imkoniyatini beradi. Ushbu strategiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun korxonalar zamonaviy boshqaruv usullarini qo'llashi, xodimlarning salohiyatini oshirishi va bozorni chuqur tahlil qilishi zarur. Bu esa, o'z navbatida, korxonalarning iqtisodiy barqarorligi va rivojlanishiga xizmat qiladi.

#### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:**

1. Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press;
2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th Edition). Pearson;
3. Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing. Routledge;
4. Sheth, J. N., & Sisodia, R. S. (2012). The 4 A's of Marketing: Creating Value for Customers, Companies, and Society. Routledge;
5. Lovelock, C., & Wirtz, J. (2016). Services Marketing: People, Technology, Strategy (8th Edition). Pearson;
6. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2017). Exploring Strategy: Text and Cases. Pearson Education.
7. Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Harvard Business Review Press;