

RAQAMLASHTIRISH SHAROITIDA MAHALLIY FARMASEVTIKA KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH STRATEGIYALARI

Xasanov Soxib Latifovich
Toshkent davlat iqtisodiyot
universiteti mustaqil tadqiqotchi

Annotatsiya. Ushbu maqolada O'zbekistondagi mahalliy farmasevtika korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish masalasi har tomonlama tahlil qilingan. Davlat tomonidan ko'rilayotgan islohotlar, bozordagi mavjud vaziyat, texnologik va iqtisodiy imkoniyatlar tahlili asosida sohaning muammolari va rivojlanish istiqbollari aniqlangan. 2020–2024 yillar davomidagi farmasevtik eksport, ichki bozordagi sotuv hajmlari, importga bog'liqlik va sifat standartlariga muvofiqlik kabi ko'rsatkichlar asosida tahlil olib borilgan. Olimlarning nazariy qarashlari, xalqaro tajriba va mahalliy sharoitlar hisobga olingan holda, mahalliy farmasevtika korxonalari uchun raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan aniq va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: mahalliy ishlab chiqaruvchi, innovatsion rivojlanish, sifat standartlari, eksport salohiyati, farmasevtik klasterlar, texnologik modernizatsiya, marketing strategiyasi, davlat qo'llab-quvvatlashi, ta'minot zanjiri, importga bog'liqlik, kadrlar salohiyati.

Аннотация. В данной статье всесторонне проанализирован вопрос повышения конкурентоспособности отечественных фармацевтических предприятий в Узбекистане. На основе анализа проводимых государством реформ, текущей ситуации на рынке, технологических и экономических возможностей определены проблемы и перспективы развития отрасли. Анализ проводился на основе таких показателей, как фармацевтический экспорт за период 2020-2024 гг., объемы продаж на внутреннем рынке, зависимость от импорта и соответствие стандартам качества. С учетом теоретических взглядов ученых, международного опыта и местных условий разработаны конкретные и практические рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности отечественных фармацевтических предприятий.

Ключевые слова: отечественный производитель, инновационное развитие, стандарты качества, экспортный потенциал, фармацевтические кластеры, технологическая модернизация, маркетинговая стратегия, государственная поддержка, цепочка поставок, зависимость от импорта, кадровый потенциал.

Annotation. This article comprehensively analyzes the issue of increasing the competitiveness of domestic pharmaceutical enterprises in Uzbekistan. Based on the analysis of reforms carried out by the state, the current situation in the market, technological and economic opportunities, the problems and prospects of development of the industry have been identified. Analysis was carried out on the

basis of such indicators as pharmaceutical exports, sales volumes in the domestic market, dependence on imports and compliance with quality standards for the period 2020-2024. Given the theoretical views of scientists, international experience and local conditions, specific and practical recommendations have been developed aimed at increasing competitiveness for domestic pharmaceutical enterprises.

Keywords: domestic manufacturer, innovative development, quality standards, export potential, pharmaceutical clusters, technological modernization, marketing strategy, state support, supply chain, import dependence, personnel potential.

Kirish. Raqamlashtirish sharoitida farmasevtika mahsulotlarining sifatli, xavfsiz va samarali bo'lishi bilan birga, bozordagi narx siyosati, tarmoqli distributsiya, brending va mijozlarga xizmat ko'rsatish kabi omillar ham raqobat ustunligini belgilab beradi. Shu bois mahalliy farmasevtika korxonalari o'z raqobatbardoshligini oshirish uchun strategik yondashuvlarga ehtiyoj sezmoqda. Bu jarayonda zamonaviy biznes modellarini joriy etish, innovatsion ishlanmalardan foydalanish, bozor kon'yunkturasini to'g'ri baholash va tarmoqlararo hamkorliklarni kengaytirish muhim hisoblanadi.

Mahalliy farmasevtika sanoatini rivojlantirish va uning raqobatbardoshligini oshirish masalasi bugungi kunda nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va strategik ahamiyatga ega dolzarb muammolardan biriga aylangan. Dori vositalariga bo'lgan talabning ortishi, aholining farovonligi o'sishi, sog'liqni saqlash tizimining modernizatsiya qilinishi va global pandemiya sharoitida milliy farmasevtika tarmog'ining yetarlicha rivojlanmaganligi bu sohaning yanada jadal va maqsadli rivojlanishini talab etmoqda.

Hozirgi vaqtda O'zbekistonda aholi soni ortishi bilan birga, kasalliklar turlari ham ko'paymoqda. Sog'liqni saqlash tizimi tomonidan yuqori samarali va xavfsiz dori vositalarini ta'minlash vazifasi markaziy o'ringa chiqmoqda. Shu nuqtai nazardan qaralganda, dori-darmon mahsulotlariga bo'lgan ichki talabni mahalliy ishlab chiqaruvchilar hisobiga qondirish, importga bog'liqlikni kamaytirish, valyuta mablag'larining mamlakat ichida qolishini ta'minlash hamda dori vositalari narxini barqarorlashtirish muhim vazifalardan hisoblanadi.

Bundan tashqari, raqobatbardosh mahalliy farmasevtika tarmog'i nafaqat ichki bozorda, balki tashqi bozorlarda ham samarali ishtirok etish imkonini yaratadi. Hozirda dunyo farmasevtika bozoridagi keskin raqobat, innovatsion mahsulotlarning tez yaratilishi, litsenziyalash va xalqaro standartlarga muvofiqlashish talabi mahalliy korxonalar oldida yangi vazifalarni qo'yimoqda. O'zbekistonning jahon bozoriga integratsiyalashuvi va eksport salohiyatini oshirish maqsadida mahalliy ishlab chiqaruvchilarning sifat, narx, dizayn, logistika va marketing sohalarida raqobatbardosh bo'lishi talab etilmoqda.

Mahalliy farmasevtika sanoati hozirda qator to'siq va muammolarga duch kelmoqda. Jumladan, xomashyo manbalariga yuqori bog'liqlik, texnologik yetishmovchilik, sifat standartlariga to'liq mos kelmaslik, eksport infratuzilmasining yetarlicha rivojlanmaganligi va kadrlar salohiyatining

cheklanganligi asosiy muammolar qatorida turibdi. Bunday sharoitda, sohada uzoq muddatli va kompleks yondashuvga asoslangan strategik rejalashtirish talab etiladi. Bu esa maqsadli islohotlar, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, innovatsion yechimlar va biznes-muxitni yaxshilash orqali amalga oshirilishi mumkin.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi. Xalqaro tadqiqotchilardan Maykl Porterning o'zining raqobat ustunligi nazariyasida eng ko'p qo'llaniladigan uslubiy asoslardan biri sifatida «besh kuch» modeliga ko'ra, soha ishtirokchilari raqobat muhitini aniq baholashlari va o'z strategik pozitsiyalarini belgilashlari mumkin.[1] Uning ta'kidlashicha, tarmoqda muvaffaqiyat qozonish ishlab chiqarish xarajatlarini optimallashtirish, mahsulotni differentsiatsiya qilish va aniq bozor nishini tanlashga bog'liq. Bu yondashuv mahalliy farmasevtika korxonalari uchun ham muhim strategik yo'nalishlarni belgilab beradi.

O'zbekistonda ham mazkur mavzuda bir qator ilmiy izlanishlar amalga oshirilgan. X. Qurbonov o'z tadqiqotida mahalliy farmasevtika tarmog'ida innovatsion faoliyatning yetarlicha rivojlanmagani, texnologik baza va kadrlar salohiyatining yetishmasligi, marketing faolligining pastligi kabi muammolarga e'tibor qaratgan.[3] Uning fikricha, sohani raqobatbardosh qilish uchun davlat tomonidan tizimli qo'llab-quvvatlash, mahalliy ishlab chiqaruvchilarga moliyaviy imtiyozlar berish va ichki xomashyo resurslarini rivojlantirish talab etiladi.

J. Yunusov va Sh. To'raev o'zlarining ilmiy tadqiqotlarida raqobatbardoshlikka ta'sir qiluvchi omillar – texnologik yangilanish, mahsulot sifatini yaxshilash, xalqaro standartlar asosida ishlash, logistika tizimini takomillashtirish va eksportbop mahsulot ishlab chiqarish bo'yicha aniq tavsiyalar berilgan. Jumladan, ISO va GMP standartlariga moslashuv mahalliy mahsulotlar uchun tashqi bozorlarga chiqish yo'lini ochadi.[4]

Farmasevtika klasteri tushunchasi va uning raqobatbardoshlikka ta'siri ham bir qator ilmiy ishlar mavzusida keng yoritilgan. Maxsuslashgan klasterlar doirasida korxonalar o'rtasida resurslardan samarali foydalanish, innovatsiyalarni joriy etish, kadrlar tayyorlash va ilmiy-tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy qilish imkoniyati oshib boradi.[2]

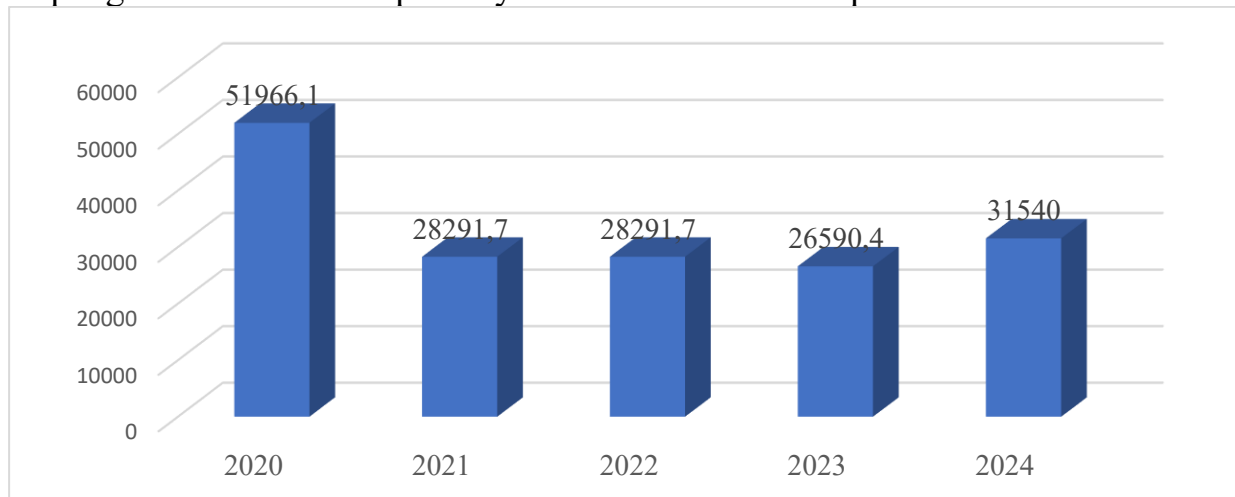
Kotler va Keller farmasevtika mahsulotlari uchun samarali marketing konsepsiyalarining ahamiyatini ta'kidlaydi. Ular farmasevtikada mijoz ishonchini shakllantirish, brend qadrini oshirish va maqsadli auditoriya bilan muloqotda bo'lish strategik jihatdan hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatgan.[5]

Bekkerning inson kapitali nazariyasiga ko'ra, farmasevtikada malakali kadrlar tayyorlashga investitsiya kiritish korxonaning raqobatbardoshlik salohiyatini oshiradi deb ta'kidlaydi. [6]

Tadqiqot metodologiyasi. Mahalliy farmasevtika korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirish strategiyalarini shakllantirishni tizimli tahlil, tarixiylik va mantiqiylik, induksiya va deduksiya, analiz va sintez, qiyosiy va selektiv tanlab tadqiq qilish, monografik tahlil va guruhlash usullari qo'llanilgan.

Tahlil va natijalar. Raqamlashtirish sharoitida raqobatbardoshlikni oshirish nafaqat texnologik yangilanish, balki strategik fikrlash, innovatsion boshqaruv

modellari, bozor talablariga tezkor moslashish, mijozlar bilan samarali aloqalarni yo'lga qo'yish va kadrlar salohiyatini kuchaytirish kabi omillar bilan chambarchas bog'liqdir. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, farmasevtika sohasida yetakchi mamlakatlar strategik rejalashtirishga asoslangan raqobat modellarini qo'llash orqali global bozorda o'z pozitsiyasini mustahkamlamoqda.



Rasm. Mahalliy farmasevtik mahsulotlar eksporti (ming USD)

Rasmda keltirilgan ma'lumotlarni tahlil qiladigan bo'lsak: 2020 yili eksport hajmi eng yuqori daraja -51,966 min USDga yetgan; keyingi yillarda importga bog'liqlik va texnologik muammolar oqibatida bu ko'rsatkich pasayishga o'tgan: 2021–2023 yillarda 28-26,6 min USD oralig'ida qaror topgan; 2024 yili esa qayta o'sish kuzatilmoqda: TradingEkonomiks ma'lumotlariga ko'ra 31,57 min USDga ko'tarilgan.

Xulosa. Mahalliy farmasevtika korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish murakkab, ko'p omilli va tizimli yondashuvni talab qiladigan vazifalardan biridir. O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki, 2020-2024 yillar mobaynida O'zbekiston farmasevtika sohasida muayyan o'sishlar qayd etilgan bo'lsa-da, mazkur o'sish asosan tashqi omillar, narxlar inflyatsiyasi va ichki bozordagi talabning kengayishi bilan bog'liq bo'lib, real raqobatbardoshlik mezonlari bo'yicha hanuz yetarlicha barqaror o'sish kuzatilmayapti.

Tahlillarga asosan, farmasevtika sohasidagi eng muhim muammolar sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- xomashyoning 85% dan ortig'i import qilinmoqda;
- mahalliy ishlab chiqaruvchilar mahsulot sifatida, distributsiyada va marketingda hali ham importchi brendlardan ortda qolmoqda;
- sifat menejmenti va xalqaro standartlarga to'liq moslashmagan korxonalar soni ko'p;
- eksport salohiyati 2020 yildan keyin sezilarli darajada pasaygan;
- farmasevtika klasterlari yetarlicha funksional emas va innovatsiya jalbi past darajada.

Shu bilan birga, farmasevtika sanoati O'zbekiston iqtisodiyotida katta salohiyatga ega sohalardan biri hisoblanadi. Bozor hajmi yildan-yilga o'sib bormoqda, aholi soni va sog'liqqa e'tibor kuchaymoqda, davlat tomonidan ham qator imtiyozlar va dasturlar amalga oshirilmoqda. Bu esa soha uchun kuchli rivojlanish imkoniyatlarini taqdim etadi.

Xulosa qilib aytganda, mahalliy farmasevtika korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirish - bu alohida strategiya emas, balki kompleks va o'zaro bog'liq yo'nalishlarni qamrab olgan dasturdir. Faqatgina shunday yondashuv orqali ushbu tarmoqni yuqori texnologik, eksportbop va ijtimoiy ahamiyatga ega iqtisodiy drayverga aylantirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Porter M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
2. Porter M. (2000). *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review.
3. Qurbonov X. (2020). O'zbekistonda farmasevtika sohasini rivojlantirishning istiqbolli yo'nalishlari. *Iqtisodiy tahlil jurnali*, №4.
4. Yunusov J. (2019). Farmasevtika sohasida bozor munosabatlari va raqobat muhitini takomillashtirish yo'nalishlari. *Iqtisod va boshqaruv jurnali*, №3.
5. Kotler P., Keller K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
6. Becker G.S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis*. University of Chicago Press.