

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ
МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ

СамИСИ ўқув-услубий
кенгашида муҳокама этилган
ЎУК раиси _____ Қ.Ж.Мирзаев
Баённома № _____ 2017 йил



«ТИЖОРAT ФАОЛИЯТИ»
фанидан
ЎҚУВ – УСЛУБИЙ МАЖМУА

Билим соҳаси:	200000	– Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқуқ
Таълим соҳаси:	230000	– Иқтисод
Таълим йўналиши:	5230400	– Маркетинг (тармоқлар ва соҳалар)

Самарқанд – 2017 йил

Фаннинг ўқув-услугий мажмуаси Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув-услугий кенгашининг 2016 йил 29 августдаги 1-сонли мажлис баёни билан тасдиқланган «Тижорат фаолияти» фан дастури асосида тайёрланган.

Тузувчилар: **Маматкулова Ш.Ж.** – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси доценти;
Хожиқулов Б.Е. – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси ассистенти.

Такризчилар: **Холмаматов Д.Х.** – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси катта ўқитувчиси;
Гаирова М. – Чархин ижтимоий-иқтисодий касб-ҳунар коллежининг “Иқтисодиёт ва енгил саноат фанлар” кафедраси мудири.

Ўқув-услугий мажмуа Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Илмий Кенгашида муҳокама этилган ва ўқув жараёнига тадбиқ этиш ҳамда нашр учун тавсия этилган. Баённома №____, _____2017 йил.

М У Н Д А Р И Ж А

1. Ўқув материаллар.....
2. Мустақил таълим
машғулоти.....
3. Глоссарий.....
4. Иловалар.....

Мавзу-1: Тижорат фаолияти фани мазмуни, услуги ва вазифалари

Режа:

1. Ўзбекистонда иқтисодий ислохотларнинг чуқурлашиши, модернизация қилиниши ва иқтисодиётни либераллаштирилиши.
2. Тижорат фаолияти фанининг келиб чиқиши.
3. Тижорат фаолияти фанининг услуги ва мақсади.

1. Ўзбекистонда иқтисодий ислохотларнинг чуқурлашиши, модернизация қилиниши ва иқтисодиётни либераллаштирилиши.

Ўзбекистонда борган сари иқтисодий ислохотлар чуқурлашиб, бозор муносабатлари асосида янги мустақил миллий иқтисодиётни барпо этиш жараёнлари тезлашмоқда.

Мустақилликнинг дастлабки йилларидаёқ мамлакатимизда туб иқтисодий ислохотларни амалга оширишнинг ўзига хос йўли танланди. Бу йўл Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримов томонидан ишлаб чиқилган бешта асосий тамойилда ўз аксини топган бўлиб, бозор иқтисодиётига ўтишнинг сиёсий ва ижтимоий ларзаларсиз, босқичма-босқич тараққиётни таъминлаб боришни назарда тутади. Бу йўл МДХ давлатлари орасида биринчи бўлиб Ўзбекистонда ўтиш даврининг ўзининг иқтисодий барқарорликни таъминлабгина қолмай, мамлакатни иқтисодий ўсиш сари олиб чиқди, келгусида халқ хўжалигининг янада жадалроқ ривожланиши учун мустаҳкам замин яратади.

Маълумки, Ўзбекистон Республикаси мустақилликка эришгандан сўнг жаҳон иқтисодиётига қўшилишдан кейин янги жараён бошланди. Мустақилликдан олдинги йиллар мобайнида иқтисодий сиёсатда йўл қўйилган хато камчиликлар ёш давлатимизнинг ҳозирги кун ҳаракатларига тусиқ ва муаммолар келтириб чиқарди, республика халқ хўжалиги таркибида чуқур ўзгаришлар олиб келди, ишлаб чиқаришнинг ўсиши ресурс имкониятлари билан чекланиб қолди, ижтимоий омиллар эътиборга олинмади, ишлаб чиқариш тармоқлари назардан четда қолиб кетди, умуман иқтисодий тараққиёт мувозанациз тарзда кечди. Атрофлича олганда эса, бозорга давлат йўли билан таъсир ўтказиш шакли ҳукумрон бўлиб қолган эди. Бу муаммоларни ҳал қилиш учун эса бозорнинг ўзини-ўзи бошқаришга имкон берувчи норма ва қоидаларга таянган ҳолда иқтисодий сиёсат олиб бориш зарур бўлди.

Шу сабабли давлатимизда бозор иқтисодиётига ўтиш ҳаракатлари ва чуқур ижтимоий-иқтисодий ислохотлар 1990 йилданоқ бошлаб юборилди, туб иқтисодий ислохотларни амалга оширишнинг ўзига хос йўли танлаб олинди. Аста-секинлик билан республикамиз Президенти томонидан, иқтисодиётимиз таркиби ҳамда жаҳон тажрибаларини ҳисобга олган ҳолда бозор иқтисодиётига ўтишнинг ўзига хос миллий модели ишлаб чиқилди. Бу модел бешта асосий тамойилга асосланган бўлиб, бунда асосий мақсад барқарор бозор иқтисодиётига, очиқ ташқи сиёсатга эга бўлган кучли демократик ҳуқуқий давлатни ва фуқаролик жамиятни барпо этишдир.

Президентимизнинг “Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси”да белгилаб берилган олти та энг муҳим ва устувор йўналиш мустақил Ўзбекистонни тадрижий ривожлантиришда тарихий аҳамиятга эга.

Ушбу концепцияда демократик бозор ислохотларини янада либераллаштириш ва чуқурлаштириш, мамлакат иқтисодиётини ривожлантиришнинг барқарор юқори суръатларини ҳамда бу борада эришилган мислсиз ютуқларни янада мустаҳкамлаш

юзасидан кенг қўламли ва аниқ мақсадларга қаратилган навбатдаги бир қатор муҳим вазифалар белгилаб берилган.

Айтиш жоизки, мамлакатимиз мустақиллигининг илк йиллариданоқ бошланган тадбиркорлик ва кичик бизнесга кенг йўл очиш ва ушбу соҳани ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш, хусусий мулкни ҳимоя қилиш каби масалалар навбатдаги босқичда ҳам устувор вазифа этиб белгиланган. Буни эса, изчиллик ва қатъиятлилиқ билан босқичма-босқич амалга ошириб келинаётган ўзимизга хос тараққиёт йўли – “Ўзбек модели”нинг нақадар тўғри танланганининг амалдаги яна бир исботи десак, муболаға бўлмайди.

Давлатимиз раҳбари томонидан мазкур концепцияда қатор янги қонунлар, шунингдек, баъзи бир амалдаги қонунларнинг янги таҳририни ишлаб чиқиш, қўллаб қонун ҳужжатларига қатор ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш юзасидан аниқ таклифлар билдирилди. Ушбу таклифларнинг қўпчилиқ қисми бевосита демократик бозор ислохотларини янада либераллаштиришни чуқурлаштиришга оиддир. Бу эса ўз навбатида Олий Мажлис Қонунчилик палатаси депутатлари олдига қонун ижодкорлиги соҳасида янги-янги вазифалар қўймоқда.

Шундан келиб чиқиб, шу бугунгача “Рақобат тўғрисида”, “Кредит бюrolари фаолияти ва кредит ахбороти алмашуви тўғрисида”, “Гаров реестри тўғрисида”, “Риэлторлик фаолияти тўғрисида”, “Инвестиция ва пай фондлари тўғрисида”, “Инновациялар ва иқтисодиётни модернизация қилиш тўғрисида”ги қатор янги қонунларни ишлаб чиқилиши ва қабул қилиниши, шубҳасиз, мамлакатимизда демократик бозор ислохотларини ва иқтисодиётни либераллаштиришни чуқурлаштириш борасида янада улкан силжишлар рўёбга чиқиши учун мустаҳкам ҳуқуқий асос бўлиб хизмат қилади.

Биринчи навбатда, хусусий мулкнинг ҳуқуқ ва ҳимоясини мустаҳкамлаш, ҳар қайси хусусий мулкдор қонуний йўл билан қўлга киритган ёки яратган ўз мулкнинг дахлсизлигига асло шубҳа қилмаслигини таъминлайдиган ишончли кафолатлар тизимини, яъни ҳуқуқий асосларни яратиш мақсадга мувофиқдир. Жумладан, “Хусусий мулкни ҳимоя қилиш ва мулкдорлар ҳуқуқларининг кафолатлари тўғрисида”ги қонунни ишлаб чиқиш ва қабул қилиниши, ўз навбатида тадбиркорлар фаолиятига хорижий инвестициялар киритишни жадал ривожлантиришга, уларнинг ишлаб чиқариш фаолиятини кенгайтиришга, маҳсулот ҳажми ва олаётган даромадини кўпайтиришга, ўз мулкига ўзи эгалик қилиши, фойдаланиши ҳамда эркин тасарруф этишига хизмат қилади. Шу билан бирга, бозор иқтисодиётининг негизи ҳисобланган хусусий мулкка нисбатан давлат томонидан берилаётган асосий кафолатларни мустаҳкамлайди.

Айни пайтда “Тадбиркорлик фаолияти соҳасида рухсат бериш тартиб-қоидалари тўғрисида”ги қонунни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш демократик бозор ислохотларини ва иқтисодиётни либераллаштиришни янада чуқурлаштириш жараёнида муҳим аҳамият касб этади.

Демократик бозор ислохотлари ва иқтисодиётни янада либераллаштиришни чуқурлаштиришнинг ташкилий-ҳуқуқий механизмларини такомиллаштириш борасида сўз юритар эканмиз, мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни кенгайтириш учун бизнеснинг янги ташкилий-ҳуқуқий шакли сифатида оилавий бизнесни янада ривожлантириш ҳамда унинг ҳуқуқий механизмларини ишлаб чиқилиши ҳам мақсадга мувофиқ эканлигини таъкидлаш ўринлидир.

Бугунги кунда юртимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик асосан, савдо-сотиқ, хизмат ва алоқа соҳасида, қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлаш бўйича кўпроқ ривож топмоқда.

Айни пайтда илғор илм-фан ютуқларига асосланган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш орқали, саноатда, юқори технологияларни талаб этадиган замонавий ишлаб чиқариш тармоқларини ташкил этишда, инновацион ва нанотехнологиялар, фармакология ва фармацевтика, ахборот-коммуникация тизими, биотехнология, муқобил энергетика турларидан фойдаланиш тобора ривожланиб бормоқда.

Бу борада 2011 йил 24 августда эълон қилинган Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни янада ривожлантириш учун қулай ишбилармонлик муҳитини шакллантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаолиятини янада ривожлантириш учун қулай муҳит ва кенг имкониятлар яратишда жуда катта амалий аҳамият касб этиб, шу орқали мамлакатимизда аҳоли турмуш фаровонлигини янада юксалтиришга хизмат қилаётир.

Ўзбекистонда монополистик фаолиятни тартибга солиш тизимини янада такомиллаштириш, рақобат муҳитини изчил ривожлантириш, табиий монополиялар корхоналари фаолиятини назорат қилишни кучайтириш ва хўжалик юритувчи субъектлар томонидан нархларнинг асоссиз оширилишига йўл қўймаслик, рақобат ва унинг ҳуқуқий корхонасини такомиллаштириш иқтисодиётни модернизация қилиш ва либераллаштириш шароитида асосий вазифадир.

Бозор муносабатларининг асоси сифатида рақобатни ривожлантириш бўйича мамлакатимизда юртбошимиз бошчилигида улкан ишлар амалга оширилди. Шу ўринда қайд этиш жоизки, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 26 февралдаги “Монополияга қарши ишларни тартибга солиш ва рақобатни ривожлантириш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4191-сонли Фармони билан монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш ишларига бугунги кун ривожланиш реаллигидан келиб чиққан ҳолда тизимга янги талаблар қўйилди. Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш, рақобат ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш давлат қўмитаси Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш ва рақобатни ривожлантириш давлат қўмитаси этиб қайта ташкил қилинди.

Айни пайтда, монополияга қарши ишларни тартибга солиш тизимини, рақобат муҳитини изчил ривожлантиришнинг ҳуқуқий корхонасини такомиллаштирилиши, иқтисодиётни модернизация қилиш ва либераллаштириш талаблари, давлат ҳокимияти ва бошқаруви органларининг назорат вазифаларини қисқартирилиши, шунингдек изчил ривожланиб бораётган тадбиркорлик субъектларининг иқтисодиётдаги муносабатлари монополияга қарши қонунчиликни янада такомиллаштириш заруриятини белгилаб берди. Зеро, сўнгги йилларда иқтисодиётимизнинг жаҳон иқтисодиётига интеграциялашувининг кучайиши, бозорда турли молиявий, иқтисодий ҳамда мулкый муносабатларнинг янги шакллари ривожланиши натижасида бозор қўйган талабларни, яъни шаклланган муносабатларни тартиб солиш зарурияти юзага келмоқда. Бошқача айтганда, ҳозирда монополистик фаолиятни нафақат товар бозорларида, балки молия бозорларида, қимматли қоғозлар бозорида, биржа савдоларида ҳам чеклаш чораларини кўришни давлатимизнинг иқтисодий ривожланиш даражаси ҳам талаб этмоқда.

Шу маънода, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг 2012 йил 12 ноябрда бўлиб ўтган қўшма мажлисидаги “Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси” номли марузасида “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қонун бугунги кунда эскиргани ва замон талабларига жавоб бермай қолганлиги, шу билан бирга “Рақобат тўғрисида”ги янги қонунни ишлаб чиқиш ва қабул қилиш зарурлиги илгари сурилди. Ушбу қонунда монополистик фаолиятни нафақат товарлар бозорида, балки молия бозорларида ҳам тартибга солишни назарда тутиш лозимлиги, шунингдек, биржа савдоларида ҳам монополияга қарши механизмларни, аксияларни сотиб олиш, қўшиш ва бирлаштириш битимларини тартибга солиш ва назорат қилиш тартиб-қоидаларини соддалаштириш бўйича нормаларни ушбу қонунга киритиш мақсадга мувофиқлиги қайд этилди.

Ислохотларнинг дастлабки босқичида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни, бозор инфратузилмасини, импорт ўрнини босувчи товарлар ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқилган бўлса, ислохотларнинг бугунги босқичида ишлаб чиқарувчиларни халқаро бозорларга чиқишини таъминлаш, самарали товар тарқатиш каналларини шакллантиришга эътибор кучаймоқда. Бунинг асосий сабабларидан бири сифатида мамлакатимизнинг асосий макроиктисодий кўрсаткичларидан бири бўлган моддий-товар бойликларни ишлаб чиқариш, хусусан саноат маҳсулотлари, истеъмол товарлари ва қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ишлаб чиқариш йилдан-йилга ошиб бормоқда. Бу эса яратилаётган моддий-товар бойликларни самарали тарқатиш тизимини йўлга қўйишни талаб қилмоқда. Агар яратилаётган моддий-товар бойликлар ўз вақтида тарқатилмаса, товар захиралари меъёридан ортиб, ижтимоий тақдор ишлаб чиқаришга жиддий салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Мамлакатимизда 2007-2011 йилларда яратилган саноат маҳсулотлари, истеъмол товарлари ва қишлоқ хўжалик маҳсулотлари ҳақидаги маълумот 1-жадвалда келтирилган.

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, мамлакатимизнинг асосий макроиктисодий кўрсаткичларидан ҳисобланган саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш 2011 йилда 41655,9 млрд. сўмни ташкил этган бўлиб, бунда таркиб жиҳатдан 7298,0 млрд. сўмлик ёқилғи саноати маҳсулотлари, 6714,0 млрд. сўмлик машинасозлик ва металлни қайта ишлаш, 5814,1 млрд сўмлик озиқ-овқат саноат маҳсулотлари, 5629,6 млрд. сўм енгил саноат маҳсулотлари асосий ўринни эгалламоқда. Шунингдек, 2011 йилда 14926,3 млрд. сўмлик истеъмол товарлари ишлаб чиқарилиб, шундан 8317,4 млрд. сўмлик ноозиқ-овқатлар, 6608,9 млрд. сўмлик озиқ-овқатлар, 19633,6 млрд. сўмлик қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, шундан 11347,4 млрд. сўмлик деҳқончилик маҳсулотлари, 8286,2 млрд. сўмлик чорвачилик маҳсулотлари ишлаб чиқарилган.

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасида 2007-2011 йилларда яратилган товар-моддий бойликлар

(млрд. сўм)

№	Кўрсаткичлар	Йиллар				
		2007	2008	2009	2012	2011
1.	Саноат маҳсулотлари	18447,6	23848,0	28387,3	34499,1	41655,9
	Шу жумладан электроэнергетика	1738,9	2047,4	2479,6	2795,4	3349,3

	ёқилғи	3266,2	4759,6	6033,6	6845,7	7298,0
	қора металлургия	450,8	695,6	677,6	829,8	1084,0
	рангли металлургия	2895,1	2976,6	3266,5	3766,9	4324,7
	кимё ва нефт-кимё	875,0	1211,7	1346,9	1768,7	2283,9
	машинасозлик ва металлни қайта ишлаш	2839,4	3840,2	4615,9	5547,0	6714,0
	ёғочни қайта ишлаш ва селлюлоза-қоғоз	168,4	232,7	299,4	351,2	447,1
	қурилиш материаллари	962,6	1199,4	1405,6	1677,4	2188,6
	енгил	2532,8	2993,8	3436,0	4593,1	5629,6
	озик-овқат	1715,7	2554,2	3235,7	4406,4	5814,1
	бошқалар	1002,7	1336,8	1590,5	1917,5	2522,6
2.	Истеъмол товарлари	5478,1	7503,7	8990,4	11780,5	14926,3
	Шу жумладан озиқ-овқат маҳсулотлари	2093,9	3036,3	3729,8	4917,6	6608,9
	нооziқ-овқат маҳсулотлари	3384,2	4467,4	5260,6	6862,9	8317,4
3.	Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари	9304,9	11310,7	13628,6	16774,7	19633,6
	Шу жумладан деҳқончилик	5170,1	6400,1	8089,0	10023,0	11347,4
	чорвачилик	4134,8	4910,6	5539,6	6751,7	8286,2

Демак, Республикамизда қисқа муддат ичида товарлар бозори шаклланиб, товар-моддий бойликлар оқими вужудга келди. Айниқса маҳаллийлаштириш дастурини қабул қилиниши истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни ривожланишига олиб келди.

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохатлар натижасида чакана товар айланмасида ҳам таркиб ва миқдор жиҳатдан катта ўзгаришлар бўлмоқда.

2-жадвал

Чакана товар айланмасининг таркиби (2012 йил 1 январ ҳолатига)¹

	млрд. сўм	2012 йилга нисбатан фоиз ҳисобида	Умумий ҳажмга нисбатан фоиз ҳисобида
Жами	28357,0	116,4	100,0
савдо корхоналари	11342,0	107,3	40,0
бозорлар	17015,0	123,3	60,0
улардан:			
буюм бозорлари ва ихтисослаштирилган бозорлар	5744,6	108,0	20,3

¹ Ўзбекистон Республикасининг статистика ахборотномаси

	млрд. сўм	2012 йилга нисбатан фоиз ҳисобида	Умумий ҳажмга нисбатан фоиз ҳисобида
деҳқон (озик-овқат) бозорлари	11270,4	133,0	39,7

Авваламбор, товар бозорларидаги муносабатларни молия хизматлари бозоридаги муносабатлардан фарқини аниқлаштириш лозим. Зеро, товар бозорларида сотиш ёки алмаштиришни мақсад қилувчи фаолият маҳсуллари бўлмиш маҳсулотлар, товарлар айланади. Молия хизматлари бозорида эса муносабатлар объекти бўлиб молия хизматлари намоён бўлади. Яъни, молия хизматлари пул маблағларини жалб этиш ва фойдаланиш билан боғлиқ фаолият ҳисобланиб, ушбу туркумга банк хизматлари, суғурта хизматлари, қимматли қоғозлар бозорининг профессионал иштирокчилари томонидан кўрсатиладиган хизматлар киришини таъкидлаш жоиз.

Шунингдек, мазкур муносабатлар субъектлари бўйича ҳам фарқланади. Жумладан, товар бозорларида хўжалик юритувчи субъектлар иштирок эца, молия бозорларида эса молия ташкилотлари иштирок этади. Бошқача айтганда, молия ташкилотлари товар бозорларидаги хўжалик юритувчи субъектлардан фарқли ўлароқ улар махсус ҳуқуқ лаёқатга эга бўлиб, фаолиятини лицензиялар асосида олиб борадилар. Хусусан, банклар, суғурта компаниялари, лизинг компаниялари, кредит уюшмалари, микрокредит ташкилотлари, молия ташкилотлари ҳисобланади.

Ўзбекистонда демократик ҳуқуқий давлат барпо этиш ва адолатли фуқаролик жамиятини шакллантириш борасида Президентимизнинг ташаббуси, ғоялари ва узоқни кўзловчи оқилона сиёсати натижасида бекиёс ютуқларга эришилди. Бугунги кунда Ўзбекистон дунёдаги тараққий этган давлатлар қаторидан ўзига хос ва ўзига мос ўрин эгаллади, жаҳон сиёсий майдонида йирик сиёсатдонлар билан эркин мулоқот, баҳс-мунозараларда қатъий нуктаи назарини баён этиб, хорижликларнинг эътиборини тортмоқда.

Хусусан, дунёда иқтисодий танглик, яъни жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози ҳукм сураётган бир пайтда давлатимиз раҳбари томонидан ишлаб чиқилган, моҳиятан жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозининг мамлакатимизга салбий таъсирини камайитиришга хизмат қилаётган Инқирозга қарши чораларнинг 2009-2012 йилларга мўлжалланган дастури муваффақиятли амалга оширилаётгани натижасида ўтган йили ҳамда жорий йилнинг биринчи ярмида юртимиз иқтисодиётида барқарор ўсиш кузатилди.

Шу ўринда қайд этиш жоизки, дунёдаги иқтисодий жиҳатдан кучли давлатларнинг сиёсатчилари томонидан, масалан, катта йигирмалик саммитида инқироздан эсон-омон қутулиш йўллари изланаётган бир пайтда шу йилнинг 12-13 апрел кунлари Тошкент шаҳрида бўлиб ўтган, дунёнинг 46 давлатидан 400 нафардан ортиқ давлат ва жамоат арбоблари, ишбилармон ҳамда экспертлар, шунингдек, БМТ ва унинг таркибига кирувчи тузилмалар, Халқаро валюта жамғармаси, Жаҳон банки, Осиё тараққиёт банки, Ислон тараққиёт банки, ЙеврАзЕС каби йирик халқаро ташкилотлар ҳамда молия институтлари вакиллари иштирок этган «Инқирозга қарши чоралар дастурларининг самарадорлиги ва инқироздан кейинги ривожланишнинг устувор йўналишлари (Ўзбекистон мисолида)» мавзуидаги халқаро илмий-амалий конференцияда ривожланишнинг «Ўзбек модели» асосида барқарор иқтисодий

ривожланиш билан боғлиқ Ўзбекистон тажрибаси жаҳон миқёсида эътироф этилганига яна бир марта гувоҳ бўлдик.

Шунингдек, Ўзбекистонда барқарор иқтисодий ўсиш, жадал ривожланиш жараёни давом этаётгани халқаро миқёсда эътироф этилганини шу йилнинг май ойида ватанимиз пойтахтида ўз ишини муваффақиятли якунлаган халқаро анжуман — Осиё тараққиёт банки бошқарувчилар Кенгашининг 43-йиллик мажлисида билдирилган фикрлар ҳам яна бир марта тасдиқлади. Зеро, Осиё тараққиёт банки президенти Ҳарухико Куроданинг фикрига кўра, Ўзбекистон Осиё тараққиёт банкининг минтақадаги етакчи ҳамкори ҳисобланади. Бу борадаги алоқалар янада мустаҳкамланиб борапти. Яъни келажакда энергетика, йўлсозлик, сув хўжалиги ва кичик бизнес сингари соҳалар учун инвестициялар киритилиши мўлжалланаётгани бунинг яққол далилидир.

Эътиборли жиҳати шундаки, анжуман иштирокчилари Ўзбекистон иқтисодиётининг ҳозирги ривожланиш даражаси глобал инқироз шароитида асосий иқтисодий кўрсаткичлар ва иқтисодий ўсиш суръатларининг барқарорлиги билан кўплаб давлатларга ўрнатилган бўлади, деган яққол хулосага келишди.

Ўзбекистоннинг халқаро ташкилотлардаги фаол иштирокини 2012 йилнинг 10-11 июн кунлари ШХТнинг Тошкент шаҳрида бўлиб ўтган саммити ва унда қабул қилинган қатор муҳим ҳужжатлар ҳам тасдиқлайди. Саммит иштирокчилари Ўзбекистон Республикасининг ШХТга раислик давридаги фаолиятига юксак баҳо бериш баробарида Ўзбекистон ШХТнинг халқаро алоқаларини ривожлантириш, ҳуқуқий асосларини мустаҳкамлаш, ШХТ хартиясидаги мақсадлар, вазифалар ва тамойилларга мувофиқликни сақлаган ҳолда хавфсизлик ва барқарорликни таъминлаш билан боғлиқ ташаббусларни ишлаб чиқиш ва уларни ҳаётга татбиқ этиш орқали ташкилот фаолиятининг самарадорлигини оширишга катта ҳисса қўшганини алоҳида таъкидлашди.

Шу йилнинг июн ойида Қирғизистоннинг Ўш ва Жалолобод ҳудудларида рўй берган хунрезликлар натижасида юз минглаб қочоқларни Андижон вилоятида жойлаштириш, уларга ҳукуматимиз ва юртимиз аҳолиси томонидан меҳр-муруват, инсонпарварлик ва бағрикенглик кўрсатилгани тўғрисидаги халқаро ташкилотлар юборган миннатдорчилик мактублари ва хорижлик экспертларнинг ОАВ орқали билдирилган фикрлари ҳам Ўзбекистонда умуминсоний ва миллий кадриятларни юксалтиришга алоҳида эътибор қаратилаётганининг яққол далилидир.

Енг асосийси, Ўзбекистон Марказий Осиё давлатлари орасида ўз салоҳиятига эга эканлигини намоён этмоқда. Шу ўринда, ҳўш, жаҳондаги глобаллашув жараёнига Ўзбекистоннинг қисқа муддатда уйғунлашувининг асосий сабаблари нималардан иборат деган табиий савол туғилади. Фикримизча, бу ҳол йигирма биринчи асрга — ўта мураккаб ва таҳликали даврга хос долзарб муаммоларни ҳал этишда жамият ва давлатни демократлаштириш, ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий соҳаларни либераллаштириш борасида тадрижий тарзда амалга оширилган изчил ислохотлар, айниқса, юртимизда янгича мазмун-моҳиятга эга бўлган очиқ фуқаролик жамияти институтларини яратиш, бу институтларнинг давлатни бошқариш механизмлари устидан жамоатчилик назоратини ўрнатишга эришиши учун барча ҳуқуқий асослар яратилгани билан изоҳланади.

Айтиш керакки, авваламбор, халқимиз миллий мустақиллигини осонлик билан қўлга киритгани йўқ. Бунинг учун кўплаб тўсиқларни енгиб ўтишга, ҳатто қурбонлар беришга тўғри келди. Ўтган асрнинг тўқсонинчи йиллари бошида собиқ Иттифоқнинг

тоталитар, якка ҳокимликка асосланган тузуми ич-ичидан нураб, иқтисодий жиҳатдан таназзулга юз тутган эди.

Иккинчидан, узоқ вақт давом этган якка ҳукмронлик халқнинг тафаккурига ўзининг салбий таъсирини кўрсатмай қолмади. Бунинг оқибатида маънавиятда бўшлиқ пайдо бўлган эди. Мустақилликка эришганимиздан сўнг ўтиш даврига хос қийинчиликларни енгиш, «шок терапияси»сиз тадрижийлик асосида босқичма-босқич ривожланиш борасида аниқ мақсадга йўналтирилган ислохотлар амалга оширилгани боис жамият ва давлатни уйғун тараққий эттиришнинг ҳуқуқий асослари яратилди.

Айниқса, Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг қабул қилиниши юртимизда демократик ҳуқуқий давлат барпо этишнинг мустаҳкам заминини яратди. Шундан сўнг Конституциямиз асосида қабул қилинган юзлаб қонунлар ва қонуности ҳужжатлари ислохотлар жараёнини йилдан йилга тезлаштирди ва 2000 йилга келиб, изчиллик билан амалга оширилаётган ислохотлар самара бера бошлади.

Айтиш керакки, истиқлолимизнинг биринчи ўн йиллик даврида янги ҳаёт, янги жамият барпо этиш борасида асрларга тенг тарихий йўлни босиб ўтиб, юртимизда ўзимизга мос ва ўзимизга хос мустақил ривожланиш, яъни тараққиётнинг «Ўзбек модели»ни яратиб, жаҳон ҳамжамятида муносиб обрў-еътибор қозондик.

Шундан сўнг юртимизда фаол демократик янгиланишлар ва мамлакатни модернизация қилиш даври билан боғлиқ жараёнлар бошланди. Мамлакатимиз тараққиёти билан боғлиқ иккинчи босқичда иқтисодиётни барқарор ривожлантириш, сиёсий ҳаётни, қонунчилик, суд-ҳуқуқ тизимини ва ижтимоий-гуманитар соҳаларни изчил ислох этишни янада чуқурлаштириш, умуман олганда, жамиятни янада демократлаштириш ва либераллаштиришга алоҳида эътибор берилди.

2. Тижорат фаолияти фанининг келиб чиқиш тарихи.

Тижорат фаолияти фани янги фан бўлиб, ўзининг келиб чиқиш тарихига эга. Умумий қонуният шундан иборатки, иқтисодиётнинг ривожланиши билан фанлар тараққий этади, янги-янги шахобчалари таркиб топади ва мазмуни кенгаяди. Биринчи марта 1939 йилда Савдо иқтисодий фанидан савдони ташкил этиш ва техникаси фани мустақил равишда ажралиб чиқди. Савдонинг ривожланиши таъсири остида 1960 йилга келиб савдони ташкил этиш ва техникаси фани иккита фанга бўлинган:

- савдони ташкил этиш;
- савдо техникаси.

Иқтисодий ислохотлар даврида фанларнинг йўналиши бир мунча ўзгариб халқаро стандартларга мос номлар билан ўзгартирилди ва шу даврга келиб савдо технологияси фани иккита фанга бўлиниб, уларнинг номи «Савдо логистикаси» ва «Тижорат фаолияти» фанига бўлинди. Тижорат арабча сўз бўлиб «савдо-сотик» деган маънони билдиради, савдо билан шуғулланувчи шахсни «тожир» деб атайдилар.

Коммерсия сўзи лотинча бўлиб савдо-сотик деган маънони билдиради. Тижорат сўзи 1925 йилларгача ишлатилиб келинган. 1960 йилдан кейин иқтисодий ислохотлар даврида тижорат сўзи аста-секин юзага чиқа бошлади. Ўша вақтнинг таърифига биноан тижорат улгуржи товар ҳарид қилишда бажариладиган айрим ишлардан иборатдир деб қарарди, яъни талабни ўрганиш, ҳарид қилиш, сотиш жараёнларини ўз ичига олар эди.

Тижорат фаолиятига берилган таъриф бирмунча чекланган бўлиб тизимнинг характерига мос эди. Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида тижорат фаолияти тушунчаси кенг маънони билдиради. Тижорат фаолияти фақатгина савдо соҳасига хос эмас, балки иқтисодиётнинг ҳамма соҳаларида тижорат фаолияти учрайди,

телевидениеда, спортда, ишлаб чиқаришда, соғлиқни сақлашда, санъатда ва ҳоказоларда.

Машҳур инглиз олими Гилбарг «Тижорат» деб фойда олиш мақсадида олиб бориладиган ҳар қандай фаолиятдир деб атайди.

«Тижорат асослари» китобида Осипова Л.В. шундай таъриф беради: «Тижорат фаолияти – бу талабни қондириш ва фойда олиш мақсадида товар харид қилиш ва сотишда бажариладиган жараёнлар мажмуасидан иборатдир» деб айтади. Тижорат фаолияти бу савдо соҳасига мослаштирилган бўлса, у ҳолда кенг маънода жамиятдаги олди-сотди ва хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган муносабатлар мажмуасидан иборатдир. Тижоратнинг асосий субъекти бўлиб ишлаб чиқарувчилар, воситачилар, истеъмолчилар ҳисобланади.

Тижорат ана шу субъектларнинг ўзаро муносабатларини билдиради ёки субъектларнинг бозордаги фаолиятини билдиради.

3. Тижорат фаолияти фанининг предмети, услуги ва вазифалари.

Тижорат фаолияти фанининг асосий предмети бу олди-сотди билан боғлиқ бўлган муносабатлардир. Ўрганиш жараёнида фан қуйидаги услублардан кенг фойдаланади:

- иқтисодий математик услуб;
- таққослаш;
- таҳлил қилиш;
- моделлаш;
- уддабуронлар ўйини.

Тижорат фаолияти фани кўпгина фанлар билан алоқада бўлиб, бир-бирини тўлдириб тўради. Айниқса ҳуқуқ фани, тижорат, логистика, менежмент фанлари билан яқин алоқада бўлади.

Тижорат фаолияти фанининг асосий мақсади олди-сотди ва харид қилишдаги муносабатларнинг умумий тартиб қоидаларини ўргатиш, такомиллаштириш йўллари тингловчига етказишдан иборатдир.

Тижорат фаолият фанининг асосий мазмуни бўлиб дастурда келтирилган 15 та мавзудан иборатдир, яъни тижорат категориялари, принциплари, тижорат корхоналари, харид қилиш муносабатлари, сотиш услублари, хизмат кўрсатишни ташкил этиш, биржа фаолияти ва ҳоказолардан иборат.

Тижорат фаолияти фанининг асосий вазифаси тижоратни ташкил этишни ўрганишдан иборат. Демак, вазифалари ҳам анна шундан келиб чиқади:

- савдо корхоналари иқтисодий мустақилликка эришди, омад ҳам, ҳаражат ҳам ўзиники. Анна шундан келиб чиқадиган вазифалар;
- марказлашган бозор қоидалари арҳам топди ва ўрнига савдо ва ишлаб чиқариш корхоналардаги шартномалар тизими вужудга келди;
- ўзгармас доимий улгуржи ва чакана баҳолар савдо чегермалари ва қўшимчалари ўрнига эркин баҳолар тизими вужудга келди.

Ана шундан келиб чиқадиган вазифалар:

- иш ҳақи тўлаш, капитал маблағ сарфлаш, ижтимоий-маданий тадбирларни амалга ошириш каби соҳаларда марказлаштирилган ресурслар ўрнини ҳар бир корхона шахсий ресурслари вужудга келди;
- турли хил шалларга табиий бўлган савдо корхоналари ўртасида эркин рақобат вужудга келди;

- кишлоқ хўжалиги ва чорвачилик маҳсулотларини бозорга чиқариб сотиш билан боғлиқ бўлган вазифалар.

Таянч иборалар: модернизация, бозор муносабатлари, тижорат, тижорат фаолияти, савдо, тадбиркорлик, бизнес.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Ўзбекистонда олиб борилаётган иқтисодий ислохотларнинг ҳозирги босқичи ҳақида маълумот беринг.
2. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида мамлакатимиз макроиқтисодий кўрсаткичларининг ҳолати ҳақида маълумот беринг.
3. Мамлакатимизда савдонинг ҳозирги ҳолати ва ривожланиш истиқболлари.
4. Тижорат фаолияти фанининг пайдо бўлиш тарихи ҳақида гапириб беринг.

Мавзу-2: Тижорат тушунчаси ва вазифалари

Режа:

1. Тижорат тушунчаси, моҳияти.
2. Тижоратнинг вазифалари.

1. Тижорат тушунчаси, моҳияти.

Тижорат – арабча сўз бўлиб, савдо-сотик деган маънони билдиради. Савдо ишлари билан шуғулланувчи шахс тожир деб юритилган.

Тижорат қадим замонлардан буён ҳаммага маълум фаолият бўлиб, жамият ривожланишида, мамлакатлар ўртасида ҳамкорлик ўрнатишда катта рол ўйнаган.

Марказий Осиё, Хитой ва Арабистонда машҳур бўлган ипак йўли бунга мисол бўлади. Шу йўл орқали савдо-сотик ишлари амалга оширилган, карвонлар мунтазам ҳаракатда бўлган.

Марказий Осиё республикаларининг собиқ совет тизимида тижорат сўзи амалдан олиб ташланган, чунки у тақсимлаш марказдан туриб бошқариш, тоталитар тизимга мос кела олмай қолган. Кейинчалик қайта қуриш даврида яна тижорат фаолияти ва сўзи оммага чиқа бошлади. Янги қонунларнинг пайдо бўлиши, давлатнинг мустақил бўлиши тижорат фаолиятини янада тараққиёт эттириш учун кенг йўл очиб берди.

Тижорат тушунчаси ривожланган мамлакатларда кенг маънода қўлланилади, одатда фойда олиш учун олиб бориладиган ҳар қандай фаолиятга тижорат дейилади. Лекин тижорат савдо-сотик ишлари билан боғлиқлигини ҳисобга олсак, унда бу тушунчага бошқачароқ ёндашиш лозим бўлади.

Аввало, тижорат фақат савдода эмас, балки бошқа кўпгина соҳаларда ҳам кенг қўлланилади. Масалан, уни санъат, телевидение, радио, туризм, транспорт, қурилиш, саноат ва бошқа соҳаларда учратиш мумкин бўлгани каби тижорат телевиденияси, тижорат концерти, тижорат туризм ва шунга ўхшашлар мавжуддир. Айтиб ўтилган тармоқларнинг ҳам ўзига хос товари бўлиб улар олди-сотди объекти бўлиб хизмат қилади. Савдода тижорат – бу истеъмол товарлари бозори ваш у билан боғлиқ фаолиятдир. Тижорат фаолияти асосан ўзаро муносабатларни ўз ичига олади. Савдодаги тижорат фаолияти фақатгина савдо соҳаси билан чигараланиб қолмайди, шунинг учун тижоратнинг субъектлари бўлиб фақатгина савдо эмас, балки ишлаб чиқариш ва истеъмол ҳисобланади. Булар эса ўз навбатида савдо ишлари билан ҳам шуғулланади ваш у соҳа билан мулоқатда бўлади. Бундан ташқари ишлаб чиқариш корхонаси арзонроқ хом-ашё сотиб олишга, тайёр маҳсулотни қимматроқ сотишга

интилади. Истеъмолчи эса ўз эҳтиёжини қондириш учун арзонроқ ва сифатли товар сотиб олишга ҳаракат қилади.

Тижорат фаолияти бу фақатгина савдо корхоналари ишининг йиғиндиси эмас, балки бу соҳа билан боғлиқ бўлган тармоқлардаги тижорат ишларини ҳам ўз ичига олади. Шунинг учун тижоратнинг фаолият доираси кенгдир.

Олди-сотди ишлари муваффақиятли амалга ошиши ва янада ривожланиши учун зарур шароит ҳозирлаш, кенг имконият яратиш лозим, бу эса шу жараёнга боғлиқ бўлган хизматни барпо этиш, муносабатларни юқори даражада ташкил этишни талаб қилади.

Бозор иқтисодиёти ривожланган мамлакатларда савдо соҳасидаги хизмат кенг қиррали ва кўп тарқалган. Масалан, қарзга товар сотиш, маълумотларни етказиш, реклама олиб бориш, товарларни истеъмолчиларга етказиб бериш, ҳужжатларни расмийлаштириш ва ҳоказо. Тижорат субъектлари томонидан бир-бирларига ҳамкорлик ва ўзаро ёрдам тариқасида мазмунли хизмат кўрсатилади, айниқса истеъмолчиларга ранг-баранг савдо хизмати таклиф этилади. Бундай фаолият оқибатда товар ишлаб чиқариш, алмашув ва истеъмол қилишни рағбатлантиради ва тезлаштиради. Шунинг учун хизмат муносабатлари ва фаолияти тижоратнинг ажралмас қисми бўлиб ҳисобланади. Олди-сотди жараёни товар танқислиги бўлмаган мамлакатда кенг кўламда хизмациз амалга ошмайди.

Тижорат фаолияти ўзоқ тарихга эга бўлиб товар муомаласи вужудга келган пайтда юзага келган. Инсон маҳсулотни алмаштириш ёки бозорга чиқариш мақсадида ишлаб чиқарган даврда тижорат фаолияти аста-секин вужудга келган ва тараққий этган. Кенг кўламда тижорат фаолияти товар ишлаб чиқариш ривожланган даврида фаолият кўрсатган. Тижорат фаолиятида субъектлар, яъни тижорат қатнашувчилари ўз манфаатларини ҳимоя қилган ҳолда ҳаракат қиладилар ва юқори фойда олиш учун ҳаракат қилинади. Бозор қатнашувчилари қанча кўп бўлса тижорат шунча кенг шаклда амалга ошади.

Тижорат фаолияти ҳамма вақт амалда бўлган. Тижоратни ҳозирги даврда 3 та даврга бўлиш мумкин:

- бозор иқтисодиётига бўлган тижорат;
- бозор иқтисодиётига ўтиш давридаги тижорат;
- бозор иқтисодиёти давридаги тижорат.

Бу даврлар бир-бирлари билан фарқ қилади. Асосан чегараланиши билан, биринчи даврда тижорат чекланган бўлиб, иккинчи даврда қисман чекланмаган тижорат фаолияти эркин бўлиб, давлат бундай фаолиятга тўғридан-тўғри таъсир ўтказмайди. Лекин эгри йўллар билан давлат тижорат фаолиятига таъсир ўтказади ва бошқариб боради.

Учинчи даврни маданийлашган тижорат фаолияти деб баҳоласак ҳам бўлади.

Давлатнинг тижорат фаолиятига таъсир этиш йўллари – солиқлар, божлар, лицензиялар, патентлар.

Тижорат фаолиятига оид бўлган қонунлар ҳам таъсир этади, тартиб қоидалар ҳам таъсир этиш йўллари:

- товарларни сотиш тартиб қоидалари;
- корхоналар тўғрисидаги қонун;
- тадбиркорлик тўғрисидаги қонун;
- кодекслар.

Тижорат фаолияти билан биргаликда нотижорат фаолияти тушунчаси ҳам мавжуд. Нотижорат фаолияти деб фойда олиш мақсадида эмас, балки маълум бир хизмат кўрсатиш мақсадида қилинадиган фаолиятдир. Бундай фаолиятни олиб боровчи субъектларни нотижорат корхоналари дейилади. Шундай қилиб, иқтисодиётни ҳамма тармоқлари билан ҳамкорликда тижорат фаолияти ҳам бозор иқтисодиёти томон ҳаракат қилиб, янги сифат белгиларини ўзида акс эттирмоқда. Корхоналар мустақил фаолият олиб боришларида кенг йўл очилиб, ўзаро хўжалик алоқалари ўрнатишда томонлар манфаатларини ҳисобга олиш, эркин ҳаракат қилишга имкон берадиган қонунлар тизими юзага келди.

2. Тижоратнинг вазифалари

Тижорат фаолияти маълум таркибий қисмга эга бўлиб, яхлит мазмун беради, лекин давр шароитга қараб таркиби кенг ва тор бўлиши мумкин. Бозорга ўтиш даврида тижорат фаолияти қуйидаги таркибий қисмларни ўз ичига олади:

- бозорни ўрганиш, талаб ва таклиф миқдорини, таркибини аниқлаш;
- ассортимент режаларини ишлаб чиқиш, нарх ва сифат сиёсатини олиб бориш;
- ишлаб чиқариш ва истеъмол билан алоқа ўрнатиш;
- сотиб олиш ва сотиш ишларини бажариш;
- ишлаб чиқаришни ва истеъмолни турли йўллар билан рағбатлантириш;
- савдо хизмати ишларини олиб бориш;
- реклама ва ахборот ишларини олиб бориш;
- янги талабни барпо этиш ва қондириш.

Ўз моҳияти билан юқорида келтирилган йўналишлар тижоратнинг асосий функциялари бўлиб ҳисобланади. Бу функциялар ижтимоий-иқтисодий шароитга қараб ўзгариши, янгиланиши мумкин.

Тижорат ўз моҳиятидан келиб чиқиб қуйидаги ижтимоий-иқтисодий функцияларни бажаради:

Биринчидан, товар айрибошлаш шакли сифатида товарлар қийматини айрибошлаш;

Иккинчидан, иқтисодиёт тармоғи сифатида товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга етказиб бериш.

Биринчи функция натижасида товарларни қиймати сотилади, унга сарф қилинган ижтимоий меҳнат қопланади ва қўшимча қиймат вужудга келади.

Иккинчи функция натижасида товарларни истеъмол қиймати истеъмолчиларга етказиладиган, истеъмолчилар томонидан тан олинади, сотилади ва мулк шаклида ўзгаради.

Амалий нуқтаи назардан истеъмол товарларини тақсимоли тугайди.

Тижорат ижтимоий-иқтисодий функцияларни бажариш билан бир қаторда ташкилий-иқтисодий ҳамда техник-технологик функцияларни ҳам бажаради.

Ташкилий-иқтисодий функциялар:

1. таклиф имкониятларини ўрганиш;
2. талаб ва эҳтиёжни ўрганиш;
3. баҳони шакллантириш;
4. товарлар рекламасини ташкил этиш;
5. шартномалар тузиш ва буюртмалар бериш;
6. истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш.

Техник-технологик функциялар:

1. товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга етказишни ташкил этиш (транспорт корхоналари билан алоқа ўрнатиш, товарларни сон ва сифатда қабул қилиш ва ҳ.к.);
2. товарларни сақлаш;
3. товарларни қадоқлаш;
4. товарларни транспорт воситаларига юклаш, тушуриш.

Тижорат ўз функциясига кўра тижорат билан узвий алоқада бўлади. Бозор талабини ўрганиш ва уни қондириш тижоратнинг асосий масаласи ҳисобланади, лекин тижорат фаолиятини бусиз тасаввур қилиш мумкин эмас, чунки улгуржи товар сотиб олиш фақат талабни билган ҳолда амалга оширилади. Бозорга ўтиш даврида, айниқса, бозор даврида реклама ва ахборот, ассортимент, нарх, сифат, савдо хизмати, функциялари кенг куламда олиб борилишини талаб қилади. Бу масалалар ҳозиргача Ўзбекистонда анча орқада қолиб келди, шунинг учун бу хилдаги фаолиятни жонлантириш зарурдир.

Тижоратнинг мазмуни бозор хусусиятларига ва даражасига боғлиқ бўлади. Шунинг учун кейинги йиллардаги тижоратни қуйидаги даврларга бўлиш мумкин: бозоргача, бозорга ўтиш ва бозор давридаги тижорат. Булар асосан чегараланиш, қонуний таъминланиш ва фаолият доираси даражаси билан фарқ қилади.

Бозоргача тижоратда савдо-сотиқ ишларининг кўп томонлари чекланган, корхона ва ташкилотлар эркин ҳаракат қила олмас эдилар.

Бозорга ўтиш даврида тижорат фаолият доираси қисман чекланган, эркин ҳаракат қилиш имкони яратилган, фойда олиш асосий мақсадга айланганлиги билан ифодаланади.

Бозор даврида тижорат учун кенг имкониятлар бўлиб, бозор товарлар билан туйинган, эркин нарх ҳукмрон бўлади.

Савдодаги товар ҳаракатининг бўғунларига қараб улгуржи ва чакана савдодаги тижорат фаолиятига бўлиш мумкин. Улгуржи савдода тижоратнинг айрим функциялари ўзини кучли намоён қилса, чакана савдода эса ассортимент, реклама кенг фаолият кўрсатади.

Таянч иборалар. тижорат, талаб, таклиф, ташкилий-иқтисодий функциялар, ташкилий-технологик функциялар, товарларни сақлаш, қадоқлаш.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Тижорат тушунчасининг мазмунини ёритиб беринг.
2. Тижоратнинг асосий вазифаларини айтиб беринг.
3. Тижоратнинг ижтимоий-иқтисодий функцияларини тушунтириб беринг.
4. Тижоратнинг ташкилий-иқтисодий ва ташкилий-технологик функцияларининг мазмунини ёритиб беринг.

Мавзу-3: Тижоратнинг таркибий қисмлари

Режа:

1. Тижорат тамойиллари.
2. Тижорат категориялари:
 - 2.1. Тижоратда сир сақлаш.
 - 2.2. Тижорат таваккалчилиги.
 - 2.3. Тижоратда рақобат.
 - 2.4. Тижорат вазиятлари
 - 2.5. Тижорат ечимлари.

1. Тижорат тамойиллари.

Тижорат фаолияти олиб боришда маълум қоида ва тамойилларга риоя қилиши керак. Тижорат фаолиятида қуйидаги тамойилларга амал қилиш керак:

- истеъмолчилар манфаатлари бирламчилиги ва устиворлиги;
- ҳаракатда бўлган қонунларга риоя қилиш;
- ўзаро манфаатдорлик;
- ўзаро ёрдам ва ҳамкорлик.

Аввало ишлаб чиқарувчи ва савдо корхоналари имкониятлари истеъмолчилар манфаатларига бўйсиндирилмоғи керак. Агар товар ва хизмат талабга жавоб берса, иқтисод шунча кучли ва муваффақиятли бўлади, шунинг учун бозор талаби бирламчи бўлади. Тижорат фаолиятида ишлаб чиқариш манфаатлари устивор деб ҳисобланади, унда тижорат чайқовчиликка айланади, харидор ҳуқуқи паймол қилинади. Ислом динида тижорат ахлоқи соҳасида ибратли ҳадислар мавжуд.

Ҳарид қилиш жараёнида ўзаро алоқада қатнашувчи томонлар тенг ҳуқуқга эгадир, бу асосий қонунда қайд этилган. Мулкӣ шаклидан қатъий назар тижорат субъектлари мустақил ҳаракат қиладилар, шартномаларда тенг ҳуқуқ билан иштирок этадилар.

Маданийлашган тижорат фаолияти олиб бориладиган мамлакатлар тажрибаси кўрсатадики, олди-сотди муносабатларида ўзаро ҳамкорлик ва ёрдам қилиш муҳим омил ҳисобланади. Савдо корхонасининг ходимлари зарур шароитда ишлаб чиқариш корхоналарига бориб, маслаҳат берадилар, товар сифатини ошириш йўллари кўрстадилар, ишлаб чиқариш корхонасининг мутахассислари дўконларга келиб сотиш технологиясини, сифатини, таркибини тушунтириш ишлари билан шуғулланадилар. Бу эса ишонч ҳосил қилишга ва мустаҳкам хўжалик алоқаларини ўрнатишга ёрдам беради.

Тижорат фаолиятида қонунларга қатъий риоя қилиниши, ахборот ва маълумотлар тўласинча ҳужжатларда акс эттирилиши, даромадни яширмаслик лозим. Қатнашувчи томонлар манфаатларига зид ҳаракат қилмаслик, уларни фойда олиш учун ҳам ҳаракат қилиши шарт.

Истеъмолчи манфаатларининг устиворлиги ва унинг кафолатланиши Конституцияда, бир қанча қонунларда, кодексларда, қоидаларда ўз аксини топган. Истеъмолчи манфаатини ҳимоя қилиш масаласи жуда қадим замонлардан буён мавжуд. Турли динларда ҳам ўз аксини топган.

Шу жумладан, исломда, христиан, яҳудий динларда ҳали истеъмолчиларга ғамхўрлик, уларни ҳимоя қилиш тўғрисида қоидалар мавжуд. Бу қоидалар қуръонда, ҳадисларда, библияда акс эттирилган.

Қуръонда қуйидагича ёзилган: “тўлов ва ўлчовларни тўла-тўқис қилиш, мол айбини ошкора айтиб сотиш, савдода қасам ичишдан сақланиш, мол-маҳсулотни фақат бир нархда сотаман дейишдан ҳоли бўлиш, молларни яшириб қўйиш”.

Тижорат фаолиятида содир бўладиган жараёнлар қабул қилиш, жўнатиш, ҳисоб-китоб қилиш, солиқлар тўлаш, маошлар бериш, корхона очиш ва ёпиш амалдаги қонунларга мувофиқ олиб борилиши шарт.

Тижорат фаолиятининг энг муҳим томонларидан бири бу ўзаро алоқада бўлган корхоналар бир-бирларига техникавий, молиявий, технологик ва бошқа йўналишларда бир-бирларига ёрдам беришдир. Ривожланган мамлакатларда савдо компаниялари ишлаб чиқариш компаниялари билан ўзаро ёрдам асосида иш олиб борадилар. Имтиёзли қарзлар бериш, ахборотлар бериш, маслаҳатлар ишлари кенг авж олган.

2.1. Тижоратда сир сақлаш.

Жамият ривожланишининг бугунги босқичида ахборотнинг ўрни ва роли нихоят даражада салмоқли бўлиб бормоқда. Бунга биринчи навбатда, эндиликда маълум қийматга, янгилик хусусиятига эга бўлган ахборотга эгалик қилувчи шахслар бошқаларга маълум даражада таъсир ўтказа олиш қобилиятига эга бўлишлари сабаб бўлади. Шунинг учун ҳам бугунги ахборот асрида ахборотнинг ўрни ва ижтимоий муносабатлардаги роли кескин даражада ошиб кетганини кўришимиз мумкин. Бу шунга олиб келдики, эндиликда “индустриал” жамиятлар секин асталик билан “ахборот” биринчи ўринда бўлган жамиятларга айланиб бормоқда, бу жараён ахборот билан боғлиқ муносабатларни биринчи навбатдаги масалага айланишига олиб келмоқда.

Ҳозирги кунда нафақат тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш давомида, балки бошқа йўналишдаги фаолиятларда ҳам тўғри, янги ва долзарб ахборотга эгалик қилиш муваффақиятли ишнинг ажралмас қисми ва кафолати сифатида кўрилмоқда. Бу нарсани ривожланган мамлакатлар ялпи ички маҳсулотининг қарийб тўртдан бир қисми интеллектуал фаолият билан боғлиқ манбалардан таркиб топиши, ахборотнинг нақадар катта қийматга эга бўлиб бораётганини кўришимиз мумкин.

Информацион технологиялар ривожланиши шароитида тижорат қийматига эга бўлган ахборот тадбиркорлик фаолиятида товар ҳарактерига эга бўлиб бормоқда, шу билан бирга тижорат фаолиятидаги ва амалдаги қонунчиликдаги аҳамиятини ортириб бормоқда. Собиқ Иттифок даврида иқтисодий фаолият тўлиқ равишда давлат ихтиёрида бўлганлиги сабабли, қонунчиликка тижорат фаолияти ва у билан боғлиқ институтлар маълум бўлмаган эди. Мамлакатимиз сиёсий ва иқтисодий ривожланишнинг янги босқичига чиқиши муносабати билан, тадбиркорлик ва рақобат тижорат фаолиятида биринчи даражали аҳамиятга эга бўлиши билан тижорат сири ходисасини назарий жиҳатдан асослаш ва қонунчиликда мустаҳкамлаш долзарб масалалардан бирига айланиб қолди.

Тижорат сири тушунчасини шакллантириш учун унинг махфий ахборотлар билан ўзаро нисбати ва алоқасини ўрганиб чиқиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Чунки муайян ходисани тўлиқ ва ҳар томонлама ўрганганиб чиқиш учун биринчи навбатда, у билан яқин, боғлиқ бўлган жиҳатларни ўзлаштиришдан бошланади.

Ўзбекистон Республикаси Конституция, бир қатор қонун ҳужжатлари ва халқаро даражадаги ҳужжатларга мувофиқ шахсларнинг ахборотни излаш, олиш ва тарқатиш

хуқуқлари мустаҳкамланган. Махфий ахборотлар эса бир қарашда шахсларнинг бу хуқуқларини чеклагандай кўринсада, бундай ахборотларнинг алоҳида аҳамияти сабабли ва бевосита жамият аъзоларининг манфаатларини кўзлаган ҳолда уларнинг муомаласида махсус тартиб ўрнатилган. Шунинг учун махфий ахборотларга зарурий, мустасно чеклашлар сифатида қарашимиз мақсадга мувофиқ бўлади.

Махфий ахборот кўпқиррали ходиса, унинг моҳиятини аниқ ифодаланган, унинг хусусиятларини ҳар томонлама кўрсатиб берадиган тушунчасини топиш жуда қийин, шу сабабли муаллифларда турли хил таърифларни кўришимиз мумкин.

А. Г. Степанов ва О. О.Шерстнева “махфий ахборот—сир кўринишига эга бўлган ва олиш имконияти чекланган ахборотдир” деган таъриф беради.

Л. А. Ацапина “махфий ахборот (сир)—муайян моддий ташувчида қайд этилган, қонунчиликка мувофиқ уни олиш имконияти чекланган ахборотдир” дейди.

С. Н. Меркулова “Махфий ахборот— тақдим этилиш шаклидан қатъи назар, эгасининг розилигисиз учинчи шахслар томонидан олинисини олдини олиш мақсадида фойдаланиш ва ҳимоя қилишнинг алоҳида ҳуқуқий режимлари ўрнатилган, олиш имконияти чекланган турли даражадаги маълумотлар (хабарлар)дир” деган фикрни келтиради.

“Ахборот эркинлиги принциплари ва кафолатлари тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси Қонунининг 3-моддасида: “махфий ахборот - фойдаланилиши қонун ҳужжатларига мувофиқ чеклаб қўйиладиган ҳужжатлаштирилган ахборот” деган тушунчаларни кўришимиз мумкин.

Бу тушунчаларда ахборотнинг олиш имконияти қонун ҳужжатларига мувофиқ чеклаб қўйилганлиги асосий ҳарактерловчи белги сифатида кўришимиз мумкин. Шу билан бирга мазкур таърифларда махфий ахборот тушунчаси етарлича очиқ берилган деб эътироф этишга асосимиз йўқдир. Шу сабабли диссертант махфий ахборот тушунчасига ўзининг муаллифлик таърифларини шакллантиришга ҳаракат қилади.

Махфий ахборот—ахборотнинг муайян шахслар учун алоҳида аҳамиятга эга бўлганлиги туфайли, учинчи шахслар ундан эркин баҳраманд бўлмаслиги мақсадида, қонунчиликда белгиланган тартибда махсус рухсатга эга бўлмаган шахслар олиш ва фойдаланиш имконияти чеклаб қўйилган ва махсус фойдаланиш тартиби ўрнатилган маълумотлардир.

Махфий ахборотнинг таснифланишига ҳам алоҳида эътибор бериш муҳимдир, чунки тўғри таснифлаш орқали ўрганилаётган объектнинг таркибий қисмлари, муҳим белгиларини ажратиб чиқариш имкониятига эга бўлиш мумкин. Лекин, махфий ахборотларни таснифлашда адабиётларда бир хил ва аниқ таснифлашни кўрмаймиз, умуман олганда 20 дан ортиқ турларини ажратиб чиқаришади.

А. И. Алекценсев махфий ахборотнинг турига қараб таснифлашни таклиф этади: а) ахборот эгаларига қараб; б) ахборотнинг қайси фаолият соҳаларида фойдаланишига қараб; в) мазкур ахборот турини ҳимоя қилишни кимга тошириш мумкинлигига қараб.

А.А. Фатянов учта белгига кўра таснифлайди: кимга тегишлигига кўра, махфийлик даражаси кўра ва мазмунига кўра.

Махфий ахборотни таснифлашнинг яна бошқа бир қатор белгилари мавжуд бўлсада, лекин уларни умумлаштириб олиб кўрилганда махфий ахборот турларига қуйидагиларни киритишимиз мумкин: давлат, тижорат, хизмат, касбий, оилавий, шахсий ва бошқа сирлар. Махфий ахборот турларининг ҳар бири ўзига хослиги билан ажралиб туради ва қонунчиликда турлича тартибга солишга учрайди.

Тижорат сири ҳам махфий маълумотлар таркибига кириши билан бирга уларнинг айрим турларидан ўзига хос белгилари орқали ажралиб туришини яққол кўришимиз мумкин. Демак, тижорат сири махфий ахборотлар таркибига кириб, алоҳида хусусиятлари туфайли бошқа махфий ахборотлардан фарқланиб туради.

Тижорат сири тушунчаси ҳақида фикр юритишдан олдин, унинг моҳиятини фуқаролик ҳуқуқий муносабатлар доирасида қандай ўринга эга эканлиги ажратиб, белгилаб олишимиз, моҳиятини ўрганишимиз, фикримизча, мақсадга мувофиқдир.

Тижорат сирини ташкил этувчи маълумотлар Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида фуқаролик ҳуқуқи объекти сифатида ЎЗР Фуқаролик кодексининг “Номоддий неъматлар” бобида келтирилган бўлиб ва бу ҳолат қатор муаллифларнинг асарларида шубҳа остига олинмайдиган факт сифатида қаралади. Ўз навбатида тижорат сирини илмий назария ва қонунчилик интеллектуал мулк объекти қаторига қиради. Тижорат сирини интеллектуал мулк объекти бўлишига асосий сабаб, шахснинг янгилик яратишга қаратилган ижодий интеллектуал фаоллиги натижасида муайян фойдали маълумот яратилади бу эса интеллектуал мулк объекти қаторига киритишимизга асос бўлади (бу нарса ФК интеллектуал мулкка бағишланган бўлимида алоҳида боб киритилгани билан ҳам тасдиқланади). Профессор О. Оқюлов тижорат сири (ноу-хау)ни интеллектуал мулк объектлари қаторида сўзсиз киритган ҳолда ўрганади. Бир қатор хорижлик муаллифлар ҳам ўз ишларида тижорат сирини интеллектуал мулк объекти сифатида, уни ҳимоя қилишнинг энг қадимги усуллари билан деб эътироф этишини кўришимиз мумкин.

Тижорат сири тушунчасига келадиган бўлсак, ФКнинг 98-моддасида “Фуқаролик қонун ҳужжатлари хизмат ва тижорат сири бўлган ахбороти, башарти бу учинчи шахсларга нўмалумлиги сабабли ҳақиқий ёки нисбий тижорат қимматига эга бўлган, қонун йўли билан ундан эркин баҳраманд бўлиш мумкин бўлмаган ҳамда ахборот эгаси унинг махфийлигини сақлашга доир чоралар кўрган ҳолларда ҳимоя этади” деган қоида мустаҳкамланган. Фикримизча, бу тушунча тижорат сирининг моҳиятини тўлиқ даражада очиқ бера олмайди. Шу сабабли, диссертант юридик адабиётларда тижорат сири тушунчасига бўлган ёндашувларни ва муаллифлар келтирган таърифларни ўрганиб чиқишни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблайди.

Юридик адабиётларда, хорижий мамлакатлар қонунчилигида ва амалий фаолият давомида тижорат сири тушунчаси билан бирга “ишлаб чиқариш сири”, “ишчанлик махфий ахбороти”, “саноат сири”, “савдо сири (торговий секрет)”, “фирма сири”, “ноу-хау” ва ҳ.к. тушунчалар қўлланилишини кўришимиз мумкин. Бу тушунчалар хилма-хиллигини мазкур ходисанинг ривожланиш тарихи, турли давлатлардаги тартибга солиш механизмлари ва ҳар бирининг ўзига хос қирралари борлиги билан изоҳлашимиз мумкин. Лекин амалдаги қонунчиликда тижорат сири ибораси келтирилганлиги боис уни қўллаш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

О. Оқюлов таъкидлашича: “Тижорат ахбороти ёки корхонанинг (хўжалик юритувчи субъектнинг) тижорат сири деганда корхона (субъект) ишлаб чиқариши, технология ахбороти, бошқаруви, режалаштириш, молияси ва бошқа фаолият билан боғлиқ бўлган ҳамда эълон қили (топшириш, очилиб қолиши) унинг манфаатларига зарар етказиши мумкин бўлган, давлат сири бўлиб ҳисобланмайдиган маълумотлар тушунилади” деган таърифни ўша пайтда амалда бўлган “Корхоналар тўғрисида”ги қонунга асосланиб келтиради.

Ҳ. Раҳмонқулов фикрича: “Хизмат ва тижорат сири (ноу-хау)ни юридик ёки жисмоний шахснинг фаолияти билан боғлиқ муайян хусусиятларини ифодаловчи ва уларга тегишли шахсий маълумотлардан иборат дейиш мумкин”, фикримизча, мазкур

таъриф айнан тижорат сирининг моҳиятини очиб бера олмаслигини кўришимиз мумкин.

Л. А. Крикун куйидаги таърифни беради: “Тижорат сири—махфийликни сақлаш бўйича зарур чоралар кўрилган, тадбиркорлик субъекти учун ҳақиқий ёки потенциал қийматга эга бўлган ҳамда уларнинг ошкор этилиши унга зарар етказиши мумкин бўлган, давлат сири бўлмаган маълумотлар йиғиндисидир”.

М. И. Паршуков таърифига кўра: “Тижорат сири—унинг эгасига иқтисодий фойдани ва бизнесига рақобатбардош мувозанатни таъминловчи, тадбиркорлик фаолиятнинг алоҳида шакллари, усуллари, шароитлари ва хусусиятлари ҳақидаги ахборотни махфийлик (жиддий тарзда яширилган, ташкилий, ҳуқуқий, техник-технологик воситалар ёрдамида тадбиркор томонидан маскировка қилинувчи) ҳолатидир”. Таъриф кўпроқ ахборот ҳуқуқи доирасидаги тижорат сирининг мазмунини ифодалашга қўл келади.

Н. С. Гуляева шакллантирган таърифга кўра: “Тижорат сири—тадбиркорлик фаолиятида фойдаланиладиган, одатда шундай ахборот турлари билан иш олиб боровчи учинчи шахсларга нўмалумлиги туфайли ҳақиқий ёки потенциал тижорат қийматига эга бўлган, қонун асосида эркин баҳраманд бўлиш имконияти бўлмаган ва ахборот эгаси томонидан унинг махфийлигини кўриклаш бўйича оқилона чоралар кўрилатган техник, иқтисодий ва бошқа ахборот (ҳужжатлаштирилган ва ҳужжатлаштирилмаган)дир”.

Тижорат сири тушунчаси юзасидан яна кўплаб таърифларни келтириб ўтишимиз мумкин, лекин улар тижорат сири моҳиятини тўлиқ очиб бера олмаган деган фикрдамиз. Адабиётлар ва қонунчилик нормаларига асосланган ҳолда “тижорат сири” ва “тижорат сирини ташкил этувчи ахборот” тушунчаларини фарқлаш лозим. Бунда тижорат сири ахборотнинг махфийлик ҳолатини ифодаласа, тижорат сирини ташкил этувчи ахборот—муайян маълумотларни белгилаб беради. Буларга асосланиб куйидаги таърифларни илмий ва қонунчилик муомаласида ишлатишни таклиф этамиз:

Тижорат сири—егасига мавжуд ёки бўлиши мумкин бўлган вазиятларда даромадларни ошириш, оқланмаган ҳаражатлардан сақланиш, товарлар, ишлар, хизмат бозорида мавқеини сақлаш ёки бошқа тижорат фойдасини олиш имкониятини берувчи ахборотнинг махфийлик режимидир.

Тижорат сирини ташкил этувчи ахборот—учинчи шахсларга нўмалумлиги туфайли ҳақиқий ёки потенциал тижорат қийматига эга бўлган, қонуний асосларда уни олиш имконияти бўлмаган ва бундай ахборотга нисбатан эгаси томонидан тижорат сири режими ўрнатилган илмий-техникавий, технологик, ишлаб чиқариш, молия-иқтисодий ёки бошқа (шу жумладан, ишлаб чиқариш сирларини (ноу-хау) ташкил этувчи) ахборотдир.

Тижорат сирини ташкил этувчи ахборотга берилган ва қонунчиликда мавжуд таърифдан унинг белгилари (ҳимоя қилиниш шартлари)ни ажратиб чиқариш мумкин:

1) учинчи шахсларга нўмалумлиги туфайли ҳақиқий ёки нисбий (потенциал) тижорат қийматига эгаллиги;

2) қонун йўли билан ундан эркин баҳраманд бўлиш мумкин бўлмаслиги;

3) ахборот эгаси унинг махфийлигини сақлашга доир чоралар кўрган бўлиши кераклиги.

Учинчи шахсларга номаълумлиги бу ахборотнинг шундай ҳолатики ундан амалда фойдалана олиш қобилиятига эга бўлган шахслар (рақобатчилар) ва шу соҳага яқин бўлган шахслар тижорат сири имкониятлари ҳақида маълумотга эга

бўлмасликларини англатади. Нўмалумлиги деганда муайян актив ҳаракатлар қилмай туриб (вақт, маблағ ва меҳнатни сарфламай) қонуний асосларда олиш имконияти мавжуд бўлмаслиги тушунилади. Бунда илмий-техникавий ахборот янгиликка эга бўлиши, ишбилармонлик ахбороти (деловая информация) бошқа шундай ахборотлардан фарқланиши керак.

Бу белгиларни ҳар бирини алоҳида кўриб чиқадиغان бўлсак, тижорат қиймати деганда биринчи навбатда ундан фойдаланиш натижасида маълум даромад олиш имкониятини яратиш бериш имкониятига эга бўлиши керак. Бунга бу ахборотнинг учинчи шахслар, яъни мазкур соҳада рақобатчиларга маълум бўлмаслиги сабабли, тижорат сири эгасида уларга нисбатан устунлик мавжуд бўлади. Ахборотнинг қиймати ўзига ахборотнинг ишончилиги, долзарблиги ва тўлиқлиги белгиларини ажратиш кўрсатишимиз мумкин. Мазкур ахборот учинчи шахслар учун, яъни тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланаётган шахсларга ундан фойда олиш мумкинлиги туфайли маълум қизиқиш уйғотиши лозим.

Ахборотнинг ҳақиқий ёки нисбий (потенциал) қиймати деганда, ундан фойдаланиш натижасида ҳозирнинг ўзида ёки келажакда иқтисодий манфаат олиш мумкинлигини билдиради. Шу ўрнида ФК 98-моддасида ишлатилган “нисбий” сўзи ўрнига “потенциал” сўзини ишлатиш орқали келажакда олиниши мумкин бўлган маълум фойда тўғрроқ назарда тутилган бўларди. Бу масала 2005 йил 25 майда қабул қилинган “Тадбиркорлик фаолияти эркинлиги кафолатлари тўғрисида”ги қонуннинг 37-моддасида тўғри ҳал этилган ҳолда “потенциал” деган сўз ишлатилганини кўришимиз мумкин. Тижорат сири бўлган ахборотнинг қийматини аниқлаш жуда қийин бўлган ва муайян баҳолаш кўникмаларини талаб қилади. Ҳар бир ахборот эгаси ўзида мавжуд бўлган ахборотни маълум қийматга эга деб тасаввур қилади ва шунга мувофиқ равишда уни ҳимоя қилишга ҳаракат қилади, лекин тижорат қийматини аниқлашда ҳақиқатдан ҳам айнан мазкур ахборотдан фойдаланиш орқали иқтисодий самарага эришиш мумкинлигини исботланиши керак. Шу билан бирга мазкур қонуннинг 37-моддаси Фуқаролик кодексидаги қоидаларни такрорлаши боис қонунчилик нуқтаи назаридан номланишини “Тадбиркорлик субъектларининг тижорат сирига бўлган ҳуқуқларини муҳофаза қилиш” га ўзгартириб, модда матнини қуйидагича шакллантириш керак:

“Тадбиркорлик субъектлари ўз фаолиятида тижорат сирига эгалик қилишлари ва ундан фойдаланишлари мумкин.

Тижорат сирини ноқонуний ҳаракатлардан муҳофаза қилиш тартиби қонун ҳужжатлари билан белгиланади.”

Қонун йўли билан ахборотдан эркин баҳраманд бўлиш мумкин эмаслиги белгиси ахборотни умум маълум бўлмаслиги англатади. Ахборотни фақат ноқонуний йўл билан олиш мумкинлиги тахмин қилинади. Шу билан бирга ахборот умуммаълум бўлиши ва шу вақтнинг ўзида тижорат қийматига эга бўлиши мумкин. Масалан, қандайдир бир товарнинг таркиби умуммаълум лекин уни тайёрлаш технологияси тижорат сири бўлиши мумкин. Бунда ишлаб чиқариш технологиясининг тижорат қиймати кўзга ташланади. Тижорат сиридан қонунларда кўрсатилган айрим ҳолларда давлат органлари томонидан ошкор этилиши талаб этилиши алоҳида масалани ташкил этиб, тижорат сири эгасининг манфаатларини бузмаган ҳолда амалга оширилиши керак.

Ахборот эгасининг унинг махфийлигини сақлаш мақсадида чоралар кўриши, ўзига ахборот эгасининг бундай ахборотни сақлаш мақсадида ҳимоя чораларини қўллаши, бошқача сўз билан айтганда тижорат сири режимини ўрнатиши талаб

этилади. Бунда тижорат сири режими деганда, ахборот эгасининг ахборотни ҳимоя қилиш юзасидан комплекс воситаларни қўллашени билдиради. Айнан тижорат сири режимининг ўрнатилиши ҳуқуқ эгасининг ўз ахборотини ҳимоя қилиш истагини билдиради ва унда тижорат сирига нисбатан ҳуқуқ юзага келишига сабаб бўлади.

Мазкур учта белги (шарт)га мувофиқ келган ахборотгина тижорат сири ҳисобланалди, лоақал биттаси бўлмаса уни тижорат сири деб ифода этиш мумкин эмас.

Юридик адабиётларда ва хорижий мамлакатлар қонунчилигида “тижорат сири” ва “ишлаб чиқариш сири”(“ноу-хау”) терминларидан қайси бири қўллаш борасида мунозара мавжуд. Айрим давлатлар тижорат сири тушунчасидан воз кечиб “ишлаб чиқариш сирлари (ноу-хау)” тушунчасини қонунчилик амалиётига киритаётганини ҳам кўришимиз мумкин (масалан, РФда 2006 ФКнинг 4-қисмида тижорат сири ўрнига “ишлаб чиқариш сири (ноу-хау)” термини қўлланилган). Шундай бўлсада, фикримизча бу икки тушунчадан тижорат сири тушунчаси кенгрок бўлиб ноу-хау таркибига кирувчи маълумотларни ўзида сингдирган. Ноу-хау атамаси илк маротаба АҚШ в Буюк Британия компаниялари орасидаги шартномавий муноабатларда қўлланилган. “Кнов ҳов” инглиз тилидан “қандай қилишни билмоқ” сўзидан олинган бўлиб маълум ҳаракатни бажаришнинг технологик жараёнига оид бўлган билимларни ифодалайди, бунга маълум маҳсулотларни ишлаб чиқаришда ўзгаларга номаълум бўлган айрим жиҳатлар асосий ўрин тутди. Тижорат сири кенгрок доирадаги ахборотларни ўзида қамраб олган бўлиб, “ишлаб чиқариш сири (ноу-хау)”дан ташқари, молиявий, ташкилий, бошқарув ва бошқа ахборотларни ҳам ўзида сингдиради.

Ишлаб чиқариш сирлари (ноу-хау)нинг тижорат сирига кирувчи ахборотлар ичида энг муҳим маълумотлар сифатида кўрилади, чунки ундаги маълумотлар бевосита технологик жараёнларга ўзига хос янгилик киритган ҳолда ҳуқуқ эгаси рақобатчиларига нисбатан бевосита устунлик бериш имкониятига эгадир. Хорижий мамлакатлар қонунчилиги ва назариясига назар ташласак, уларда ишлаб чиқариш сирлари таркибига кирувчи маълумотлар рўйхати мавжуд эмас, бунинг сабаби технологик жиҳатдан тез ривожланиб боровчи жамиятда бундай маълумотларга нима киришини қайд этиш мавжуд имкониятларни чеклаб қўйиши мумкин. Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб қуйидаги таърифни шакллантирдик:

Ишлаб чиқариш сири (ноу-хау)—тижорат сирини ташкил этувчи маълумотлар жумласига кирувчи, ўзида ҳуқуқ эгаси фаолиятининг илмий-техникавий, технологик жараёнларига оид ахборотларни сақловчи тижорат аҳамиятига эга махфий маълумотлардир.

ЎЗР ФК 98-моддасида тижорат сири билан битта таъриф остида бирлаштирилган хизмат сири тушунчаси, фикримизча, етарли даражада асослантирилмаган ва унинг ўзига хос жиҳатлари назарияда ишлаб чиқилмаган. Шу сабабли хизмат сири тушунчаси моҳиятини белгилаш ва тижорат сири билан муносабатини ўрганиш муҳим вазибалардан бири деб ҳисоблаймиз. Лекин бу алоҳида тадқиқот мавзуси бўлиб, кўпроқ маъмурий характерга эгалиги билан ажралиб туради.

Хизмат сирининг тижорат сири билан боғлиқлик томони шундан иборатки, ташкилотга тегишли тижорат сирлари давлат органлари ва мансабдор шахсларига қонунга асосан тақдим этилганда, давлат хизматчиларида бу маълумотларни сақлаш мажбурияти юзага келади ва бу айнан хизмат сири категориясига мос келади. Лекин, хизмат сирлари таркибига бошқа, тижорат сири бўлмаган маълумотлар кириши ҳам мумкин. ФК 98-моддасида хизмат ва тижорат сирига берилган таърифнинг мазмунида

ҳам фақатгина тижорат сирига хос бўлган белгилар кўрсатилган ва хизмат сирининг ўзига хослиги акс эттирилмаган Шунга кўра ФКнинг 98-моддаси “хизмат ва тижорат сирӣ” деб номланишиндан “хизмат” сўзини олиб ташлаб “тижорат сирӣ” деб номлаш ҳамда модда таркибидан ҳам “хизмат” сўзини олиб ташлаш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

ЎЗР ФК ИВ бўлим 64-боби “Ошкор этилмаган ахборотни ноқонуний фойдаланишдан муҳофаза қилиш” (1095-1097-моддалар) номига эга бўлиб бевосита тижорат сирини ҳимояга қилишга бағишланган нормаларни ўзида сингдирган, лекин бобнинг номланишида “ошкор этилмаган ахборот” деган тушунчанинг келтирилиши мантиқсизлик деб ҳисоблаймиз. Мазкур боб мазмунига назар ташласак, унда ФК 98-моддасидаги шартларга риоя этилган ахборот (тижорат сирӣ)ни ноқонуний фойдаланишдан муҳофаза қилиш ҳуқуқига эгаллиги қайд этилган, яъни бу ерда тижорат сирӣ таркибига кирмайдиган алоҳида “ошкор этилмаган ахборот” тушунчасига тўғри келувчи ахборотни кўрмаймиз. Шунга кўра мазкур бобнинг номланиши ўзгартирган ҳолда “Тижорат сирини муҳофаза қилиш” тарзида ифода этиш ҳамда мазкур боб мазмунига янги тижорат сирини институтини тартибга солишга қаратилган нормаларни сингдирган ҳолда моддалар мазмунини бойитиш лозим деб ҳисоблаймиз.

Тижорат сирӣ тушунчаси имкон даражасида аниқлаб олинганидан сўнг, унинг тадбиркорлик фаолиятидаги аҳамиятига тўхталиб ўтиш мазкур институтнинг бугунги кундаги ўрнини аниқлаб олиш учун зарур деб ҳисоблаймиз.

Тадбиркорлик фаолиятининг асосий мақсади даромад олиш эканлиги барчамиз яхши биламиз, шу мақсадга эришиш учун тадбиркорлик фаолияти субъекти бор имкониятиларини ишга солган ҳолда ҳаракат қилади. Бунда таваккалчилик улар фаолиятининг асосини ташкил этади, шу билан бирга, олдиндан ўйлаб чиқилган режа асосида ҳаракат қилиш бу таваккалчилик даражасини минималлаштириш имкониятини беради.

Тадбиркорлик фаолияти субъектлари ўз фаолиятлари давомида тижорат сирӣ бўлган ахборотни яратишлари ёки ўзгача (қонунда таъқиқланмаган) усулларда уларга эга бўлишлари мумкин. Бу уларга бозордаги рақобатчилар олидида муайян даражадаги устунликни таъминлаб беради. Тижорат қийматига эга бўлган ахборотларни тижорат сирӣ сифатида сақлаш тадбиркорларга ўзига хос имкониятларни тақдим этади. Сабаби бошқа интеллектуал мулк объектлари, масалан ихтиро муайян қатъи белгиланган, жуда мушкул бўлган жараёнлардан ўтгандан сўнггина ҳимоя қилиниш имкониятига эга бўлинади, бу ҳам маълум муддат билан чекланган. Кейинчалик патент ҳуқуқи тартибида ҳимоя этилган объект ижтимоий мулкка айланиб кетади. Тижорат сирӣ тартибида ҳимоя этилаётган объект эса ўз навбатида уни ошкор бўлмаслиги шарт билан чекланмаган муддат давомида ҳимоя қилинади.

Тижорат сирӣ берадиган имкониятларга қарамай баъзи бир муаллифлар томонидан унинг узоқ муддат давомида фақат битта субъектга маълум бўлиши туфайли маълум даражада илмий билимларнинг ошкор бўлиши ва жамият ҳаёти ривожланишини секинлаштириб қўйишини таъкидлашади. Бу фикрларда маълум ҳақиқат бўлиши билан бирга, шуни таъкидлаб ўтишимиз керакки, тижорат сирӣ шахсларнинг муайян даражадаги интеллектуал фаоллиги натижаси экан, бундай маълумотлар эгалари томонидан ҳеч қандай тўсиқларсиз, чекланмаган муддат давомида уларга ҳимоя тақдим этилиши объектив ҳолатдир ва уни чеклаш мақсадга мувофиқ бўлмас эди.

Шунга кўра, тижорат сири тўғрисида турли даражадаги фикрлар баён қилинганига қарамай тижорат сири тушунчаси назарий жиҳатдан кенг кўламда ўрганиб чиқилмаган ҳамда чуқур даражадаги изланишларга муҳтож.

Тижорат сири ҳодисасини тўлақонли ва ҳар томонлама ўрганиб чиқиш мақсадида унинг пайдо бўлиш тарихи, ривожланиш жараёни ҳамда ҳозирги кундаги ҳолатини ўрганиш диссертация ишининг илмий даражасини ошириш имконини беради. Шу сабабли, тижорат сири тўғрисидаги қонунчиликнинг Ўзбекистон Республикаси ва айрим ривожланган хорижий мамлакатлардаги ҳолати билан қиёсий-хукукий таҳлил қилган ҳолда танишишни мақсад қилиб қўйдик.

Тижорат сири тушунчаси узоқ йиллар давомида мамлакатимиз ҳудудида мавжуд бўлмаганлигини таъкидлаб ўтишимиз мумкин. Қадимдан маълум бир маҳсулотларни тайёрлашда ишлатиладиган усуллар (технология) ишлаб чиқарувчилар томонидан яширин ҳолда фойдаланганлиги дастлабки тижорат сирининг бир кўриниши бўлса ажаб эмас. Бу сирлар ҳунармандлар томонидан бевосита ўз фарзданларига ёки энг яхши шогирдларга ўргатилиши орқали унинг оила ёки мазкур ахборотга эга бўлган жамоадан чиқиб кетмаслигини таъминлаб берган. Қадимда маълум бўлган “юнон олови”ни уни ишлаб чиқиш жараёни шу даражада яширинча бўлганлиги туфайли ҳатто ҳозирги кунгача қатор изланишларга қарамай уни қандай ишлаб чиқилганлиги сир бўлиб қолмоқда. Бу ишлаб чиқариш сирлари қадимги даврдаёқ маълум даражада ҳимоя этилганлиги, қўриқланганлигидан далолат беради.

Ҳозирги Ўзбекистон ҳудудида тижорат сири каби маълумотлар пайдо бўлиши ва маълум ишлаб чиқаришда қўлланиладиган усуллар ва кўникмаларни рақобатчилардан сир сақлаш билан ҳимоя қилинганини қадимги даврларга бориб улашимиз мумкин. Шу асосга кўра ҳудудимизда тижорат сири билан боғлиқ муносабатларни ривожланиши босқичларини ажратиб чиқаришни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз. Бу босқичларнинг шартли таснифини шакллантирамиз:

1) **Инқилобгача давр** (ҳунармандчилик пайдо бўлганидан бошлаб 1917 йилдаги инқилобгача бўлган давргача бўлган узоқ давр). Бу давр оралиғида тижорат сири тушунчаси мавжуд бўлмаган бўлсада, ҳунармандлар томонидан ишлаб чиқариш жараёни яширин тутилиши ва фақат фарзандларга ва шогирдларга ўтказилиши орқали ҳимоя этилган, бевосита ишлаб чиқарувчилар томонидан одатлар, иш муомаласи тартиби тариқасида қўриқланганлигини айтишимиз мумкин. Кейинчалик XIX асрнинг иккинчи ярмида Россия империяси истилоси натижасида ҳақиқий саноат даражасидаги ишлаб чиқариш жараёнлари юзага мобайнида маълум даражада Россия қонунчилиги билан тартибга солинган.

2) **Совет тузуми даври** (1917 йилдан 1991 йил 15 феврал “Қорхоналар тўғрисида”ги қонун қабул қилингунгача бўлган давр). Собиқ Иттифок даврида мамлакат сиёсий-иқтисодий сиёсати натижасида тижорат сири тушунчаси муомаладан чиқарилган ҳолда ўрнига давлат, хизмат, ҳарбий ва бошқа шу каби тушунчалар қўлланилган. Тижорат сири институти бу даврда барча ишлаб чиқариш жараёнларига давлат яқка ҳокимлиги мавжудлиги туфайли объектив равишда мавжуд бўлиши мумкин эмас эди.

3) **Мустақиллик даври** (1991 йилдан ҳозирги кунгача бўлган даврни қамраб олади). “Қорхоналар тўғрисида”ги қонуннинг қабул қилиниши билан Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида биринчи маротаба тижорат сири тушунчаси ва уни ҳимоя қилиш масаласи тартибга солинган. Айни мазкур даврдан бошлаб ҳозирги кундаги тижорат сири тушунчасига мувофиқ келувчи ахборотларни ҳимоя қилиш

зарурати англандан ҳолда янги қабул қилинаётган қонун ҳужжатларига шундай нормалар киритила бошланди.

Бизнинг тадқиқот ишимиз учун айти мустақилик давридаги қонунчилик ривожланиши жараёни ва такомиллаштириш зарурати муҳим сабабли, шу даврда қабул қилинган қонун ҳужжатларини кўриб чиқишни мақсад қилиб қўйганмиз.

1991 йил 15 феврал “Қорхоналар тўғрисида”ги қонуннинг қабул қилиниши, назаримизда, ҳали мустақилликка эришмаган, социалистик ғоялар кучли бўлган давлат учун олдинга қўйилган катта қадам эди. Бу қонун, “Ўзбекистон Республикасида мулкчилик тўғрисида”ги қонун билан биргаликда, асосида хусусий шахсларнинг мулкчилик соҳасидаги ҳуқуқлари белгиланган ва тартибга солинганлигини кўришимиз мумкин. Қонуннинг 34-моддасида тижорат сирининг юридик таърифини, ҳимоя қилиш тартибини қорхона раҳбари белгилаши, қандай мазмундаги маълумотлар тижорат сир бўла олмаслиги ҳамда тижорат сирини ошкор этганлик учун жавобгарлик белгиланганлиги айтиб ўтишимиз мумкин. Шу билан бирга битта модда доирасида тижорат сир билан боғлиқ масалалар етарли даражада тартибга солиш имкониятига эга бўлинмаганлигини айтиб ўтиш керак. шунга қарамай, бу қонун ўз кучини йўқотганига қадар (2000 йил 15 декабр) мазкур жабҳада аҳамиятли ҳужжат бўлиб келганини айтиб ўтиш керак.

Кейинчалик қабул қилинган “Хўжалик жамиятлари ва ширкатлари тўғрисида”ги 1992 йил 9 декабрдаги қонун (ўз кучини йўқотган)да аъзоларга тижорат сирини ошкор қилмаслик мажбурияти, “Суғурта тўғрисида”ги 1993 йил 6 май (ўз кучини йўқотган), “Стандартлаштириш тўғрисида” ги ва “Маҳсулот ва хизматларни сертификатлаштириш тўғрисида” ги 1993 28 декабрдаги қонун, “Чет эл инвестициялари ва чет эллик инвесторлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида”ги 1994 йил 5 май қонун (ўз кучини йўқотган)ларда тижорат сир маълум бўлган органларга нисбатан уни ошкор этмаслик мажбурияти ва тегишли жавобгарлик назарда тутилганини кўришимиз мумкин. Мазкур қонунларни мустақиллик даврида қабул қилинган тижорат сирини тартибга солишга қаратилган илк қонунлар сифатида эътироф этган ҳолда, уларнинг предметни тўлиқ тартибга солинмаганлиги туфайли аниқ тушунчалар ифодаланмаганлиги кўришимиз мумкин.

1995 ва 1996 йилларда Фуқаролик кодексининг икки қисми қабул қилиниши муносабати билан тижорат сирини тартибга солувчи асосий аҳамиятга эга бўлган манба пайдо бўлганлигини кўришимиз мумкин. Олдинги параграфда айтиб ўтилганидек ФКнинг 98, 1095-1097-моддаларида айнан тижорат сир билан боғлиқ қоидалар ўрнатилган. Бу билан тижорат сирга оид қонун ижодкорлигининг иккинчи даври бошланди дейишимиз мумкин. Ўша даврдан то ҳозирги кунгача қатор қонунлар эндиликда тижорат сир билан боғлиқ муносабатларни кенгроқ даражада ёритганлигини кўришимиз мумкин.

Шундан сўнг “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги 1996 йил 27 декабрдаги қонун тижорат сир эгасининг розилигисиз ошкор қилишни инсофсиз рақобат кўриниши сифатида эътироф этди (8-модда), давлат органларига ошкор этмаслик мажбурияти ва зарарни улардан ундириш ҳуқуқи белгиланди (13-модда), “Давлат божхона хизмати тўғрисида”ги 1997 йил 29 август (6-модда), “Чет эл инвестициялари тўғрисида”ги 1998 йил 30 апрел (21-модда), “Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини давлат томонидан назорат қилиш тўғрисида”ги 1998 24 декабр (17-модда), “Табиий монополиялар тўғрисида”ги 1999 19 август (12-модда), “Реклама тўғрисида”ги 1998 йил 25 декабр (27-модда), “Архивлар тўғрисида”ги 1999 йил 15 апрел, “Экологик экспертиза тўғрисида”ги 2000

йил 25 май, “Суғурта фаолияти тўғрисида”ги 2002 йил 5 апрел, “Давлат статистикаси тўғрисида”ги 2002 йил 12 декабр (7, 14-модда), “Солиқ маслаҳати тўғрисида”ги 2006 йил 21 сентябр (23-модда) қонунларда давлат органлари ва тижорат сири маълум бўлган шахсларни уни сақлаш мажбурияти ва етказилган зарарни қоплаш ҳуқуқи белгиланган, “Ҳомийлик тўғрисида”ги 2007 йил 2 май (16-модда) қонунда эса қандай маълумотлар тижорат сири бўла олмаслиги белгиланган. Шу ўринда қонунлар орасида алоҳида ажралиб турувчи “Тадбиркорлик фаолияти эркинлиги кафолатлари тўғрисида”ги 2000 йил 25 май қонунининг 37-моддасида тижорат сири ва ошкор этилмаган ахборот ҳимоя қилиниши белгиланганлигига қарамай унда ФКда белгиланган қоидалар (98, 1095-1097-модда) такрорланганлигини кўришимиз мумкин. Қонунда “нисбий қиймат” ибораси “потенциал қиймат” иборасига алмаштирилганлиги сўзсиз ижобий ҳолат. Лекин қоидаларнинг такрорланиши нотўғрилигини, тадбиркорлик фаолиятини тартибга солувчи қонунда алоҳида ҳимоя механизми қўлланилиши мақсадга мувофиқ бўлишини таъкидлаб ўтишимиз керак.

Мустақиллик даврида тижорат сирини тартибга солувчи қонун ҳужжатлари икки босқичда ривожланганлигини ва бу даврда мазкур муносабатлар анча самарали тарзда белгиланганлигини кўриб чиқдик. Қонунлардан ташқари бир қатор норматив ҳуқуқий ҳужжатларда ҳам тижорат сирини сақлаш мажбурияти белгиланган, лекин уларнинг ўрни ва белгиланган қоидаларида ўзига хосликни учратиш қийин бўлганлиги учун алоҳида келтириш мақсадга номувофиқ деб ҳисобладик. Лекин буни ҳали етарли даражадаги тартибга солинганлик дейишимиз қийин, сабаби бу ҳужжатларда тижорат сирига оид умумий масалалар, яъни ошкор қилмаслик мажбурияти, ошкор этилганда зарарни қоплашга бўлган ҳуқуқ каби ҳал этилган бўлиб бошқа муҳим аҳамиятга эга қоидаларни ФК ва бошқа юқоридаги қонунларда кўрмаймиз.

Миллий ҳуқуқий тизимда тижорат сири масаласи қандай тартибга солинганлигини кўриб чиққач, галдаги вазифа хорижий мамлакатлар тажрибасини ўрганишидир. Ривожланган мамлакатлар ва ўхшаш ҳуқуқий тизимлардаги тижорат сири қай тартибда белгиланишини кўриб чиқиш, фикримизча, тижорат сири моҳиятини тўлиқроқ англаш ва унга нисбатан муайян аниқ позицияни ишлаб чиқишга ёрдам беради. Хорижий мамлакатлар қонунчилигига алоҳида эътибор беришимизнинг сабаби шундан иборатки, бу давлатлар узок давом этган иқтисодий ва ҳуқуқий ривожланиш даврига, бу соҳада ўзига хос анъаналарга ҳамда етарли даражада шаклланган юридик тажрибага эгадир.

Ўзбекистон Республикасида қонун ҳужжатларини ишлаб чиқиш жараёнида хорижий мамлакатлар тажрибасини ўрганиб чиқиш, фикримизча, одатий ва яхши самара берувчи анъанага айланган. Айни мазкур тажрибани ўрганиш натижасида бевосита муайян соҳани тартибга солиш жараёнида амалий аҳамиятга эга бўла оладиган нормаларни, ўзимизнинг ижтимоий-иқтисодий, сиёсий ва ҳуқуқий аҳволдан келиб чиққан ҳолда, қонунчилигимизга киритиш ижобий натижа бериши мумкин. Алоҳида тарзда мамлакатларда тижорат сирини тартибга солиш масалаларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Хорижий мамлакатлардаги тижорат сири муносабатларини халқаро ҳуқуқий тартибга солиниши ўрганишдан мақсадга мувофиқдир. Халқаро шартномалар орасидан муҳим ўринга эга бўлган ҳужжат ТРИПС Келишувидаги тижорат сирининг шартлари ажратилиши муҳим аҳамиятга эга бўлиб, бу тушунчани бир хил тарзда тушунишга ёрдам беради:

а) ахборотнинг умуман олганда ёки маълум бир таркибий қисмлари билан бундай турдаги ахборотлар билан ишловчи шахсларга маълум бўлмаган ёки осонлик билан олиш имконияти бўлмаслиги;

б) махфийлиги туфайли маълум тижорат қийматига эгалиги;

в) мазкур ахборотни қонуний асосларда назорат қилувчи шахс томонидан, унинг махфийлигини сақлаш мақсадида, конкрет ҳолатларда қўриқлашнинг муайян чоралари кўрилган бўлиши.

Буюк Британияда тижорат сири билан боғлиқ муносабатларни аниқ белгиловчи қонун мавжуд эмас. Тижорат сирининг қонунчилик асоси махфий ахборотни ҳимоя қилиш суд преседентларида мавжуд бўлиб, махфий ҳуқуқ (конфиденсиалное право) номи билан 150 йиллик ривожланиш тарихига эга. Махфий ҳуқуқ қоидалари нафақат тижорат сирини тартибга солиш, балки барча турдаги сирларни, давлат сири, шахсий ҳаёт сири ва ҳ.к. ҳимоя қилишга қаратилган. Махфий ҳуқуқ ахборотни махфий деб топиш учун зарур бўлган белгиларни ажратиб кўрсатади: 1) ахборот “ажралмас махфийлик белгиси”га эга бўлиши керак; 2) ахборот уни ошкор қилиб бўлмаслиги мажбуриятини белгиловчи шартлар билан боғлиқ бўлиш керак; 3) ахборот эгасига зарар етказувчи, ахборотдан ноқонуний фойдаланиш ҳолати бўлиши керак.

Махфий ҳуқуқ махфий ахборотнинг белгиси сифатида бундай маълумотларга кириш (олиш имконияти) чекланганлигини белгилайди. Оммалашган ахборот олиш учун чекловлар қўйилмаган ва шунинг учун махфий ҳарактердаги маълумот бўла олмайди. Махфий ҳуқуқ шунингдек, агар маълумотни олиш учун муайян пул ёки вақт сарф этиш керак бўлса, буни махфий ахборотга киритади. Ахборотнинг махфийлик хусусияти унинг эгаси бундай маълумотни олиш учун муайян ҳаракат қилиши ва эришилган натижа фақат шу йўл билан олиниши мумкин бўлиши керак. Ҳуқуқий ҳимоянинг объекти бўлиб нафақат ахборот, балки уни яратишга кетган ҳаражатлар ҳам ҳисобланади. Шунга мувофиқ, бундай ахборотни олиш чекланмаган бўлса, у ўз махфийлигини йўқотади. Махфий ҳуқуқ ахборот режими деган тушунчага эга бўлиб, бу режимни ўрнатиш-ахборотни ҳимоя қилиш учун чораларнинг кўрилиши сифатида белгиланади.

Буюк Британия тижорат сирини ҳимоя қилиниши шартномавий ҳуқуқда вужудга келувчи суд преседентлари, яъни фуқаролик-ҳуқуқий шартномалар, ҳамда алоҳида меҳнат муносабатларидаги шартномаларга эътибор беради. Шартнома ҳуқуқи шартнома тарафлари томонидан тижорат сирини ошкор қилмаслик мажбуриятини белгилайди. Бундай мажбурият шартномада аниқ белгиланиши ёхуд назарда тутилиши мумкин. Масалан, агар махфий маълумотлар шартнома лойиҳаларини тайёрлаш босқичида ошкор этилса, тижорат сирини олган томон ўзига билдирилган ишончни суистеъмол қилмаси ва тижорат сири тўғрисидаги маълумотларни ўз манфаатларида фойдаланмаслиги лозим. Тижорат сирини ҳимоя қилиш юзасидан мажбуриятлар ҳажми махфий ахборот қандай шартларда берилганлигига ҳамда ахборотни бериш тўғрисидаги битими билан тартибга солинади.

Меҳнат муносабатларини кўриб чиқсак ходимларга: махфий ахборотни сақлаш бўйича мажбурият (ошкор қилмаслик); ўз манфаатларида фойдаланиш мақсадида махфий ахборотдан нусха олиш таъқиқланади. Собиқ ходимларга махфий маълумотларни ишлатиш (масалан, муҳим миқдорлар рўйхатидан фойдаланиш) таъқиқланган.

Бундан ташқари, махфий ҳуқуқ давлат хизматчиларига ўз хизмат вазифаларини бажариш жараёнида маълум бўлган махфий маълумотларни сақлаш мажбуриятини белгилайди. Бундай мажбуриятни юклаш давлат хизматчиси томонидан махсус

маълумотларни ошкор қилмаслик тўғрисидаги битимни имзолаш билан амалга оширилади. Масалани бундай тарзда ечилиши Австралия, Ҳиндистонда қонунчилигида кўрамиз.

Махфий ҳарактердаги маълумотларни ошкор қилиш учун жавобгарлик, махфий ахборотдан ноқонуний тарзда фойдаланиш ёки унга рухсат берилмаган тарзда ошкор қилиш ҳолатлари суд тартибида аниқланганда юз беради. Жавобгарлик махфий маълумотни ошкор қилган шахсга ўз ҳаракатлари билан етказилган зарарни қоплаш мажбуриятини юклаш шаклида юзага келади. Жиноят қонунчилигида жавобгарлик белгиланган аниқ норма мавжуд бўлмасада, маълумотларни ошкор қилиш бошқа жиноятлар таркиби сифатида квалификация қилинади.

АҚШда тижорат сири ҳимояси штатлар қонунчилиги билан тартибга солинади. Лекин 1979 йилда қабул қилинган “Тижорат сири тўғрисида” ги ягона Қонун ҳам мавжуд. Унда тижорат сири—бу ошкор бўлмаганлиги ва уни тижорат мақсадларида фойдаланиши мумкин бўлган шахсларга маълум бўлмаганлиги туфайли иқтисодий баҳога эга бўлган ҳамда ҳимоя юзасидан оқилона ҳаракатлар объекти бўлган ахборот (таркиб, формула, комбинация дастур, мослама, усул, техника ёки жараён)дир, деган таъриф келтирилган.

Тижорат сири тушунчаси асосида унинг белгиларини ажратиш мумкин булар: ахборотнинг тижорат қиймати; ахборотнинг ёпиқлиги, очиқ олиш имконияти мавжуд эмаслиги; ҳимоя юзасидан ахборот эгасининг чоралар кўриши.

1996 йил “Иқтисодий жосуслик ҳақида”ги тижорат сирини ҳимоя қилиш тизимини назарда тутувчи Қонун кучга кирди. Қонун тижорат сирини ўзининг бошқа шахслар манфаатларида ўзлаштириш учун, мазкур шахс ўз ҳаракатларининг тижорат сири эгасига зарар етказётганлигини билиши шарти билан, жиноий жавобгарликни назарда тутди.

Эгасининг розилигисиз ахборотни олиш, сотиб олиш ёки эгалик қилишга жиноий жавобгарлик назарда тутилган. Шунингдек, давлат ҳокимияти органлари томонидан тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни ошкор қилиш ёки фойдаланиш учун ҳам жавобгарлик назарда тутилган. Қонун тижорат сири эгасининг ҳуқуқларини бузилишига ўн йилгача озодликдан маҳрум қилиш ва ярим миллион АҚШ долларигача жарима кўринишида жазони назарда тутди.

“Тижорат сирларини ҳуқуқий муҳофазаси диспозитив норма билан белгилангайга қарамай, АҚШ судлов тизимида уни қатъий амалга оширишни таъминловчи механизм ишлаб чиқилганлигини ва уни ишлаб турганлигини қайд этиш лозим”-деб қонунчиликдаги ҳолатга баҳо беради баъзи муаллифлар.

Германия қонунчилигига тижорат сири белгилари сифатида: мазкур ахборотнинг чекланган шахслар доирасига очиқлиги, яъни ахборотнинг ёпиқлиги; тижорат сири эгасига уни сақлаш учун иқтисодий манфаатнинг бўлишини эътироф этади.

Тижорат сири бузилиши факти инсофсиз рақобат сифатида қаралади. Германия “Инсофсиз рақобат тўғрисида”ги Қонунда тижорат сирини бузиш билан боғлиқ жиноятлар учун жиноий жавобгарлик белгиланган. Бундай квалификация қилиш ва жавобгарликка тортиш учун: тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларга нисбатан ахборот эгаси томонидан кўриқлаш чоралари қўлланилганлиги; махфий маълумотларни ошкор қилиш ёки ноқонуний фойдаланиш факти аниқланиши керак.

Меҳнат муносабатлари доирасида ходимнинг шартнома амал қилиш даврида, шунингдек, меҳнат муносабатлари тугаганидан сўнг тижорат сирини ошкор қилмаслик мажбурияти белгиланган. Ходим билан тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни ошкор қилмаслик тўғрисида битим тузилади.

Қонунчилик тижорат сирини бузган шахсларга фуқаролик-ҳуқуқий жавобгарлик доирасида етказилган зарарни қоплаш мажбурияти юкланади.

Германия процессуал қонунчилиги суд муҳокамаси жараёнида ноу-хау махфийлигини сақлаш бўйича қафолатларни назарда тутди.

Франсияда тижорат сири масалалари фуқаролик, меҳнат ва жиноят ҳуқуқи билан тартибга солинади. Франция фуқаролик ҳуқуқи тижорат сирининг уч турини ажратади: ишлаб чиқариш ахбороти, ноу-хау ва ишчанлик махфий ахбороти. Тижорат сиридан фойдаланишга рухсат (доступ) олган шахс томонидан, ноқонуний олиш ва бундай ахборотни тарқатиш, қонунчилик томонидан “ишончни суистеъмол қилиш” деб белгиланади. Жавобгарлик етказилган зарарни қоплаш ва жарима кўринишида назарда тутилган. Меҳнат муносабатлари доирасида ходимга меҳнат шартномаси амал қилиш давомида ҳамда ишдан бўшагандан сўнг махфий ахборот режимини бузмаслик, тижорат сири маълумотларини ошкор қилмаслик мажбурияти юкланади. Жиноят қонунчилиги ташкилотнинг тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни ходимлар ҳамда давлат хизматчилари ва назорат қилувчи органлар мансабдор шахслар томонидан ўз хизмат вазифаларини амалга ошириш давомида олган маълумотларни ошкор қилганлик учун жавобгарлик белгиланган. Жиноят ишини кўзғатиш учун: тижорат сирининг мавжудлиги; 1) сирни ошкор қилиш (тарқатиш ёки маълум қилиш); 2) жиноятчини ходим сифатида квалификация қилиш; 3) ходим томонидан махфий маълумотни бошқаларга маълум қилиш фактини аниқлаш.

Хитой қонунчилиги тижорат сирини тартибга солувчи махсус ҳужжатга эга эмас, шу боис фуқаролик қонунчилиги билан тартибга солинади. 1993 йил декбрда кучга кирган “Ноқонуний рақобат тўғрисида”ги Қонунда махфий ахборотни ўғирлаш ва ноқонуний фойдаланиш мазкур қонуннинг қоидаларини бузади деб белгиланган. Хитой қонунчилигига мувофиқ, тижорат сири—бу чекланган доирадаги шахсларга маълум бўлган (яъни ёпиқ характерга эга), иқтисодий фойда келтирувчи ва амалий баҳога эга техник ёки маъмурий (бошқарув) ахборотдир. Бундан ташқари, қонунчилик тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларга нисбатан махфийликни ҳимоя қилиш учун оқилона чоралар кўрилишини кўрсатади. Шунингдек, Қонун тижорат сири тўғрисидаги маълумотларни қонунга хилоф олиш (ўғирлаш, мажбурлаш ва б.) ҳамда бу маълумотларни ошкор қилиш ва фойдаланганлик учун жавобгарликни назарда тутди. Жавобгарлик етказилган зарарларни қоплашдан иборат.

Японияда 1991 йилдан амалда бўлган “Тижорат сири тўғрисида”ги Қонун мавжуд. Қонунга мувофиқ, тижорат сирининг белгилари сифатида, тижорат қиймати, бундай маълумотларни олиш чекланганлиги, ахборот эгаси томонидан режим ўрнатилиши (яъни қўриқлаш юзасидан чоралар кўрилиши) белгиланган. Ахборотни ҳимоя қилиш усуллари компанияларнинг локал норматив ҳужжатлари билан белгиланади. Локал ҳужжатлар қоидаларида: 1) тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни учинчи шахсларга етказишга таъқиқ; 2) махфий ахборот чиқиб кетиш хавфи бўлганда компания бошқаруви розилигисиз ўриндошлик асосида ишлашга таъқиқ мавжуд. Адабиётларда кўрсатилишича, Япония бизнеси ахборотнинг чиқиб кетиши (утечка)дан энг кам зарар кўради. Бу “умрбод ёллаш” тизими ва ходимларда ўз ишига шахсий масъулиятни (вафодорлик) тарбиялаш билан боғлиқ. Япония компаниялари “ходимлар департаменти”га эга бўлиб, унга компания персонали томонидан ахборот махфийлиги режимини сақлаш мажбурияти юкланган. Жавобгарлик ошкор қилиш ёки ноқонуний фойдаланиш туфайли етказилган зарарни

қоплашда ифодаланади. Япония қонучилиги тижорат сирини бузганлик учун жиноий жавобгарликни назарда тутмайди.

МДХ мамлакатларининг айримларида ҳам тижорат сирини масаласи алоҳида “Тижорат сирини тўғрисида”ги қонун қабул қилиниши билан ҳал қилишга ҳаракат қилинган. Бундай қонун Молдова Республикасида 1994 йил 6 июлда, Қирғизистон Республикасида 1998 йил 30 мартда, Туркменистон Республикасида 2000 йил 19 декабрда, Азарбајжон Республикасида 2001 йил 4 декабрда ва Россия Федерациясида 2004 йил 29 июлда қабул қилинган. Мазкур қонунлар баъзи бир ўзига фарқ ва ўзига хосликларга эга бўлсада, умуман олганда тижорат сирини оид муносабатларни бир хил тарзда ҳал этиши эътиборга лойиқдир, буни МДХга қиравчи мазкур давлатларнинг ҳуқуқий тизими ва юридик доктринаси яқинлиги ҳамда ўзаро тажриба алмашинуви мавжудлиги билан изоҳлаш мумкин бўлса керак. Мазкур қонунларда тижорат сирини, тижорат сирини ташкил этувчи ахборот, тижорат сирини режими, тижорат сирини эгаси, тижорат сирини тақдим этиш, контрагент, тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни ошкор этиш каби тушунчаларга легал таъриф беришга ҳаракат қилинган. Бундан ташқари, юқоридаги Қонунларда ахборотни тижорат сирини ташкил этувчи ахборот сифатида эътироф этиш ҳуқуқини; бундай ахборотни олиш усуллари; тижорат сирини бўла олмайдиган маълумотлар; бундай маълумотларни бериш қоидаларини; тижорат сирини эгасининг ҳуқуқларини; тижорат сирини ўрнатиш тартиби, меҳнат муносабатларида тижорат сирини ҳимоя қилиш, ахборотни ошкор этганлик учун жавобгарлик масалалари ва б. белгиланган.

МДХ давлатларининг тижорат сирини тўғрисидаги қонунчиликни ўрганиш, шунинг кўрсатдики, умуман олганда бизнинг мамлакат ҳуқуқий тизими билан яқинлиги боис уларнинг тажрибасини ўрганишимиз ва айрим жиҳатларини миллий қонунчиликка сингдириш лозим. Бу нарса улардаги қонунчилик нормалар масалани ҳал этишда тўғри йўлдан кетганликларини кўришимиз мумкин.

Миллий ва хорижий мамлакатлар тижорат сирини тўғрисидаги қонунчилиги ва юридик назариясининг қисқача таҳлили шунинг кўрсатдики, мамлакатлар қонунчиликларида борган сари тижорат сирини тушунчаси универсаллашганлигини, эски ишлаб чиқариш, савдо сирини сифатидаги концепциялардан, умумийроқ категория эгаси учун тижорат қийматига эга бўлган умуммаълум бўлмаган маълумот (техник, иқтисодий, ташкилий ва ҳ.к.) тарзида қаралаётганлигини кўришимиз мумкин. Бундан ташқари умуман тижорат сирини оид муносабатларни тартибга солиш жараёни бир хиллашиш тенденциясини таъкидлашимиз мумкин. Буни шунда кўрамизки, эндиликда тижорат сирини ташкил қилувчи маълумотлар ошкор қилинишига қарши деярли барча ривожланган мамлакатларда қатъий жавобгарлик чоралари белгиланиши орқали ҳамда етказилган зарар тўлиқ миқдорда қоплаш ўрнатилганлиги.

Тижорат сирини тартибга солувчи миллий қонунчиликни яратишда хорижий мамлакатларнинг ижобий тажрибасидан кенг қўламда фойдаланиш, улардаги узоқ вақт давомида шаклланган амалиёт ютуқларини ўрганган ҳолда ўз амалий фаолиятимизга қўллашимиз лозим деган фикрдамыз. Тижорат сирини тўғрисидаги қонунчиликни ривожлантиришда бизга ҳуқуқий тартиб жиҳатдан яқин бўлган МДХ мамлакатларидаги юқорида кўрсатилган қонунларнинг чуқур таҳлил қилган ҳолда илмий изланишларни давом эттириш керак.

Шундай қилиб, тижорат сирини оид муносабатлар етарли даражадаги тарихий ривожланиш жараёнини босиб ўтган бўлиб, турли йўналишдаги изланишлар олиб бориш учун имкон яратади. Шу билан бирга миллий қонунчиликда тижорат сирини

масалалари етарли даражада ривожланмаганлигини кўришимиз мумкин. Шунга асосан, тижорат сирининг ҳуқуқий асослари ниҳоятда даражада заиф ривожланган деб ҳисоблаймиз. Бундай ҳолатни бартараф этиш учун “Тижорат сири тўғрисида”ги қонун қабул қилиниши лозим деб ҳисоблаймиз. Буни амалга ошириш борасида Россия Федерацияси тажрибасидан фойдаланган ҳолда парламент томонидан назорат қилиб борилувчи “Тижорат сири режими ҳуқуқий концепцияси анализи”ни ташкил этиш ҳолда бўлажак қонун ҳужжати қандай бўлиши эканилиги ҳақида муайян аниқ фикрларга келиш мумкин.

Тижорат сири субъектларининг ҳуқуқ ва мажбуриятлари тўғрисида сўз юритишдан олдин тижорат сири муносабатларида кимлар субъект сифатида иштирок этишини белгилаб олишимиз муҳимдир. Биринчи ўринда бунда тижорат сирига бўлган ҳуқуқ субъекти ва тижорат сири муносабатлари субъектлари тушунчаларини фарқлаб олиш талаб этилади. Бизнинг фикримизча, бунда тижорат сирига ҳуқуқ субъектлари сифати бевосита тижорат сирига нисбатан эгалик қилиш, фойдаланиш ваколатига эга бўлган шахслар: тижорат сири эгаси ва тижорат сирини шартнома асосида олган контрагент тушинилади. Тижорат сири муносабатлари иштирокчилари тушунчаси кенгроқ бўлиб, юқоридагилардан ташқари корхонада ишловчи ходимлар, тижорат сири олган давлат органлари ва тижорат сирини ноқонуний эгаллаган ёки инсофли тарзда эгаллаган шахслар назарда тутилади. Адабиётларда шунга ўхшаш кўпгина фикрларни учратишимиз мумкин.

Юқоридаги тижорат сири субъектлари орасидан “тижорат сири эгаси” тушунчаси алоҳида муҳим ўринга эга. Бунда эгаси сўзининг ишлатилиши шу билан изоҳлаш мумкин, айнан эга ибораси тижорат сирига нисбатан муайян, мулк ҳуқуқидан фарқли, ҳуқуқлари бўлган шахснинг мақомини тўлиқ беради. Қонунчиликда кимлар “тижорат сири эгаси” бўлиши мумкинлиги ҳақида қонидани учратмаймиз. Лекин “тижорат сири” тушунчасидаги тижорат сўзи мазмунидан бундай маълумотлар тижорат, яъни тадбиркорлик фаолиятида ишлатиладиган маълумотлар бўлиши кераклиги англашилади. Тижорат сири эгаси мақомини ким олиши мумкин деган масалада турли фикрлар мавжуд.

А. А. Кузмин “тижорат сири ҳуқуқ томонидан ҳимоя қилинадиган объект сифатида корхонадан ташқари мавжуд бўлиши мумкин эмас, корхонадан ажратиб бўлмайди” деган фикри якка тартибдаги тадбиркорларни назарда тутмаганлиги боис анча баҳслидир.

В. А. Плаксин тижорат сири мулкдори ким бўлиши мумкинлиги масаласида “тижорат сири мулкдори бўлиб ҳар қандай юридик шахс мақомига эга бўлган хўжалик юритувчи субъект бўла олади, чунки айнан юридик шахслар тижорат сирини кўриқлашни тартибга солувчи локал норматив ҳужжатларни яратишга ҳақлидир” деган асосли фикрни билдирган.

Тижорат сири тижорат фаолиятида фойдаланиши боис бундай маълумотларнинг эгалари ҳам бевосита тижорат фаолияти билан шуғулланишларини талаб этади. Қонунчиликка мувофиқ тижорат ташкилотлари ва якка тартибдаги тадбиркорликлар, айрим ҳолларда эса нотижорат ташкилотлари ҳам тижорат фаолияти билан шуғулланишлари мумкин. Шундан келиб чиқадиган бўлсак, тижорат сири эгалари бўлиб юридик шахслар ва якка тартибдаги тадбиркорлар ҳисобланади. Айрим муаллифларда тижорат сири эгаси тушунчасига нисбатан таъриф берилган: “тижорат сири эгаси—бу тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи ва тижорат сири ҳисобланувчи ахборотга нисбатан монополь ҳуқуқга эга бўлган жисмоний (фуқаролигидан қатъий назар) ва юридик (тижорат ва нотижорат) шахслардир”,

таърифда юқоридаги шахсларнинг қандай ҳаракат бажариши лозимлиги тўғрисида қоида белгиланмаганлигини камчилик деб ҳисоблаймиз. РФ “Тижорат сири тўғрисида”ги қонуни 3-моддасида “тижорат сирини ташкил этувчи ахборот эгаси—тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни қонуний асосларда эгалловчи, бундай ахборотни олиш имкониятини чеклаб қўйган ва унга нисбатан тижорат сири режимини ўрнатган шахс” деган таъриф берилган, бунда айнан қандай шахслар тижорат сири эгаси бўлиши мумкинлиги очиқ англаш анча мушкулдир.

Юқоридаги фикрларга асосланган ҳолда тижорат сири эгаси тушунчасига нисбатан таърифни шакллантиришга ҳаракат қиламиз:

Тижорат сири эгаси—тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни қонуний асосларда эгалловчи ва монопол ҳуқуқларга эга бўлган, унга нисбатан тижорат сири режимини ўрнатган, тадбиркорлик фаолият билан шуғулланувчи юридик ва жисмоний шахслардир.

Тижорат сири эгаси тушунчасини ўрганиб чиққанимиздан сўнг, тижорат сирини ўз ваколатлари доирасида олган давлат органлари ва мансабдор шахсларига эътибор қаратиш лозим. Бунда шуни айтиш лозимки айнан қайси органлар бундай ҳуқуқга эгалиги норматив ҳужжатларда алоҳида белгиланмаган, лекин ўз фаолияти юзасидан тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни олиши мумкин бўлган йўналишдаги давлат органларини айтиб ўтиш мумкин. Булар қаторига солиқ, божхона, монополияга қарши, сертификатлаштириш, стандартлаштириш, сертификатлаштириш, статистика, табиатни муҳофаза қилувчи ва бошқа назорат қилувчи органларни киритишимиз мумкин. Шу ўринда қуйидаги мазмундаги таърифни шакллантириш мумкин: тижорат сири муносабатлари субъектлари бўлган давлат органлари ва мансабдор шахслари—бу ўз фаолиятларини амалга ошириш юзасидан тижорат сирини ташкил этувчи ахборотларни олиш ва муайян назоратни амалга ошириш ваколатига эга бўлган ҳамда мазкур ахборотларни ошкор этмаслик мажбуриятига эга бўлган шахслардир.

Шу ўринда тижорат сирига эгалик қандай асосларда юзага келишини кўришимиз керак. Тижорат сирига ҳуқуқнинг вужудга келиши пайти бўлиб, ҳуқуқ эгаси томонидан унинг тижорат қиймати туфайли олиниши чекланувчи ахборотни яратиш пайти ҳисобланади. Бунда тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни олиш бўйича тадбиркорлик фаолиятининг ҳуқуқий ҳамда мустақил, тизимли ва мақсадга йўналтирилганлик характери ҳисобга олиш муҳимдир. Бу шуни англатадики, тижорат сири яратилувчи инновацион фаолият қонуний асосларда амалга оширилиши керак. Махсус рухсат (лицензия) эга бўлмаган шахс томонидан ёки бошқа талаблар бузилиши мавжуд бўлган фаолият натижасида тижорат сири яратилса, бу тижорат сирини ташкил этувчи маълумотларни ноқонуний олиш деб тан олиниш керак.

Фаолиятнинг мустақиллиги тижорат сири шахс томонидан ўзи учун яратилиши, ҳуқуқлар эса ўз иродаси ва ўз манфаатлари йўлида олишини назарда тутди. Мустақиллик талаби тижорат сирини шахс ходими (ишчиси) томонидан, ўз меҳнат вазифаларини ижро этиш давомида олинса ҳам бажарилган ҳисобланади.

Фаолиятнинг тизимлилик характери тижорат сирини яратиш ижод маъсули бўлиши, билимлар ва тажрибадан фойдаланиши керак, бу эса умуммаълум ва очиқ ахбороти тўплаш ва қайта ишлаш фаолиятидан фарқланади.

Мақсадга йўналтирилганлик инновацион фаолият тавсифи бўлиб, ишлаб чиқариш сири (ноу-хау)ни олиш билан яқунланади, уларни ҳуқуқ эгаси тижорат сири режимида қўриқлайди ва рақобатбардош товар (иш, хизмат)ларни яратишда фойдаланилади. Бундай фаолият шахс томонидан ишлаб чиқиладиган инновацион

режалар ва илмий тадқиқотлар тажарибалар ва яратиш дастурлари билан тасдиқланади (масалан, маҳсулотнинг тажрибавий намунасини яратиш).

Амалиётда ҳуқуқ эгаси томонидан тижорат сири сифатида эътироф этилган ахборотни олишнинг мустақиллигини исбот қилиш масаласи юзасидан низолар кўпроқ келиб чиқади. Шунинг учун қонун доирасида тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда тижорат сирини мустақил олиш жараёнини ўрнатиш мақсадга мувофиқдир.

Хорижий доктрина ва амалиётда мустақил фаолият олиб бориш давомида тижорат сирини олишнинг бир қанча қонуний усуллари ажратиб кўрсатади, хусусан, 1) бошқа субъектларга боғлиқ бўлмаган ҳолда тижорат сири белгиларига жавоб берувчи ахборотни натижа сифатида олиш (баъзан мустақил очиш); 2) шартнома асосида олинган ўзганинг тижорат сирини қайта ишлаш (яхшилаш) натижасида янги тижорат сирини яратиш; 3) тижорат сирининг муҳим белгиларини ўзида акс эттирувчи объектлар (ашё)ни ҳуқуқга мос равишда таҳлил қилиш натижасида тижорат сирини олиш. Хорижий ҳуқуқий тартиботда тижорат сирини олишнинг қонуний усуллари ажратилиши, фикримизча, бизнинг мамлакатда тижорат сирини ҳуқуқий регламентациялашга катта таъсир ўтказиши (ресепсиявий аҳамиятга эга бўлиши) мумкин.

Тижорат сири эгаларида тижорат сири қандай усулларда пайдо бўлишини кўриб чиққач, тижорат сири эгаларида мавжуд бўлган ҳуқуқлар қандай характерга эга эканлигини ўрганишимиз лозим. Биринчи навбатда шуни айтиш лозимки, тижорат сирини ҳимоясига бўлган ҳуқуқ вужудга келиши учун ахборот эгаси томонидан унга нисбатан тижорат сири махфийлиги режимини ўрнатилган бўлишлиги биринчи даражадаги аҳамиятга эга. Чунки тижорат сири режими ўрнатилганлиги билан субъект ўзига тегишли ахборотни тижорат сири сифатида эътироф этишини барчага маълум қилади ва қонунда белгиланган талабларни бажарган бўлади.

Адабиётларда тижорат сирига бўлган ҳуқуқнинг моҳияти хусусида ягона фикр мавжуд эмас. Бу борадаги фикрларни умумлаштирадиган бўлсак, қуйидагича тасниф пайдо бўлади: 1) тижорат сири мутлақ ҳуқуқлар, яъни интеллектуал мулк объекти ҳисобланади; 2) “квазимутлақ ҳуқуқлар” объекти; 3) ахборотга нисбатан фактик монополия ҳуқуқи мавжуд бўлади. Мазкур фикрларни алоҳида ўрганиб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Тижорат сирига нисбатан ҳуқуқларни мутлақ ҳуқуқларни тан олиш тарафдори бўлган Йе. В. Шишмарева ўз тадқиқотларида тижорат сири эгасида ундан фойдаланиш юзасидан ҳуқуқларни мутлақ ҳуқуқлар деб тан олиш ва тижорат сири тўғрисидаги қонунчиликни интеллектуал мулк тўғрисидаги қонунчилик қисми сифатида эътироф этишни таклиф этади. РФ Фуқаролик кодекси ИВ қисми тижорат сирига нисбатан мутлақ ҳуқуқлар концепциясига амал қилган ҳолда, унга нисбатан мутлақ ҳуқуқлар мавжудлигини тан олди. Унга кўра тижорат сири эгасида ундан фойдаланиш юзасидан қонунда таъқиқланмаган ҳар қандай ҳаракатларни амалга ошириш, шу жумладан маҳсулотларни ишлаб чиқариш ҳамда ташкилий ва иқтисодий ечимларни тадбиқ этиш ваколати мавжуд бўлади. Тижорат сири бўлган ҳуқуқ комплекс характерга эга. У ўзида мулкый (мутлақ) ва шахсий номулкий ваколатларни ўзига сингдиради, бу эса тижорат сирига бўлган ҳуқуқнинг комплекс характерга эгалиги ҳақида гапиришга имкон беради.

“Квазимутлақ ҳуқуқлар” концепцияси тарафдорлари тижорат сирига нисбатан мутлақ ҳуқуқларнинг алоҳида кўриниши мавжуд бўлишини, бунда ахборот эгасида

ахборотга нисбатан чекланган доирадаги мутлақ ҳуқуқлар тегишли бўлишини таъкидлаб ўтишади.

Фактик монополия концепцияси тарафдорлари (Ҳ. Р. Раҳмонкулов, О. Оқюлов, Л. А. Крикун, М. П. Меггс, А. П. Сергеев) ўз қарашларини шу тарзда исботлашга ҳаракат қилишадики, унга кўра тижорат сири эгаси тижорат сирини ташкил этувчи ахборотдан фойдаланиши ҳуқуқлари ўзга шахсларга маълум бўлмаслиги шарти мавжуд бўлган ҳолатда амал қилади. Агар тижорат сири қонуний ёки ноқонуний усуллар орқали ошкор этилиши юз берса бунда тижорат сирига бўлган монополь ҳуқуқлар мавжуд бўлиши тугайди. Фактик монополь ҳолат шуни ифодалайдики, бунда тижорат жиҳатдан фойдали ахборот фақат битта ундан фойдаланиши мумкин бўлган субъектга тегишли бўлади, яъни фактик жиҳатдан у бошқа ҳеч кимга маълум бўлмайди. Тижорат сири режимини ўрнатувчи шахсдан патент ҳуқуқи эгалари олувчи ҳимоя усулларида фарқли ва ўзига хос жиҳатларга эга ҳимоя чораларини кўриши мумкин. Шу асосда тижорат сирини ўтказиш ёки лицензия бериш шартномасининг ўзига хос жиҳати бўлиб мутлақ ҳуқуқларни ўтказиш эмас, балки фойдаланиш бўйича ҳуқуқларни тақдим этиш кўринади. Ҳуқуқ эгасида фақат фактик монополия мавжуд бўлиб, бу унинг эгасида олиш имкониятини чеклаш чораларини кўриш ҳамда бошқа шахслардан ўрнатилган режимни бузмасликни талаб қилиш ҳуқуқини беради.

Бизнинг фикримизча юқоридаги концепциялардан фактик монополия тўғрисидаги қарашлар тижорат сирига бўлган ҳуқуқ моҳиятини тўлиқроқ даражада очиқ беради. Буни шу билан изоҳлаш мумкинки, тижорат сирига бўлган ҳуқуқнинг мавжуд бўлишининг асосий шартларидан бири бўлган учинчи шахсларга номаълум бўлиши талаби бузилганда ўз-ўзидан тижорат сири ошкор бўлган ҳолда унга нисбатан ҳуқуқлар ҳам тугайди, агар у мутлақ ҳуқуқлар сингари патент асосида ҳимоя этилганида ноқонуний асосда олинган кўрикланувчи ахборотдан фойдаланмаслик талабини қўйиш орқали ҳуқуқ ҳимоя қилинган бўлар эди. Тижорат сири тартибида ҳимоя қилинадиган ахборотларда эса ундан фойдаланиши мумкин бўлган шахсларга маълум бўлиши орқали бундай ахборот ўзининг алоҳида тижорат қийматини йўқотади ҳамда ҳимоя ҳуқуқидан маҳрум бўлиши ҳолати юз беради. Демак, тижорат сирига нисбатан ҳуқуқларни фактик монополия сифатида эътироф этиш энг тўғри йўл деган хулосага келиш мумкин.

Тижорат сири эгасининг ҳуқуқлари тўғрисида сўз юритадиган бўлсак, улар анча хилма-хил ва кенг қамролидир. Тижорат сири эгаси ўзига тегишли ахборотни ҳимоя қилиш юзасидан чораларни қўллаганида, яъни ахборотнинг махфийлиги ҳуқуқий режимини ўрнатгач муайян ҳуқуқлар пайдо бўлади. Уларнинг чет эл мамлакатлари қонунчилиги ва амалиёти ҳамда тижорат сирининг моҳиятидан келиб чиққан ҳолда рўйхатини ишлаб чиқишимиз мумкин:

1) қонунчиликка мувофиқ ёзма шаклда равишда тижорат сири режимини ўрнатиш, ўзгартириш ва бекор қилиш;

2) тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни ўз эҳтиёжлари учун, қонунчиликка зид келмаган тартибда ишлатиш, шу жумладан, тижорат муомаласига киритиш;

3) тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни олиш имконияти берилган юридик ва жисмоний шахслардан, тижорат сири тақдим этилган давлат ҳокимияти органлари, бошқа давлат органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти органларидан унинг махфийлигини кўриклаш бўйича мажбуриятларини бажарилишини талаб қилиш;

4) тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни олишга рухсат бериш ва таъқиқлаш, бундай ахборотни олиш тартиби ва шартларини белгилаш;

5) махфийликни кўриқлаш бўйича шартларни назарда тутувчи шартномалар асосида тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни фуқаролик муомаласига киритиш;

6) учинчи шахслар томонидан тижорат сирини ташкил этувчи ахборот ошкор этилганда, ноқонуний олинганда ёки фойдаланилганда ўз ҳуқуқларини қонунчиликда белгиланган тартибда ҳимоя қилиш, шу жумладан ҳуқуқлари бузилиши туфайли етказилган зарарни қоплашни талаб қилиш.

Мазкур ҳуқуқлар рўйхати тўлиқ бўлмай тижорат сирига нисбатан ҳуқуқ эгаларида қонунда белгиланган бошқа ҳуқуқ ва ваколатлар бўлиши мумкин.

Тижорат сирини эгаларида ўзига тегишли ахборотга нисбатан ҳуқуқлар бўлгани каби муайян даражада қонунчиликда белгиланган ҳамда қонунчиликда белгиланмаган бўлсада унинг моҳиятидан келиб чиқувчи мажбуриятлар бўлиб, уларнинг бажарилиши ҳуқуқ эгаси учун таъсир чораларини қўллаш таҳдиди билан мажбурийдир. Тижорат сирини эгаларининг мажбуриятларига қуйидагиларни киритишимиз мумкин:

1) бошқа шахсларнинг қонун билан кўриқланадиган ҳуқуқлари ва манфаатларини бузмаслик;

2) тижорат сирини кўриқлаш учун одамларнинг ҳаёти ва соғлиғига зарар етказиши мумкин бўлган воситалар қўлламаслик;

3) тижорат сирини ташкил этувчи ахборотларнинг махфийлигини таъминлаш учун чоралар кўриш;

4) тижорат сирини ташкил этувчи ахборотни давлат ҳокимияти ва бошқарув органлари, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари, ҳуқуқни муҳофаза қилувчи органлар сўрови бўйича қонунда белгиланган ваколатлари доирасида тақдим этиш;

5) олдин тижорат сирини ҳисобланган, лекин қонунчиликда белгиланган тартибда давлат сирига киритилган маълумотларни махфийлаштириш бўйича чоралар кўриш.

Тижорат сирини эгалари ахборотга нисбатан ўз ҳуқуқ ва мажбуриятларини бажаришларига қараб уларнинг ахборотга қандай муносабатда бўлишлари ва ундан фойдаланишдан манфаатдорликнинг қандай даражада эканлигини кўрсатиб беради, чунки ҳуқуқ ва мажбуриятларни амалга оширилиши орқали шахснинг мазкур ахборотга нисбатан қанчалик даражада қизиқишини очиқ беради.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясининг 53-моддасида: "Бозор муносабатларини ривожлантиришга қаратилган Ўзбекистон иқтисодиётининг негизини хилма-хил шакллардаги мулк ташкил этади. Давлат истеъмолчиларнинг ҳуқуқи устунлигини ҳисобга олиб, иқтисодий фаолият, тадбиркорлик ва меҳнат қилиш эркинлигини, барча мулк шакллариининг тенг ҳуқуқлилигини ва ҳуқуқий жиҳатдан баб-баравар муҳофаза этилишини кафолатлайди", – деб белгиланган.

Бу қонуннинг амалдаги тасдиғини сўнгги йилларда мамлакатимиз иқтисодиётида кичик бизнес ва хусусий тармоқ кўлами ҳамда ҳажми салмоқли даражада ўсиб бораётганида ҳам кўриш мумкин. Бугунги кунда тадбиркорлик, хусусан, савдо ва хизмат кўрсатиш билан шуғулланувчи шахсларга давлат томонидан бир қанча афзалликлар яратиб берилмоқда, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишнинг ҳуқуқий кафолатлари қонун даражасида мустаҳкамланмоқда.

Жумладан, тадбиркорлар манфаатини ҳимоя қилиш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Жиноят кодексининг 191-моддасида сир тутиладиган фан-техника, ишлаб чиқариш, иқтисодиёт, савдога оид ёки бошқа шу каби ахборотларни эгасининг розилигисиз ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш мақсадида ҳар қандай усулда тўплаганлик учун жиноий жавобгарлик белгиланган. Жиноят кодексининг мазкур моддаси билан 2004 йил – 4 та, 2005 йил – 1 та, 2006 йил – 2 та, 2008 йилда эса 6 та

жиноят иши кўзғатилган. Маълумотлардан ҳам кўриниб турибдики, мазкур жиноят сони ҳозир кўпайиб бормоқда. Ваҳоланки, "Тадбиркорлик фаолияти эркинлигининг кафолатлари тўғрисида"ги Қонуннинг 37-моддасида: "Тижорат сир бўлган, учинчи шахсларга маълум бўлмаган ахборот (ошкор этилмаган ахборот) учинчи шахсларга маълум эмаслиги, қонуний асосда ундан эркин фойдалана олиш мумкин эмаслиги ҳамда ахборотнинг эгаси унинг махфийлигини муҳофаза қилиш чораларини кўраётганлиги туфайли ҳақиқий ёки потенциал тижорат қийматига эга бўлган ҳолларда ҳимоя қилинади", – деб белгиланган.

Сир тутилган ахборотларни эгасининг розилигисиз ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш мақсадида тўплаганлик жиноятининг предмети сир тутиладиган фан-техника, ишлаб чиқариш, иктисодиёт, савдога оид ёки бошқа шу каби ахборотлардан иборат. Мазкур ахборотга чиқарилаётган ёки чиқарилиши кўзда тутилган саноат маҳсулотларининг умумий тавсифи, назарда тутилган олди-сотди ва битимлар тузишда энг кам қилиб белгиланган баҳолар, шартнома (контракт)лар бўйича банк фоизларининг нормаси ва ҳоказолар тўғрисидаги маълумотлар тааллуқли бўлиши мумкин.

Таъкидлаш жоизки, мазкур жиноятнинг предметиға ихтирочилик ва рационализаторлик таклифларининг ўзи, чоп этишга мўлжалланган материаллар, шунингдек, уларни расмий равишда рўйхатдан ўтказиш ёки нашр этишгача ошкор этилган маълумотлар кирмайди. Бу каби маълумотлар қонунга ҳилоф равишда ўзлаштириш ёки ошкор этиш мақсадида тўпланганда ушбу қилмишни муаллифлик ёки ихтирочилик ҳуқуқларини бузиш сифатида Жиноят кодексининг 149-моддаси бўйича баҳолаш лозим.

Агар ахборот учинчи шахсларга маълум бўлмагани сабабли ҳақиқий ёки потенциал тижорат қийматига эга бўлса, қонуний асосда ундан эркин фойдалана олиш мумкин бўлмаса ҳамда ахборотнинг эгаси унинг махфийлигини муҳофаза қилиш чораларини кўрган бўлса, у сир тутиладиган ахборот сифатида тан олинади. Башарти муайян ахборотдан даромад олиш мақсадида фойдаланилаётган ёхуд фойдаланилиши мумкин бўлса, у тижорат қийматига эга деб ҳисобланади.

Муайян ахборотни сир тутиладиган ахборот деб тан олиш учун унинг эгаси муҳофаза қилиш чораларини кўрганини (ундан фойдаланувчи шахслар доирасини чеклагани, уни маълум ҳудуд доирасидан олиб чиқиб кетиш ёки тарқатишни тақиқлагани ва бошқалар) аниқлаш муҳимки, акс ҳолда ушбу ахборотга сир тутиладиган ахборот мақомини бериб бўлмайди. Эркин олиш мумкин бўлган ахборотлар (ҳар қандай шахс қонунда белгиланган тартибда олиши мумкин бўлган ахборот) ҳамда барчага маълум бўлган ахборотлар (уларни қўлга киритиш бирон-бир махсус талабларга риоя этиш ёки шартларни бажариш билан боғлиқ эмас) сир тутиладиган ахборот бўлмайди.

Давлат сирини ташкил этувчи ахборотларга нисбатан махсус ҳуқуқий тартиб белгиланган бўлиб, уларнинг бузилиши билан боғлиқ жиноятлар ишнинг аниқ вазиятларидан келиб чиқиб, Жиноят кодексининг 160, 162 ёки 163-моддалари бўйича таснифланиши мумкин. Бироқ Жиноят кодексида сир тутиладиган ахборот сифатида тан олинadиган маълумотларнинг тўлиқ рўйхати мавжуд эмас, уларни белгилаш ҳар бир аниқ вазиятда суриштирувчи, терговчи, прокурор ёки суд зиммасига юкланган. Бунда улар сир тутиладиган ахборотнинг бошқа ҳар қандай маълумотлардан фарқловчи мезонларидан келиб чиқиб қарор қабул қилишлари зарур.

Хусусан, адвокатлик ёхуд журналистлик сирига тегишли ахборотни қонунга ҳилоф равишда тўплаш ва ундан фойдаланиш бўйича ҳуқуқбузарнинг хатти-

ҳаракатларини Жиноят кодексининг 191-моддаси билан таснифлаш мумкин эмас. Зеро, бундай ахборотнинг асосий мақсади фойда олиш ҳисобланмайди. Умуман, бу борадаги ижтимоий муносабатлар бир қатор қонунчилик ҳужжатлари билан тартибга солинади. Хусусан, Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 24 апрелдаги "Ахборот олиш қафолатлари ва эркинлиги тўғрисида"ги, 2002 йил 12 декабрдаги "Ахборот эркинлиги принциплари ва қафолатлари тўғрисида"ги, 2003 йил 11 декабрдаги "Ахборотлаштириш тўғрисида"ги қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1997 йил 23 июлдаги "Ахборот тизимлари соҳасини қайта ташкил этиш ва бошқаришни такомиллаштиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида"ги Фармони, Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 26 мартдаги "Ўзбекистон Республикаси ахборот ресурсларини тайёрлаш ва уларни маълумотларни узатиш тармоқларида, шу жумладан, интернетда тарқатиш тартиби тўғрисидаги низомни тасдиқлаш тўғрисида"ги, 2004 йил 7 майдаги "Ўзбекистон алоқа ва ахборотлаштириш агентлиги фаолиятини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги қарорлари, Давлат ахборот ресурсларини шакллантириш тартиби тўғрисидаги Низом (Вазирлар Маҳкамасининг 2005 йил 22 ноябрдаги 256-қарорига 1-илова) шулар сирасига киради.

Қонунга ҳилоф равишда ахборот тўплаш, уни ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш жинояти объектив томондан қуйидаги ҳаракатлар орқали содир этилади:

- сир тутиладиган фан-техника, ишлаб чиқариш, иқтисодиёт, савдога оид ёки бошқа шу каби ахборотни эгасининг розилигисиз ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш мақсадида ҳар қандай усулда тўплаш;

- сир тутиладиган фан-техникага, ишлаб чиқариш, иқтисодиёт, савдога оид ва бошқа шу каби ахборотни эгасининг розилигисиз қасддан ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш (бу ҳўжалик юритувчи субъектга кўп миқдорда зарар етказса).

Қонунга ҳилоф равишда ахборот тўплаш, уни ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш жиноятининг субъекти сифатида ўн олти ёшга тўлган, рухий соғлом ҳамда сир тутиладиган ахборотга қонуний (қасбий ёки хизмат фаолияти билан боғлиқ) ёхуд қонунга ҳилоф равишда эғалик қилаётган жисмоний шахсларни эътироф этиш мумкин.

Агар сир тутиладиган ахборотни мансабдор шахс ёхуд бу маълумотларни бажараётган вазифаси туфайли оладиган масъул мансабдор шахс ошкор қилса ёхуд ундан фойдаланса, содир этилган қилмиш, жиноятлар мажмуи бўйича ҳокимият ёки мансаб ваколати доирасидан четга чиқиш аломатлари мавжуд бўлгани ҳолда, Жиноят кодексининг 209 ва 191-моддаси 2-қисмидаги белгилар билан таснифланиши лозим.

Жиноят кодексининг 191-моддаси 1-қисмида назарда тутилган ушбу жиноят субъектив томондан фақат қасддан содир этилади. Айбдор шахс сир тутилаётган ахборотни ошкор қилиши ёки ундан фойдаланиши натижасида сир тутиладиган ахборот эгасига кўп миқдорда зарар етказишини билади, шуни хоҳлайди ёхуд онгли равишда шунга йўл қўяди. Агар сир тутиладиган ахборот эҳтиёцизлик оқибатида бошқаларга ошкор этилса, мазкур модда билан жавобгарликка тортиш истисно қилинади.

Амалдаги кодекс нормаси тадбиркорларнинг ҳуқуқ ва манфаатларини таъминлашга қаратилган. Унинг таркибига сир тутиладиган фан-техникага, ишлаб чиқариш, иқтисодиёт, савдога оид ва бошқа шу каби ахборотни эгасининг розилигисиз қасддан ошкор қилиш ёки ундан фойдаланиш натижасида ҳўжалик юритувчи субъектга жуда кўп миқдорда зарар етказган қилмишлар учун жавобгарлик чораларини киритиш мақсадга мувофиқ. Бунинг учун Жиноят кодексининг 191-моддасига миқдор кўрсаткичини, яъни "жуда кўп миқдор"ни киритиш мақсадга

мувофиқ ва бу айбдор шахсларга қилмишининг даражасига қараб одилона жазо белгиланишини таъминлайди.

2.2.Тижорат таваккалчилиги.

Бозор иқтисодиёти тасодифлардан холи эмас. Бозорда фаолият кўрсатаётган фирмалар ҳар хил вазиятга тушиб қолиши мумкин. Фирманинг иши юришиб, тезда бой фирмага айланиши ёки зарарга йўлиқиб, бор-будидан ажралиб қолиши ҳам ҳеч гап эмас. Тадбиркорлик хатари ҳам мана шунда. Бу хатарни бартараф этиб бўлмайди, аммо уни камайтириш мумкин. Бунинг учун бирон ишга қўл уришдан аввал унинг ижобий ва салбий томонларини ҳисобга олиш талаб қилинади.

Доимий хатар хавфи фирмаларнинг хушёр тортишга мажбур қилиб, зийраклик талаб қилади. Хатар, биринчидан фирма ишини ўқувсиз юритишдан, иккинчидан, фирмага боғлиқ бўлмаган ҳолда вазиятнинг ўзгаришидан, яъни бозорда ноаниқлик бўлишидан келиб чиқади. Бозордаги товарлар ва ресурслар нархининг кутилмаганда ўзгариб қолиши, миқдорлар ва шерикларнинг айланиб кетиши, солиқлар ва бож пулининг ўзгариши, халқаро вазиятнинг кескинлашуви кабилар хатарни юзага чиқаради.

Хатарнинг олдини ола билиш ёки уни енгиб ўтиш ҳамма фирманинг ҳам қўлидан келавермайди. Фирмалар йўлиқадиган хатарни уч турга бўлиш мумкин.

1. Ишлаб чиқариш хатари. Бу мўлжалланган ҳажмда ва керакли турдаги товарларни яратишга раҳна солувчи хавф-хатар.

2. Молиявий хатар. Фирма молия бозорида ва солиқ тўлаш соҳасида йўлиқадиган хавф-хатардир. Масалан, фирма мўлжалланган кредитини ола билмайди, фоизи ортиб кетади, фирма аксиясининг нархи тушади, давлатдан молиявий ёрдам тегмай қолади, натижада фирма хатар гирдобига тушиб қолади.

3. Тижорат хатари. Тижорат фаолиятида кўпгина ҳолатларни олдиндан аниқлаш, аниқ режалаштириш, бозор ҳолатини олдиндан аниқ билиш иложи бўлмайди.

Шунинг учун айрим ҳолатларда тижоратчилар таваккал қилиб фаолият кўрсатадилар. Таваккал қилиш оқибатида зарар кўриш ҳам мумкин. Тадбиркорларнинг энг асосий ва ижобий ҳислатлардан бири бу таваккалчилик. Кўпгина ҳолларда тадбиркорлар томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулот ва товарларни сотиш жараёнида вужудга келади. Бу таваккалчиликнинг юзага келиши сабаблари:

- бозор конъюнктураси ўзгариши оқибатида сотиш ҳажмининг пасайиб бориши;
- товарлар баҳоси ортиши;
- товарлар сотиб олиш ҳажмини кўзда тутилмаган ҳолда пасайишини вужудга келиши;
- муомала жараёнида товарлар йўқотилиши.

Юқорида айтилганидек, бозорда фаолият кўрсатаётган ҳар қандай фирмага хатар соя ташлаб туради. Ундан қутилиш мумкин бўлмасада, унинг таъсирини камайтириш имкони бор ва бу фирманинг ўзига боғлиқ.

Хатарнинг энг ҳалокатлиси инқирозга юз тутиш, синиш хавф-хатаридир.

Биронта ишга пул сарфлашдан олдин зарар эҳтимолини имкони борица камайитиришнинг ҳар хил йўл-йўриқлари ишлаб чиқилади. Энг аввал фирма хатарни четлаб ўтиш йўлларини ахтаради. Қаерга, қанча пул қўйиш, қайси соҳада иш бошлашдан олдин қаерларда иш қандай кетаётганлиги ўрганилади, ахборот

тўпланади. Ахборот товар нархи, савдо ҳажми, рақобатчилик вазияти, ҳаражатлар даражаси, бозорнинг кенгайиши имконияти, ресурслар нархи, реклама ҳолати ва бошқа соҳаларни қамрайди. Шуларни таҳлил этиб, пул қўйиш ёки қўймасликка аҳд қилинади. Бунда синалган йўллардан бири – пул фойда кўп бўлмаса-да, хатари энг кам ишга қўйишади. Бошқа йўл – тижорат хатарини суғурталаш ҳисобланади.

Таваккалчиликдан келган зарарларни қоплаш учун махсус фондлар, шартномалар тузилади.

Хатарга йўлиқмаслик кафолати йўқ, аммо уни камайтириш йўлларида қайси бирини афзал куриш фирманинг иши ҳисобланади.

2.3. Тижоратда рақобат.

Тижорат фаолиятида рақобат муҳим аҳамият касб этади. **Рақобат** – бу бозор иқтисодиётида ўз мавқеини мустаҳкамлаш, юқори манфаатдор бўлиш учун олиб борадиган фаолиятдир. Савдо соҳасида рақобат сифатли, арзон товар сотиш, харидорларга қулай хизмат кўрсатиш йўналишларида олиб борилади. Рақобат таркиб топиши учун қуйидаги шароитлар бўлиши зарур, яъни, биринчидан, мустақил иш кўрадиган турли мулкый шаклдаги савдо корхоналарининг кўп бўлиши, иккинчидан монопол фаолиятини чекланганлиги, учинчидан иқтисодий ва товар танқислигининг бўлмаслиги. Рақобат ҳалол ва ғирром рақобат шаклида бўлиши мумкин. Бозор иқтисодиёти ҳалол рақобатдан манфаатдор бўлиши учун, давлат керакли чораларни кўради. Ғирром рақобат қонунга ҳилоф усуллар ёрдамида олиб борилади: алдаш, даромадларни яшириш, жосуслик, рекет ва бошқалар.

Ўзбекистонда ҳалол рақобатни таркиб топиши учун зарурий қонунлар ишлаб чиқилмоқда. Булар жумласига «Монопол фаолиятни чеклаш ва рақобатни ривожланиш тўғрисида»ги қонуни киради. Монополия – бу савдода танҳо ҳукмрон бўлиш, сотиб олиш ва сотишни ўз қўлида йиғиш. Монополия бозорни чеклайди, қонунларни тўғри ҳаракат қилишига ғов бўлади, савдо маданиятини пасайишига олиб келади.

Ҳалол рақобатда маданий усуллар қўлланилади. Бу усуллардан нарх воситасида рақобатлашув, товар сифатини ошириш орқали курашиш сервис (хизмат кўрсатиш) орқали беллашув кенг тарқалган. Бу усуллардан алоҳида-алоҳида эмас, балки биргаликда фойдаланиш ҳам қўлланилади. Товар сифатини ошириш орқали рақобатлашув катта аҳамият касб этади, чунки аҳолининг харид қобиляти юқори бўлиб, қиммат товарларни ҳам сотиб олишга қурби етади. Товар сифатини ошириб бориш доимий равишда товарлар таркибини янгилаб туришни ҳам талаб қилади. Товарнинг сифати деганда унинг дизайни, истеъмол учун қулайлиги, узоқ ва ишончли хизмат қилиши, экологик тоза бўлиши кабилар тушунилади. Техникавий товарлар учун ихчамлик, кўп жой эгалламаслик, шовқинсиз ишлаш, энергия ва ёнилғи сарфи камлиги ўта муҳим.

Сервис воситаси, товарни ишлатишда хизмат кўрсатиш ёки ишлатишни қулайлаштириш билан рақобат қилиш тез тарқалиб бораётган усулдир. Техникавий товарлар сотилганда, уларни ишлатиш юзасидан хизматлар кўрсатилади. Товарни харидор дидига мослаштириш, уйига элтиб бериш, уларни ишга тушириш, бепул таъмирлаб туриш каби хизматлар кўрсатилади ва бу хизматларни ким яхши бажариши юзасидан рақобат боради. Рақобатлашув усули қанчалик самарали бўлса ғолиб чиқиш имконияти шунчалик кўп бўлади.

Ҳозирги рақобат курашида товар рекламасига алоҳида эътибор берилади. Реклама товарнинг нафлиги ҳақида оқилона ахборот бўлиб, турли йўллар билан ҳаридорга етказилади.

Фирмалар рақобат туфайли янгиликни жорий этишга мажбур бўладилар, чунки бозордан ўз рақибини суриб чиқариш учун нисбатан сифатли ва арзон товарни таклиф этиш шарт. Бунинг учун, ўз навбатида, меҳнат унумдорлигини ошириш, янги модадаги товарларни яратиш, илгари ишлаб чиқарилган товарларни модернизациялаш талаб этилади.

Шундай қилиб, рақобатда унумдорликни ошириш ва сифатни яхшилашга интилиш иқтисодий ўсишни таъминлайди.

2.4. Тижорат вазиятлари.

Тижорат фаолияти мураккаб ҳисобланади ва кўпгина омилларга боғлиқ бўлади. Товар олди-сотди ва хизмат кўрсатиш жараёнига ижтимоий-иқтисодий, табиий, миллий ва бошқа бир қанча омиллар таъсир кўрсатиб маълум бир вазиятни юзага келтиради.

Тижорат вазияти – бу омиллар таъсири остида юзага келган ҳолатдир. Вазият қулай ва ноқулай, оддий ва мураккаб, фавқулодда турларга бўлиши мумкин. Қулай тижорат вазияти товар ишлаб чиқариш, сотиш ва хизмат кўрсатишни муваффақиятли ва самарали олиб боришга имкон беради, товар айланиши тезлашади, фойда даражаси юқори бўлади, ноқулай шароитда эса, бунинг тескариси бўлиши мумкин. Оддий тижорат вазияти кам омиллар таъсири остида рўй бериб, тез-тез учраб туриши мумкин, ҳаракат қилиши унга қийинчилик туғдирмайди. Мураккаб тижорат шароити жуда кўп омиллар таъсири туфайли вужудга келиб, ечилиш йўли оғир бўлади (нарх, пулнинг кадрсизланиши, ишлаб чиқаришнинг хаддан ошиб кетиши ёки камайиши).

2.5. Тижоратда ечимлар.

Тижорат ечимларни ишлаб чиқиш мутахассислар томонидан замонавий техника асосида олиб борилади. Бу ечимларнинг оқилона ва самарали бўлиши аввало мутахассис даражасига ва уларнинг ахборот билан таъминланишига боғлиқ.

Савдода тижорат ечимларини ишлаб чиқиш билан бошқарув идораларда махсус бўлимлар, бошқармалар, айрим мутахассислар шуғулланади. Консерн, вилоят матлубот уюшмалари ва улгуржи савдо корхоналарида савдо бўлимлари ёки айрим товар гуруҳлари бўйича бўлимлар мавжуд бўлади. Идораларда, акционерлик матлубот жамиятларида мутахассислар ва шахсан савдо мудир, товаршунослар тижорат шароитларида ечим ишлаб чиқиш билан шуғулланадилар. Чакана савдо корхоналарида эса магазин мудирлари, сотувчилар тижорат фаолиятида иш олиб борадилар.

Айрим савдо ташкилотларида тижорат фаолиятини яхшироқ олиб бориш учун тижорат раҳбари (директори) лавозими ташкил қилинган. Бу ходим корхона раҳбарининг уринбосари ҳисобланади.

Тижоратчи мутахассислар фаолиятининг самарали бўлиши зарур бўлган ҳамма ахборотларни ўз вақтида олиши ва уларни қайта ишлашига боғлиқ. Шунинг учун замонавий ахборот банклари бўлиши ва улар билан алоқа компьютер орқали бўлиши керак. Савдо корхоналарида, айниқса компьютер ва телефакс ўрнатилган бўлиши лозим.

Тижорат ечимларини мутахассислар кўпчилик бўлиб биргаликда ёки якка тартибда ишлаб чиқишлари мумкин. Мураккаб шароитдаги ечимларни кўпчилик бўлиб, оддийларини эса якка тартибда ҳал қилиш мақсадга мувофиқдир.

Тижорат фаолияти олиб боришда оқилона ечимлар қабул қилиш ва шу асосда ҳаракат қилиш муҳим шартдир. **Тижорат ечимлари** – бу маълум бир шароитда қабул қилинган қарордир. Вазиятга қараб тижорат ечимлари оддий ва мураккаб, бир маротабали ечимларга бўлиниши мумкин. Тижорат ечимларининг энг асосий хусусиятларидан бири кўп вариантлигидир. Бир хилдаги масалани бир неча йўналишда ҳал қилиш мумкин ва натижасининг бир хил бўлишини таъминлаш мумкин. Лекин, охириги ечимни қабул қилиш учун экспертнинг хулосаси бўлиши зарур.

Шуни қайд қилиш керакки, ечимларнинг натижаси ҳамма вақт ҳам ижобий бўлиб чиқмайди, чунки тижорат хавфга ёки таваккалчиликка йўл қўйилган бўлади. Демак товар сотиш ва сотиб олиш фаолиятида зарар кўриш хавфи бор бўлиб, бирданига товар нархи тушиши ёки солиқлар тўлаш фойзининг ошиб кетиши мумкин. Бундай хатарни олдини олиш учун корхона маълум чораларни олдиндан кўриши лозимдир. Одатда иқтисодий хатарни олдини олиш учун корхона маълум миқдорда маблағ ажратади ва шу маблағни таваккалчилик жамгармаси дейилади. Бозор иқтисодиётида кўпгина корхоналар шундай жамгарма ёрдамида ўз фаолиятларини унглаб оладилар ва инқироз ёки ёпилиш хавфидан кутиладилар. Тижоратда таваккалчилик объекти ҳарактерига эга бўлиб, бозорга ўтиш ва бозор шароитида рўй беради, чунки ўзаро хўжалик муносабатларни ўрнатиш, товар ишлаб чиқариш, сотиш эркин ва рақобатли ҳолда олиб борилади в хавф тўғилиши табиийдир.

Тижорат ечимларни ишлаб чиқиш мутахассислар томонидан замонавий техника асосида олиб борилади. Бу ечимларнинг оқилона ва самарали бўлиши аввало мутахассис даражасига ва уларнинг ахборот билан таъминланишига боғлиқ.

Савдода тижорат ечимларини ишлаб чиқиш учун бошқарув идораларда махсус бўлимлар, бошқармалар, айрим мутахассислар шуғулланади. Консерн, улгуржи в чакана савдо корхоналарида савдо бўлимлари мавжуд бўлади. Идораларда, улгуржи савдо корхоналарида савдо мудир, тадбиркорлар тижорат шароитларида ечим ишлаб чиқиш билан шуғулланадилар. Чакана савдо корхоналарида эса дўкон эгалари, сотувчилар тижорат фаолиятида иш олиб борадилар.

Айрим савдо ташкилотларида, ишлаб чиқариш корхоналарида тижорат фаолиятини яхшироқ олиб бориш учун тижорат раҳбари лавозими ташкил қилинган. Бу ходим корхона раҳбарининг ўринбосари ҳисобланади.

Тижоратчи мутахассислар фаолиятининг самарали бўлиши зарур бўлган ҳамма ахборотларни ўз вақтида олиши ва уларни қайта ишлашига боғлиқ. Шунинг учун замонавий ахборот банклари бўлиши ва улар билан алоқа компютер орқали бўлиши керак. Савдо корхоналарида, айниқса компютер ва телефакс ўрнатилган бўлиши лозим.

Тижорат ечимларини мутахассислар кўпчилик бўлиб биргаликда ёки якка тартибда ишлаб чиқишлари мумкин. Мураккаб шароитдаги ечимларни кўпчилик бўлиб, оддийларини эса якка тартибда ҳал қилиш мақсадга мувофиқдир.

Тижорат фаолияти олиб боришда ва айниқса ечимларни қабул қилишда мутахассислар моделлаштириш ва ишбилармонлик уйини усулларида кенг фойдаланишлари керак.

Таянч иборалар: тижорат категориялари, тижорат сири, тижорат вазияти, рақобат, тижорат ечимлари.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Тижорат фаолиятини ривожланиш даврлари ва уларни ўзига хос хусусиятларини изоҳлаб беринг.
2. Тижорат фаолиятини асосий функциялари нима?
3. Тижорат фаолиятига таъсир этувчи омилларни айтиб беринг.
4. Тижоратнинг таркибий қисмлари деганда нимани тушунасиз?
5. Тижорат фаолиятида рақобатнинг асосий йўналишлари нималардан иборат.
6. Тижорат таваккалчилиги нима ва уларга таъсир этувчи омиллар.
7. Тижорат вазиятларини изоҳлаб беринг.
8. Тижорат сири нима?
9. Ўзбекистон Республикасининг қонун ҳужжатларида тижорат сири қандай ҳимояланган?
10. Қандай ахборотлар тижорат сири ҳисобланади?
11. Қайси мақсадда тижорат корхонасини ахборотлари сир сақланади?
12. Савдода монополияни чеклашнинг аҳамияти нимадан иборат?

Мавзу-4: Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати

Режа:

1. Товар ассортиментининг моҳияти ва турлари.
2. Нарх ва унинг турлари.
3. Товар сифати ва уни ошириш йўллари.
4. Маҳсулотнинг бозордаги сифати, рақобатбардошлик кўрсаткичи.

1. Товар ассортиментининг моҳияти ва турлари

Товар сотиш учун, алмаштириш учун атайин ишлаб чиқарилган маҳсулотдир, у бошқалар эҳтиёжини қондиришга мўлжалланган алмаштириш орқали истеъмол қилинадиган меҳнат маҳсулидир. Буюмнинг товар бўлиши учун маҳсулотда иккиёқлама хусусият мужассамлашуви лозим: бир томонидан, товар сотиш учун яратилган меҳнат маҳсулидир, айни чоғда иккинчи томонидан, бирон бир эҳтиёжни (оёқ кийими, уст кийими, нон, туз, уй-жой, китоб ва хоказо) қондирадиган нарсадир.

Товар – икки хусусиятга эга:

1. биринчи хусусият – қиймат;
2. иккинчи хусусият – истеъмол қиймат.

Товар деб, сотиш учун ишлаб чиқарилган меҳнат маҳсулига айтилади. Ҳозирги вақтда бу ибора кенгроқ маънода ишлатилади: яъни аҳоли эҳтиёжини қондириш мумкин бўлган ва бозорга чиқарилиши мумкин бўлган ҳамма нарса товар дейилади. Бунга ҳамма истеъмол моллари товарлари, физик объектлар, хизматлар, шахслар, жойлар, ташкилотлари, ғоялар киради.

Товар бу умумий тушунча. Шу сабабли товар бирлиги деган ибора мавжуд. Товар бирлиги – товарнинг алоҳида, яхлит қисми бўлиб, ташқи кўриниши, баҳоси, оғирлиги каби белгилари билан тавсифланади.

Шу сабабли маркетингларни товар бирлиги кўпроқ қизиқтиради. Товар истеъмолчи эҳтиёжини қондириш даражасига етиб бориши учун унга босқичдан ўтади:

1. Ўйлаб қўйилган товар. Бунда товарни ишлаб чиқаришдан ва сотишдан қандай фойда келиши мумкинлиги ҳисоб-китоб қилинади.

2. Реал тайёр қилинган товар. Бу босқичда товарнинг сифати, ташқи кўриниши, хусусиятлари, ўрами, маркаси қандай бўлиши, унинг рақобатбардошлиги ҳисобга олинади.

3. Тайёрланган товарнинг мустаҳкамланиши. Аввало унга кафолат берилади, монтаж қилиш масалалари кўрсатилади, кредитга бериш мумкинлиги ва етказиб бериш масалалари кўзда тутилади, ундан ташқари сотилгандан кейинги хизмат кўрсатиш.

Фирмаларнинг асосий вазифаси – ушбу белгиларга эътибор беришлари керак.

Товарлар ассортименти деб айрим белгилари билан бирлашган турли товар йиғиндисига айтилади. Масалан, уй хўжалигини жиҳозлаш учун ишлатиладиган стол, стул, кроват, шкаф, диван ва бошқа мебел товарлар ассортиментини ташкил этади.

Товарлар ассортименти қуйидаги белгилар бўйича бир неча турларга бўлинади:

И. Шаклланиш белгисига кўра:

- ишлаб чиқариш ассортименти;
- савдо ассортименти.

Саноат ва қишлоқ хўжалигини турли тармоқларидан улгуржи савдо ташкилотларига келаётган товарлар йиғиндисига ишлаб чиқариш ассортименти дейилади.

ИИ. Товарлар ассортименти ҳажми белгиси бўйича:

- оддий ассортиментдаги товарлар;
- мураккаб ассортиментдаги товарларга бўлинади.

ИИИ. Товарларни ҳарид қилишнинг оммавийлиги даражаси ёки товарларга бўлган талабнинг оммавийлик белгисига кўра:

- кундалик эҳтиёж учун зарур бўлган товарлар, нон, туз, гугурт, совун ва бошқалар;
- даврий эҳтиёж товарларга, газлама, кийим-кечак, поябзал ва бошқалар;
- аҳён-аҳёнда эҳтиёж тўғиладиган товарларга, автомобил, мебел, мотоцикл ва бошқалар;
- мавсумий товарларга, кишки палто, кишки поябзал ва бошқалар;
- асосий ва ҳамроҳ товарларга бўлинади.

Асосий товарлар дўкон типининг профилини белгилаб беради, ҳамроҳ товарлар эса асосий товарлар ассортиментини тўлдиради ва харидорларга хизмат кўрсатиш маданиятини оширишга ёрдам беради. Масалан, асосий товар поябзал бўлса, ҳамроҳ товар эса пайпоқ, крем, ботинка ипи бўлади.

Улгуржи ва чакана савдо тармоғига келиб тушадиган товарлар ассортиментини бошқариш тижоратчиларнинг асосий вазифаларидан бири ҳисобланади.

Товарлар ассортиментини бошқариш деб аҳоли талабини қондира олаётган янгидан-янги товарлар ишлаб чиқаришни ўзлаштириш, ассортиментини кенгайтириш ва унинг тўлиқлигини таъминлашга айтилади.

Юқорида айтиб ўтилган учта категорияни кўриб чиқамиз:

1. Янги-янги товарларни ишлаб чиқаришни ўзлаштирмасдан туриб аҳоли талабини тўлиқ қондириш мумкин эмас;

2. Ассортиментни кейинги тушунчаси товарлар турларини сотишни кўрсатади. Масалан, ихтисослашган дўконларда товар ассортименти кенг ва кундалик эҳтиёж товарлари дўконларида эса тор бўлади.

3. Товарлар ассортиментининг тўлиқлиги, барқарорлиги савдо ассортиментининг ишлаб чиқариш ассортиментига нисбатан кенглигини билдиради. Фирма дўконларида ва саноат корхоналари билан мунтазам алоқада бўлган савдо корхонаси ва дўконларда ассортиментининг тўлиқлиги 100 % га яқин бўлади.

2. Нарх ва унинг турлари.

Нарх (баҳо) – товар қийматининг пул билан ифодаланишидир. У бозор иқтисодиётининг асосий дастакларидан бири. Товарда гавдаланган ижтимоий меҳнатни пул билан ўлчашга ёрдам беради. Нархни қиймат белгилайди, аммо у ўз қийматидан юқори ёки паст бўлиши мумкин, бу эса бозордаги талаб ва таклифга боғлиқ.

Нарх ва товарнинг қийматигина эмас, балки товарнинг ижтимоий фойдалилиги, сифати, бошқа товарлар ўрнини боса билиши кабиларга ҳамда пулнинг харид қобилиятлигига ҳам боғлиқ бўлади. Нарх уч хил вазифани бажаради:

1. Қиймат ўлчовчи (ҳаражатлар ҳисоби).

2. Рағбатлантириш омили (олинаётган фойда шаклида).

3. Даромадларни қайта тақсимлаш воситаси. Нархнинг тебраниши натижасида бир ердаги иккинчи ерга фойда бўлади ва аксинча.

Бозор иқтисодиёти шароитида қуйидаги нархлар амал қилади:

- эркин бозор нархлари;
- давлат бошқариб турадиган нархлар;
- ишлаб чиқариш нархи (чакана нархини 40 %и);
- улгуржи нарх (чакана нархининг 60 %и);
- чакана нарх – харидорга сотилган нарх;
- базис нарх – товарнинг сифатини аниқлашда қўлланилади, уни сотувчи ва олувчи ўзаро келишади;
- олди-сотди (фактура-нархи) – контрактда айтилган маҳсулот етказиб бериш шартлари асосида белгиланади. Қўшимча бу нарх ёнига «франко» деб ёзиб қўйилади. Яъни сотувчи ўз ҳисобига белгиланган жойигача етказиб беришни ўз зиммасига олади. Бъзан бу нархга яна:
- СИФ – яъни сотувчининг кемани ўз ҳисобига фрахтлаши, яъни ҳамма хавфни ўз бўйнига олганлиги;
- FOB – яъни бортда эркин, сотувчининг товар кема бортидан ичкарига ўткунга қадар бўлган транспорт, суғурта ва бож ҳаражатларини тўлаганлиги;
- FOR (релседа эркин) бу нарх франко вагонни англатган мазмуни беради, яъни сотувчи ўз ҳисобига юкни темир йўл станциясигача ташиб боради ва юклайди.
- монополия нархи – монополиялар томонидан маҳсулотни ишлаб чиқариш баҳосидан юқори ёки қуйи қилиб белгиланиши;
- номинал нарх – прејскурант, маълумот китобчалари, биржа эълонлари орқали аҳолига маълум қилинади;
- қатъий белгиланган нарх – олди-сотди бўйича шартномада белгилаб қўйилади ва ўзгартирмайди.

Нархларни кўтарилишига нималар мажбур қилади:

- талабни таклифдан ошиб кетиши;
- иш ҳақи ўсишининг меҳнат унумдорлиги ошиши ёки товар ишлаб чиқариш суръатидан кўра тезроқ ўсиши;
- маблағлардан, ускуналар, ишчи кучи ва ердан фойдаланиш кам самара бериш;

- истеъмолчининг бозор ва нархларни келгусида барқарорлашувига ишонмаслиги оқибатида юзага келадиган товарларга бўлган чексиз талаб;
- бозорда айрим товарларга бўлган нархларини атайлаб кўтариб айтилиши (чайқовлик ва бошқалар).

Нархларни тушишига нималар мажбур этади:

- таклифнинг талабдан ошиб кетиши;
- меҳнат унумдорлиги ошаётган ва товар ишлаб чиқариш кўпаётган ҳолда даромадлар даражасини барқарорлиги;
- ҳаридорларнинг қандайдир бир товарни сотиб олмай қўйиши;
- сотувнинг нимадир сотишни жудаям исташи;
- нархлар тушиб кетишдан чўчиш;
- давлат томонидан белгиланган қатор тадбирлар (бюджетни мувофиқлаштириш, ставкаларнинг оширилиши ва бошқалар).

Бу қонунга мувофиқ нархларнинг умумий даражаси кўп жиҳатдан талаб ва таклифнинг ўзаро нисбатига боғлиқ. Маълумки товар етишмовчилиги нарх ошишига, кўплиги эса тушишига сабаб бўлади.

Шунга қарамасдан нарх ва талабнинг ўз қонунлари мавжуд:

1. Фойдалиликнинг камайиш қонуни. Бизда бирон бир маҳсулот қанчалик кўп бўлса, ҳар бир ортиқчасининг қадри, фойдалилик даражаси шунчалик паст бўлади.

2. Истеъмолчи хоҳиши қонуни. Бу нарса истеъмолчи талабига боғлиқ. Бир одатда айнан қиммат нарса, бошқасида арзон нарсалар сотиб олиш истаги унинг талаби асосида вужудга келади.

3. Истеъмолчилар даромадининг ўзгариб туриши қонуни. Даромадлар ёки тўлов қобилияти талабга таъсир кўрсатади. Даромадлар кўпайганда талаб ҳам ошади ва аксинча.

Агар нарх ўзгариши талабнинг ҳам ўзгариша олиб келса, маҳсулотга бўлган талаб «ўзгарувчан», талабга таъсир «ўзгарувчан бўлмаган» ҳисобланади. Масалан, туз ва гугуртга бўлган талаб, уларнинг нархлари ўзгариши талабга сезирарли таъсир кўрсатмаслиги сабабли «ўзгарувчан бўлмаган» дейиши мумкин.

4. Максимум даромад олиш қонуни. Бунга ҳамма тижоратчи ва ишбилармонлар киради. Бу уч омилга боғлиқ:

- сотилган маҳсулот сонига;
- ҳар бир сотилган маҳсулот нархига;
- ишлаб чиқариш ҳаражатларига боғлиқ бўлади.

Тижорат корхоналари қуйидаги йўналишлар бўйича нарх сиёсати олиб борадилар:

- товарни сотиб олиш нархини мумкин қадар пасайтириш. Бунинг учун арзонроқ сотадиган корхоналарни излаш ёки кўп миқдорда товар ҳарид қилиш;
- хизмат кўрсатиш нархларни пасайтириш, яъни ҳаридорларга қўшимча хизмат кўрсатишни бепул ва паст нархларда олиб бориш;
- товар сотиш нархларни оқилона таркиб топтириш, устамаларни камроқ қўшиш йўли билан сотиш нархини пасайтириш;
- маблағ айланиш тезлигини ошириш, товарларнинг ортиқча сақланиб қолишини камайтириш;
- тижорат корхоналари ишлаб чиқариш корхоналарига нархни пасайтириш йўлида маслаҳатлар бериш.

3. Товар сифати ва уни ошириш йўллари.

Тижорат фаолиятида сифат энг муҳим кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Тижоратда товар сифати ва хизмат сифати тушунчалари мавжуд. Товар сифати бу аҳолининг маълум талабини қондириш қобилиятига эга бўлган товар хусусиятларининг мажмуидир. Товар хусусиятлари жуда кўп кўрсаткичларни ўз ичига олади, яъни:

- техник;
- технологик;
- биологик;
- физиологик;
- иқтисодий;
- эстетик;
- функционал;
- эргономик;
- социал.

Товар сифати учун кураш бу товар ҳаракатида қатнашувчи ҳамма бўғинларнинг асосий вазифаси ҳисобланади.

Юқори даражадаги товар сифати бу ривожланган фан тараққиёти, юқори малакали кадрлар, илғор техника ва технологияни ифодаси ҳисобланади.

Юқори сифатли савдо маданиятининг энг асосий белгиси ҳисобланади.

Юқори сифатли товар учун кураш 20-30 йилларда ривожланган мамлакатларда кенг тус олади. Ҳозирги даврда товар сифатини оширишнинг асосий йўналишлари ёки тизими ишлаб чиқарилди. Бу тизим тўрт поғонали концепция асосида олиб борилади.

Биринчи концепция товар сифатини техник назорат қилиш (ЦТНК).

Бунда товар сифати ишлаб чиқариш корхоналарида стандартга, техник кўрсаткичларга мослиги текширилади. Талабга жавоб бермайдиган товарлар қайтадан ишлашга ёки яроқсиз деб қайтарилади.

Иккинчи концепция товар сифатини таъминлаш тизими (ЦТТ). Бу иккинчи поғона бўлиб биринчи поғонани ўз ичига олади ва товарда намоён бўладиган камчиликларни сабабини аниқлайди ва бартараф этиш бўйича кўрсатмалар беради.

Учинчи концепция товар сифатини бошқариш тизими (ЦБТ). Бу тизим биринчи ва иккинчи тизимни ўз ичига олади, яъни биринчи тизимда ва иккинчи тизимда бажариладиган ишлар амалга оширилади ва бунга қўшимча товар сифатини ошириш корхонанинг ҳамма бўлимларини раҳбариятининг асосий вазифаси ҳисобланади. Бошқача айтганда корхонанинг ҳамма аъзоси товар сифатини ошириш учун ўз ҳиссасини қўшиши шарт.

Тўртинчи концепция – бу товар сифати учун кураш тизими (ЦКТ). Бу тизимга мувофиқ товар сифатини ошириш учун биринчи, иккинчи ва учинчи тизимлардаги ишлар амалга оширилади ва бунга қўшимча равишда корхонанинг ходимлари турли ўқишлар, тўғараклар йўли билан ўз малакасини ошириш ва товар сифатини ошириш учун фаолият олиб борадилар. Бундан ташқари корхона билан алоқадор бўлган корхоналар билан товар сифатини ошириш бўйича турли ишлар олиб борадилар. Бу хилдаги ишлар биринчи бор АҚШда вужудга келган бўлиб кейинчалик Японияда кучли тараққий этди.

Тижоратда хизмат сифати бу савдо корхоналарида улгуржи ва чакана харидорларга товар сотиш ва хизмат кўрсатиш даражасини белгиловчи кўрсаткичлар

мажмуидан иборатдир. Хизмат сифати кенг маъноли тушунча бўлиб қуйидаги кўрсаткичларни ўз ичига олади:

- сифатли товар бўлиши;
- товарларнинг мунтазам ва кенг ассортиментда бўлиши;
- юқори малакали тижорат ходимларнинг бўлиши;
- замонавий савдо бинолари ва жиҳозларнинг бўлиши;
- замонавий технологиянинг қўлланилиши;
- турли хилдаги хизмат кўрсатиш турлари бўлиши;
- юқори маданиятли ҳаридор ва савдо ходими муомаласининг бўлиши;
- товар ҳарид қилиш ва истеъмол қилиш учун аҳолининг кетган вақтининг кам бўлиши.

Хизмат сифати даражасини белгилаш учун одатда аш у ва и коэффициентлар қўлланилиши мумкин. Бунда ҳар бир кўрсаткичга унинг мазмунига ва аҳамиятига қараб баллар белгиланади.

4. Маҳсулотнинг бозордаги сифати, рақобатбардошлик кўрсаткичлари.

Товар сифати деб уни номинал шароитда истеъмол қилишда ёки ишлатишда ҳаридорлар айрим эҳтиёжларини қондира олиш қобилиятининг даражасига айтилади.

Товар сифатини ошириш йўллари хилма хил. Аввало, товар сифати аниқланади, кейинчалик товарнинг ҳаётий даври аниқланади ва ҳар бир даврга мос тадбирлар ишлаб чиқарилади. Бунда тайёр товарни ташишда ва сақлашда унинг сифатини таъминлаш чоралари асосий ўринлардан бири ҳисобланади.

Товарнинг ҳаётий даври тўрт босқичдан иборат:

1. Тадқиқот ва лойиҳалаш. Илмий тадқиқотлар натижасида товарнинг тузилиши конструкцияси яратилади, қоғозга туширилади, яъни конструкторлик ҳужжатлари тайёрланади. Бу босқичда товар сифати шаклланади.

2. Тайёрлаш. Бу босқичда товар ишлаб чиқарилади ва товар сифати шаклланади.

3. Муомала ва сотиш. Бу босқичда товарларни ташиш, сақлаш, сотиш ишлари бажарилади. Буларда товарнинг истеъмол қиймати иложи борица тўлиқ сақланган ҳолда ҳаридорга етказилиши сифатини ошириши йўлларида ҳисобланади.

4. Ишлатиш. Бу босқичда товар ишлатилади ва истеъмол қилинади. Бу босқичлар бир бирига боғлиқ. Масалан, АҚШ мутахассисларини таъкидлашича биринчи даврда йўқотилган 1 доллар, иккинчи даврда 10 доллар, учинчи даврда 100 доллар зарарга ва тўртинчи даврда 1000 доллар зарарга айланади.

Товарларнинг функционал хусусиятлари (лотинча – фаолият кўрсатиш) туфайли инсон ҳаётида муайян вазифаларни бажариб унинг моддий эҳтиёжини қондиради.

Товарларнинг эстетик хусусиятлари дейилганда уларнинг шакли ва пардози тушунилади. Товарларнинг бу хусусиятлари истеъмолчиларга бадий завқ бағишлай олиши керак. Мутахассисларнинг кузатишларига 40 фоиз ҳаридорлар товарларнинг эстетик хусусиятлари қониқарли бўлмагани учун дўкондан ҳарид қилмасдан чиқиб кетадилар. Уларнинг 20 фоизига маданий ва хўжалик молларининг шакли ёқмас экан.

Эргономик хусусиятлари. Эргономика (юнонча – ишлаш қонунияти) инсоннинг унумли ишлаши учун шарт-шароит ва қулайлик яратиш имкониятларини ўрганади. Товарларнинг эргономик хусусиятлари деб уларни ишлатиш қулайлиги ва гигиеник безарарлигига айтилади.

Товарларнинг гигиеник безарарлиги эса уларни ишлатиш безарарлиги, хавфсизлиги, шовқинсизликини таъминлаш хусусиятларини билдиради.

Товарларнинг пишиқ пухталиги уларнинг бузилмай ишлашини, чидамлигини, таъмирлашга яроқлилигини ташқи муҳитга бардошлилигини билдиради.

Товар хусусиятларининг мажмуи қуйидаги кўрсаткичларни ўз ичига олади:

- сифати ишончлилиги, хизмат муддати, дизайн;
- хизматга яроқлилиги;
- нархнинг сифат ва истеъмол қимматига мувофиқ келиши;
- товарга қўшиб жўнатиладиган ҳужжатлар;
- сотишдан кейинги сервис сифати;
- хилнинг кўплиги, танлов имконияти.

Рақобатбардошлик деганда маҳсулотни индивидуал истеъмолчининг муайян эҳтиёжларини қондириш даражаси ва уни сотиб олишга ва кейинчалик ишлатилишига сарфланадиган харажатлар даражасига кўра уни ўхшаш-маҳсулотлардан ажратувчи характеристикалар йиғиндиси тушунилади.

Маҳсулотни рақобатбардошлиги – бу товарларни техник-иқтисодий параметрларига ва юқорироқ истеъмол хусусиятлари туфайли рақобат фирмалар томонидан тавсия қилинадиган ўхшаш товарлар гуруҳлари ичидан ҳаридор томонидан танланиш қобилиятига эга бўлиши.

Айнан бозорда ўзаро рақобат қилувчи товарлар уни истеъмол қилишга мослигини ҳаридор томонидан таққослашдан ва текширишдан ўтади.

Маҳсулотни рақобатбардошлиги муайян бозорда талабга эга бўлган ўхшаш маҳсулотлар билан таққосланиш билан аниқланади. Бу маҳсулотлар аналогларидан ҳаридорни маълум эҳтиёжларини қондириш даражаси ва уларнинг маҳсулотга бўлган индивидуал талабларини, яъни товарни сотилиш нархи ва истеъмол қиймати (товарни тижорат қўлланилиши ёки ишлатилишига сарфланадиган харажатлар: техник хизмати ва таъмирлаш) кўрсаткичлари билан фарқланади. Бу харажатлар қўшилган ҳолда истеъмол нархини ташкил этади. Товарнинг рақобатбардошлигини аниқлашда айнан истеъмол нархини бозорда таклиф қилинадиган ўхшаш маҳсулот гуруҳларидан муайян маҳсулотни ҳаридор томонидан танлашни аниқлаб беради. Бу ҳолатда истеъмолчи маҳсулотни истеъмол хусусиятлари ва уни сотиб олиш ва ишлатиш ўртасидаги фарқни таҳлил қилади, яъни истеъмолчи ҳар бир ҳаракат бирлигига максимум истеъмол самарасини олишга интилади. Ҳаридор ўз танловини уни эҳтиёжига техник-иқтисодий параметрлари бўйича кўпроқ мос келадиган товарда тўхтатади.

Бундай ҳолатни ҳисобга олган ҳолда фирмани тижорат, фаолияти айнан ҳаридор кўпроқ афзал кўрадиган маҳсулотни техник-иқтисодий параметрларини батафсил ўрганишга йўналган: яъни ўз фирмаси ва фирма – рақобатчи томонидан ишлаб чиқариладиган, ҳаридорлар талабига жавоб берадиган ўхшаш маҳсулотга нисбатан сифати, нархи ва ишлатиш шартлари билан фарқланадиган маҳсулот ишлов бериш ва ишлов берилишига ва яратилишига.

Жаҳон бозорида товарни рақобатбардошлиги товарни сотилиши бўйича фирма – ишлаб чиқарувчи фаолиятини ташкил этишни, ҳамда товарни истеъмол ва қиймат тавсифини (характеристикасини) умумий таъсири натижасини ифодалайди.

Маҳсулотни рақобатбардошлик даражасини аниқлашда техник-иқтисодий кўрсаткичларидан ташқари норматив ва патент – ҳуқуқ кўрсаткичлари муҳим рол ўйнайди.

Норматив кўрсаткичларга қуйидагилар киради:

- тайёр маҳсулот қисмлари ва маҳаллий ишлаб чиқариш деталлари ичида белгиланган қонунчилик нисбатидаги ҳиссаси;

- маҳсулотни унификациялаш даражаси ва унда стандарт деталларини ишлатилиши;

- кўпгина мамлакатлар қонун чиқарувчи актларида, ҳамда халқаро норма ва қоидаларида кўзда тутилган хавфсизлик чоралари.

Мамлакатдаги мавжуд бўлган норма ва стандартларидаги норматив кўрсаткичларига мос келмаган маҳсулот уни барча бошқа кўрсаткичлари бўйича таққослаш натижаларидан қатъий назар рақобатбардош бўлиб ҳисобланмайди.

Патент – ҳуқуқ кўрсаткичлари маҳсулотни патент жиҳатидан софлигини аниқлайди ва шу бозорда маҳсулотни сотилиши учун тўсиқлар бор-йўқлигини ҳақиқатда кўрсатиб беради.

Маҳсулотни патент софлигини йўқлиги тегишли бозорда уни рақобатбардош қилолмайди.

Таянч иборалар: ассортимент, нарх, сифат, савдо ассортименти, мувофиқлик сертификати, товарнинг истеъмол хусусиятлари, рақобатбардошлик.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Савдо дўконларида товар ассортиментини шаклланишига таъсир қилувчи омилларни санаб беринг.
2. Тижорат фаолиятида ассортимент сиёсатини йўналишларини тушунтириб беринг.
3. Савдо ассортименти нима?
4. Тижорат фаолиятида нархнинг аҳамияти нимадан иборат?
5. Тижорат фаолиятида нарх сиёсатининг йўналишларини тушунтириб беринг.
6. Товар сифати деб нимага айтилади?
7. Савдо корхоналарида товар сифати қандай бошқарилади?

Мавзу-5: Хўжалик алоқаларини ташкил этиш

Режа:

1. Тижоратда хўжалик алоқаларининг моҳияти.
2. Хўжалик алоқаларининг турлари.

3. Тижоратда хўжалик алоқаларининг моҳияти.

Савдода хўжалик алоқалари бу савдо корхоналари ва ташкилотларининг ўртасида ва уларнинг ишлаб-чиқарувчи корхоналар билан товар харид қилишдаги ўзаро ҳуқуқий, иқтисодий муносабатларининг мажмуидир. Корхоналар тайёр маҳсулот ёки хом ашё харид қилиш учун аввало ўзаро муносабатларни аниқлаб олишлари керак, бундай ҳаракат қилиш Конституциянинг ҳуқуқий нормаларидан келиб чиқади. Умумий тартибга мувофиқ келишилган ўзаро муносабат шартномада ўз аксини топади.

Бозор иқтисодиётига ўтиш муносабати билан шу пайтгача ҳуқумрон бўлган хўжалик алоқалари тизими бутунлай ўзгарди.

Хўжалик муносабатларидаги кўпгина масалаларни ҳал қилиш тартиби, чоралари шу соҳага оид бўлган қонунларда акс эттирилган. Иқтисодий алоқа ўрнатишда мамлакатда қабул қилинган қонунларга риоя қилишлари шарт. Булар жумласига Ўзбекистон республикасининг “Корхоналар тўғрисида»ги, «Тадбиркорлик тўғрисида»ги, «Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида»ги, «Фуқаролик кодекси» ва бошқалар. Хўжалик алоқаларида қатнашувчи икки ёки кўп томонлар ҳаракати ушбу қонунга мувофиқ ҳолда олиб борилади, томонлар ҳуқуқининг

тенглиги бузилмайди. Корхона ўз маҳсулотини ўз ҳоҳишига кўра сотади ва хизматлар кўрсатади. Шунинг учун корхона бозор талабларини, нарх-навонинг ўзгариш тўғрисидаги ахборотни ўрганиб, ишлаб чиқариш таъминотини, рақобатни ҳисобга олган ҳолда бевосита ёки воситачи орқали сотиб олиш ва сотишни мустақил амалга оширади.

Хўжалик алоқаларини ўрнатишда ўзаро мажбуриятлар олишда корхона эркин ҳисобланиб, аввало истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилишлари шартдир. Бундай тартиб бозор иқтисодиётининг қонунларидан келиб чиқади. Бу қонунларга ўзаро товар харид қилиш, иқтисодий муносабат ўрнатишнинг умумий томонлари акс эттирилган бўлиб, маълум бир шароитда Вазирлар Маҳкамаси томонидан чиқарилган қарор ҳисобга олинади. Масалан, товар танқислиги пайтида баъзи бир товарларни олди-сотди қилишда маълум чеклашлар ўрнатилади.

Эркин савдо қилиш тақиқлаб ёки чеклаб қўйилган маҳсулотлар рўйхати қонунда ёки қарорларда кўрсатилади. Бозорга ўтиш даврида давлат эҳтиёжлари учун маҳсулот етказиб бераётган корхоналарни давлат моддий ресурслар билан таъминлайди. Ҳозирги шароитда мавжуд бўлган давлат буюртмаси, бу Вазирлар Маҳкамаси ва бошқарув органлари томонидан корхоналарга белгиланган товарларни кўрсатилган миқдорда ишлаб чиқариш ва ўрнатилган нархларда сотиш тўғрисида берилган кўрсатмаси бўлиб, буюртмани бажариш шарт ҳисобланади. Бундай шароитда корхона муаммоларини давлат ўз зиммасига олади: зарарини қоплайди, ҳам етказиб беради, техника билан таъминлайди ва ҳоказо.

Ўзбекистон иқтисодиётининг ривожланиши билан давлат буюртмасига киритилган товарлар рўйхати аста-секин камаяди. Шунини айтиш керакки, давлат буюртмаси бошқа соҳаларда: муҳофаза, экология каби соҳаларда келгусида ҳам давом этиши мумкин, чунки ривожланган мамлакатларда ҳозиргача давлат жиҳозлар, техника ишлаб чиқариш учун буюртма беради.

Ўзбекистонда рўй берган иқтисодиётдаги танқислик туфайли кўпгина қишлоқ хўжалик маҳсулотлари, шу жумладан дон, пахта, сут, гўшт ишлаб чиқариш ва сотишда давлат буюртмаси тартиби қўлланилади. Буюртма вилоятлар, туманлар ва корхоналар бўйича олдиндан режалаштириш принципи асосида олиб борилади. Айрим товарлар бўйича сотиш миқдори ва нарх давлат томонидан ўрнатилади. Масалан, шакар, чой, нон ва бошқа товарлар. Айрим ноозик-овқат товарлари ишлаб чиқаришда ҳам давлат буюртмаси қўлланилиши мумкин.

Бозорга ўтиш даврида савдода хўжалик алоқалари ўрнатишдаги асосий хусусият, - бу алоқада қатнашувчи томонларнинг эркин ва мустақил ҳаракат қилишидир. Бозоргача даврда хўжалик алоқалари ўрнатишда давлат органлари асосий рол уйнайди, бир қанча қарор, низом, бўйруқлар асосида олиб борилади. Ҳозирги шароитда асосий ролни томонлар, яъни корхоналар ўйнайди.

Ўзбекистон савдосига хўжалик алоқалари иқтисодиёт ҳолатига мос бўлиб қуйидаги шаклларда олиб борилади:

- марказлаштирилган;
- эркин танлаш.

Марказлаштирилган асосдаги хўжалик алоқалари давлат буюртмаси рўйхатидаги товарлар ва давлат томонидан ўрнатилган товарлар рўйхати бўйича олиб борилади. Товар миқдори масъул органлар томонидан аниқланади ва томонлар бу тақсимга риоя қилишлари шарт. Бундай алоқа ўрнатиш тижоратчидан ата маҳоратни талаб қилмайди, чунки шартноманинг энг асосий масаласи товар миқдори ва нарх олдиндан юқори бошқарув органлари томонидан аниқлаб берилган.

Танқислик ечилиши билан бундай марказлаштирилган асосдаги хўжалик алоқаларини ўрнатиш кўпгина ноозик-овқат, айрим озик-овқат товарлари бўйича ташкил қилинган. Томонлар бозор талаби асосида товар миқдорини ва нархини шартномада аниқлаб оладилар. Савдо корхоналари бундай шароитда эркин ҳаракат қиладилар, рақобатга кенг йўл очилади. Бир хилдаги товар сотувчи корхоналар кўпаяди, товар нархи бозор нархига яқинлашади.

Савдо корхоналари товар манбаларини мустақил танлайдилар мустақиллигини оширади ва тавакалчиликка имкон беради. Тижоратчиларни таклиф ва талабни пухта ўрганишга, нарх ва сифат сиёсати олиб боришларига мажбур қилади.

4. Хўжалик алоқаларининг турлари

Товарни истеъмолчига етказишда қатнашувчи корхоналарнинг оз кўплигига қараб хўжалик алоқалари оддий ва мураккаб, бевосита ва билвосита бўлиши мумкин.

Ишлаб чиқариш корхоналари билан чакана савдо корхоналари ўзаро алоқа ўрнацалар, оддий хўжалик алоқалари дейилади, яъни ишлаб чиқариш корхонаси – чакана савдо корхонаси шакл кўринишида бўлади. Бундай алоқалар бир қанча афзалликларга эга бўлиб, товар нархини пасайтиришга, ҳаражатларни камайитиришга, товар ҳаракатининг тезлатишга олиб келади ва туман, вилоят ичида кўп қўлланилиши мумкин. Масалан, вилоятда жойлашган нон, сут, қандолат, кийим-кечак, пояфзал ишлаб чиқарувчи корхоналар билан шу ҳудуддаги чакана савдо корхоналари товар сотиб олишлари ва ўзаро битим тузишлари мумкин.

Агар чакана савдо корхоналари жуда майда бўлиб, товар сотиб олиш қобилияти паст миқдорда бўлса, у ҳолда ишлаб чиқарувчи корхоналар учун бундай корхоналар билан муносабат ўрнатиш унча қулай бўлмайди, улар йирик, кўп миқдорда товар сотиб олувчи корхоналар билан алоқа ўрнатишни афзал кўрадилар.

Мураккаб туркумдаги хўжалик алоқаларида товарни ишлаб чиқаришдан истеъмолчига етказишда икки ва ундан ортиқ корхоналар қатнашади. Бундай ҳоллар товарларни бир вилоятдан иккинчи вилоятга сотишда, яқин ва узоқ чет эл мамлакатлари корхоналаридан товар сотиб олишда, йирик бўлмаган ва мустақил товар сотиб оладиган чакана савдо корхоналари (мулкый шаклидан қатъий назар) фаолиятида қўлланилади. Ишлаб чиқарувчи корхона савдо уйлари улгуржи савдо корхонаси чакана савдо корхонаси, ёки ишлаб чиқариш – улгуржи савдо – чакана савдо шакл кўринишида амалга ошиши мумкин. Бундай хўжалик алоқаларини ўрнатишда ҳар бир тижорат вазиятини алоҳида таҳлил қилиш, афзалликларини ва камчиликларини аниқлаш ва маълум ечимга келиш керак. Айрим йирик чакана савдо корхоналари ҳеч қандай тўсиқсиз ишлаб чиқариш корхонасининг жойлашган жойидан қатъий назар оддий хўжалик алоқасида бўлиши мумкин.

Айрим ҳолларда кичик корхоналар учун мураккаб хўжалик алоқалари афзал бўлади, чунки улар кўпгина ташвишлардан кам ҳаражат эвазига обод бўлади, бунини чет эл савдосида ҳам кўриш мумкин.

Кўпгина ҳолларда товарларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчига етказиш воситачи корхоналар иштирокида амалга ошади. Воситачи корхоналар – бу улгуржи савдо корхоналари, савдо уйлари, биржалар айрим шароитларда учинчи корхоналар қиёфасида ҳар хил турдаги корхоналар савдо ишларини, товарни истеъмолчига етказиб беришда қатнашишлари мумкин. Масалан мева-сабзавотларни қайта ишловчи корхона ўз маҳсулоти ўрнига ёғоч олиб, уни чакана савдо корхоналарига сотиши мумкин. Бу хилдаги олди-сотди жараёнида бартерли битимлар кўп қўлланилади. Кўпгина завод ва фабрикалар маҳсулот алмашиб, кейинчалик маҳаллий савдо

корхоналарига сотиш билан шуғулланмоқдалар. Хўжалик алоқаларининг бу хилда амалга ошиши вақтинчалик бўлиб кейинчалик умуман барҳам топиши мумкин.

Бартер битими тузишда товар нархини тўғри баҳолаш энг асосий масалалардан биридир, одатда жаҳон бозори нархида баҳолаш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Марказий Осиё давлатлари орасида эса шу регионда таркиб топган нарх қўлланилиши мумкин.

Амалиётда хўжалик алоқаларини самарасини ошириш мақсадида узоққа мўлжалланган ёки узоқ муддатли тўғридан-тўғри хўжалик алоқалари бир марталик, бир йилга ва беш йилга ва ундан ортиқ муддатли бўлиши мумкин.

УМТТХА ривожланган мамлакатларда кенг тарқалган, унинг афзалликлари қуйидагилардан иборатдир:

- сотувчилар, ишлаб чиқарувчилар ўз маҳсулотларини сотишга ишонч ҳосил қиладилар;
- истеъмолчилар ўз навбатида ишончли товар манбасига эга бўладилар;
- товар етказиш муҳлатлари қисқаради, яъни воситачи корхоналарнинг омборларда сақлаш зарурияти бўлмайди;
- ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи бир-бирларига ўзаро ёрдам, тижорат хизмати кўрсатиш, ахборотлар бериш имкониятига эга бўладилар;
- товар ҳаракати билан боғлиқ бўлган умумий ҳаражатлар кам бўлади.

Шунинг билан бирга УМТТХАларининг айрим камчиликлари ҳам мавжуд:

1. Бошқа ишлаб чиқарувчиларнинг бозорга киришига халақит беради.
2. Нархларнинг ўзгаришига ёки таркиб топишига салбий таъсир ўтказади, яъни нархлар кам ўзгаради.

Лицензия сўзи грекча бўлиб эркинлик ёки ҳуқуқ деган маънони билдиради. Лицензия сўзи қуйидаги маъноларда ишлатилади:

- бирор бир маҳсулотни ёки товарни мамлакатдан олиб чиқиш ёки олиб кириш тўғрисидаги рухсатнома;
- бирор бир ихтиродан, патентдан фойдаланиш тўғрисида рухсатнома.

Лицензия бир мартали ёки асосий бўлиши мумкин. Бир мартали лицензия бир партиядаги товарни олиб чиқиш учун берилади. Асосий лицензиялар маълум бир муддатда берилади.

Лицензия берувчи орган Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади. Бизларда Соғлиқни Сақлаш Вазирлиги, Молия вазирлиги, Ўрта махсус ва Олий таълим Вазирлиги, Маориф Вазирлиги, Вазирлар Маҳкамаси, Адлия Вазирлиги ҳисобланади. Товар жўнатиш ҳужжатларида лицензия номери, вақти, лицензия берган ташкилотнинг номи ёзилиши шарт.

Давлат буюртмаси. Бу давлат органларининг корхоналарига маълум муддатда белгиланган миқдорда маҳсулот ишлаб чиқариш ва ўрнатилган нархларда товар сотиш тўғрисида берилган кўрсатмасидир. Ҳар бир корхона давлат буюртмасини бажариши шарт. Бундай тартиб вақтинчалик бўлиб аста-секин давлат буюртмаси рўйхатида аста-секин камайиб боради.

Таянч иборалар: **хўжалик алоқалари, битимлар, лицензия, давлат буюртмаси, квота, эркин савдо ҳудудлари.**

Такрорлаш учун саволлар:

1. Иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида хўжалик алоқаларининг ўзига хос хусусиятларини асослаб беринг.
2. Хўжалик алоқалари турлари ва уларнинг мазмунини изоҳлаб беринг.

3. Битимларнинг турлари ва мазмунини тушунтириб беринг.
4. Бартерли битим нима?
5. Узоққа мўлжалланган тўғридан-тўғри хўжалик алоқаларини афзаллик томонларини кўрсатиб беринг.
6. Лицензия, давлат буюртмаси ва квота тушунчалари ҳақида маълумот беринг.
7. Эркин савдо ҳудудлари ва улардаги хўжалик алоқаларнинг ўзига хос хусусиятлари.

Мавзу-6. Улгуржи савдо, аҳамияти, вазифалари.

Режа:

1. Улгуржи савдо моҳияти, зарурияти
2. Воситачи корхоналар, турлари

1. Улгуржи савдо моҳияти, зарурияти.

Улгуржи савдо корхоналар ўртасидаги савдо бўлиб, товарлар, йирик партияларда олди-сотди қилинади. Улгуржи савдо билан ишлаб чиқариш корхоналари, шу жумладан улгуржи ва чакана савдо корхоналари шуғулланиши мумкин. Одатда чакана савдо корхоналари бир томонлама улгуржи савдони олиб боради, яъни товар ҳарид қилиш жараёнида. Ишлаб чиқариш корхоналари эса кўпроқ маҳсулотларни сотиш ва хом ашёни сотиб олиш жараёнида улгуржи савдо билан шуғулланади. Буларнинг савдоси ҳам кўпроқ бир томонлама улгуржи савдо ҳисобланади. Улгуржи корхоналар эса икки томонлама улгуржи савдони олиб боради, яъни йирик партияларда сотиб олади ва сотади.

Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари тўплами (2006 й., 20-21-сон, 181-модда)га кўра улгуржи савдога қуйидагича таъриф берилган.

Улгуржи савдо – тижорат мақсадларида ёки ўз ишлаб чиқариш-хўжалик эҳтиёжлари учун фойдаланиш учун ҳисоб-китобларнинг нақдинасиз шаклида ҳарид қилинадиган товарларни сотиш.

Улгуржи савдо билан юридик шахс сифатида рўйхатдан ўтказилган хўжалик юритувчи субъектлар, фақат улар тегишли лицензия олган тақдирда, шуғулланишлари мумкин.

Улгуржи савдонинг мавжуд бўлишига қуйидаги сабаблар таъсир этади:

- ишлаб чиқариш корхоналари истеъмолчидан узоқ жойлашган бўлса;
- ишлаб чиқариш ихтисослашган бўлса;
- истеъмолчилар тарқоқ жойлашган ва кичик бўлса;
- истеъмолчиларга кичик партияда тез-тез келтириш керак бўлса.

Улгуржи савдо ўзининг моҳияти, ташкил этилишига қараб 3 турга бўлинади:

1. Ишлаб чиқарувчиларнинг улгуржи савдоси. Шу асосда кўпинча халқ истеъмол ва озиқ-овқат товарлари улгуржи савдоси олиб борилади. АҚШ да умумий товар оборотининг 40% и шунга тўғри келади.
2. Улгуржи корхоналарнинг савдоси. Бунда кўпинча мураккаб ассортиментдаги товарлар, техник товарлар сотилади;
3. Агент ва брокерларнинг улгуржи савдоси. Агент ва брокерларнинг улгуржи савдоси АҚШ улгуржи товар оборотининг 10 % ини ташкил этади.

Улгуржи корхоналар бир қанча белгиларга қараб турларга бўлиниши мумкин:

- мулкӣ шаклига қараб
- ихтисосланишига қараб
- бажараётган вазифасининг хусусиятига қараб турларга бўлинади.

Кўпгина улгуржи корхоналар мас]улияти чикланган жамият шаклида фаолият кўрсатади.

Улгуржи корхонанинг тижорат вазифалари:

- товар сотиб олувчи корхоналарни излаш, уларни талабини ўрганиш, талаб миқдорини аниқлаш;
- товар сотувчи корхоналарни излаш, таклифни ўрганиш;
- товар сотувчи ва сотиб олувчи корхоналар билан алоқа ўрнатиш, шартномалар тузиш;
- биржа, ярмаркаларда қатнашиш;
- бошқа корхоналар билан, товар алмашув имкониятларини амалга ошириш;
- товар келишини, сотилишини ҳисобга олиб бориш ва назорат қилиш;
- бозорда товар сотилишини ташкил этиш;
- сотувчи ва сотиб олувчи корхоналарга хизмат кўрсатиш ва ёрдам бериш;
- товар сифатини назорат қилиш ва уни ошириш, товар ассортиментини кенгайтириш чораларини кўриш.

2. Воситачи корхоналар, турлари.

Воситачилар ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчиларга боғлиқ бўлмаган товар (хом-ашё, материал, машина, ускуна)ларни сотишда тўловли хизмат кўрсатадиган шахс, фирма ташкилотлардир.

Ҳар хил турдаги воситачиларни жалб қилишнинг мақсадга мувофиқлиги куйидаги омиллардан келиб чиқади: биринчидан, воситачилар бозорни яхши билишлари, савдо дунёсидан кенг алоқалари туфайли товарларнинг тез сотилишини таъминлайдилар. Бунинг аҳамияти каттадир, чунки капиталнинг обороти тезлашади.

Иккинчидан, воситачилар истеъмолчиларга яқинрок турганликлари учун истеъмолчилар (аҳоли) талаб ва эҳтиёжларидаги ўзгаришларни ишлаб чиқарувчидан кўра тезроқ қайд этадилар, бу кўп ҳолларда хато ва камчиликларни истисно қилади, ишлаб чиқаришда таваккалчиликни камайтиради.

Учинчидан, воситачилар етказиб бериш муддатларини қисқартириш ҳисобига маҳсулотнинг рақобатбардошлигини оширишни, товарларга сотув олди хизматини уюштиришни, айрим ҳолатларда эса товарларга маромига етказиш бўйича ишлов бериш ҳисобига уларнинг сифатини оширишни таъминлайдилар.

Тўртинчидан, воситачилар билан доимий ҳамкорлик кўпинча фирма-ишлаб чиқарувчига, агарда воситачи савдо ишларини маблағ билан таъминласа ва яхши йўлга қўйилган сотув алоқаларига эга бўлса, қўшимча даромад келтиради. Булар товар сотиш чиқимларини камайтиради.

Шундай қилиб, ҳозирги кунда воситачилик фаолиятининг аҳамияти каттадир. У жаҳон савдосини ривожлантиришнинг муҳим омили ҳисобланади.

Ўзбекистон республикасида миллий воситачилар хизматларини Ташқи иқтисодий алоқалар Вазирлигининг ташқи савдо бирлашмалари, савдо ва алоқани бошқа турларининг ривожланишига ёрдам берувчи вазирлик ҳамда маҳкамалар ва уларнинг ташкилотлари бажарадилар. Бундан ташқари, республиканинг ташқи бозорда экспорт-импорт ишларини мустақил амалга оширувчи ташкилот ва корхоналари хорижий шериклар хизматларидан фойдаланишлари мумкин.

Воситачилик фаолияти хилма-хиллик хусусиятига эга. Шунга кўра воситачилик фаолияти билан шуғулланувчи юридик шахсларни куйидаги турлари фарқланади: оддий воситачилар, ишончли вакиллар, комисионерлар, консигнаторлар, савдо

агентлари, сотувчи воситачилар (дистрибютерлар). Биржа, аукцион ва халқаро савдолар воситачиликнинг алоҳида тури ҳисобланади.

Айрим воситачилик турларига изоҳ берамиз.

Оддий воситачилар. Оддий воситачилик вазифасини фирмалар, шахслар ва ташкилотлар бажарадилар. Булар манфаатдор шериклар (сотувчи ва олувчи)ни изловчи ва бир бирига таништирувчи сотувчилардир. Оддий воситачиларни бошқаларидан фарқловчи хусусияти уларнинг битимларни тузишда ҳеч қандай қўринишда иштирок этмасликларидир. Бу мижозларнинг вазифаси ҳисобланади. Мустақил ёки брокер фирма (контора)ларига бирикиб фаолият кўрсатувчи брокерлар оддий воситачиликларнинг типик вакиллари ҳисобланадилар. Улар одатда товар биржаларида фаолият кўрсатадилар. Брокерлик конторалари ўз амалакатида ҳам, хорижда ҳам бўлинмаларга эга бўлиши мумкин.

Савдо вакиллари. Воситачиликни бу шаклининг моҳияти шундаки, унда сотувчилар ёки харидорлар ваколатнома берувчи шахс номидан ва ҳисобига битимлар тузиш учун воситачиларни жалб қиладилар.

Бу турдаги воситачилик хизматлари ишончли вакилларнинг битимларни тижорат ва техник шартлариги ваколатлари муфассан баён қилинадиган шартномалар асосида амалга оширилади. Воситачиликнинг бундай қўриниши Ғарбий Оврупо мамлакатларида ва бошқа жойларда кенг ривожланган, ундан халқаро миқёсида нисбатан кам фойдаланилади. Ўзбекистон Республикасининг ташқи савдо ташкилотлари бошқа мамлакатлар ишончли вакиллари хизматидан фойдаланадилар.

Комиссионерлар. Комиссионерлик халқаро савдода кенг ривожланган. Комиссионерлик воситачилигининг моҳияти шундаки, унда комиссионерга рақибларни ва улар билан ўз номидан контрактлар имзолаш (фақат сотувчи ҳисобига) ҳуқуқларни берилади.

Комиссионерлик воситачилиги комиссионерларнинг битимлар шартларига оид ваколатлари акс эттирилган шартномалар асосида ташкил этилади. Шартномага кўра улар ўз ваколатларини оширишлари туфайли содир бўлган зарарлар учун моддий жавобгар бўладилар.

Савдо агентлари. Асосий воситачилигининг фарқловчи хусусияти вакиллик ва оддий воситачилик вазифаларининг бир вақтда бажарилишидир. Савдо агенти вазифасини бажарувчи фирма, шахс ва ташкилотлар экспорт ва импорт қилувчилар номидан шартнома асосида иш юритадилар ёки битимлар тузадилар, яъни сотувчилар ва харидорлар вакиллари вазифасини бажарадилар.

Савдо агентларининг фаолияти, одатда мажбуриятлар ва иш шартларини назарда тутувчи агентлик битимларига асосланади.

Сотувчи воситачилар (дистрибютерлар). Дистрибютерлар бошқа воситачилардан фарқ қилиб, сотувчилар ва харидорлар билан шартномалар тузиб, кенг доирадаги вазифаларни бажариб ўз номи ва ҳисобидан товарларни қайта сотиш билан шуғулланади. Масалан, товарларнинг бузилиши ва йўқотиши, харидорлар берган кредитлар бўйича барча таваккалларни ўз зиммасига олади.

У товарни сотиш баҳолари ва шартларини белгилаши мумкин.

Дистрибютерлар товарларни реклама қилиш билан шуғулланадилар, товарларга сотишдан олдинги хизмат кўрсатиш ва уни маромига етказишни амалга оширадилар, машиналарга техник хизмат кўрсатишни таъминлайдилар, ҳудудларда сотиш тармоғини ташкил этадилар.

Ўзбекистон Республикаси ташқи савдо ташкилотлари тижорат ишида кўпчилик хорижий мамлакатлар дистрибютерлари хизматидан фойдаланади.

Воситачилар фаолиятининг мазмуни ва характери кўп жиҳатдан улар бажараётган вазифалар ва уларнинг ҳуқуқий ҳолатига боғлиқ бўлади.

Сотувчилар ва воситачилар муносабати шартнома ва улардан келиб чиқувчи ҳуқуқлар асосида ташкил этилади.

Шартномаларнинг қуйидаги турлари фарқланади:

- шартнома комиссиялар, буларнинг шартларига кўра воситачи ўз номидан аммо экспорт-импорт қилувчи ҳисобига хорижий фирма билан шартномалар тузиб, коммиссион тақдирлар сони;
- шартномалар етказиб беришлар, бунда воситачига товарни ўз номидан ва ўз ҳисобига сотиб олиш, ишлардан ажратмалар олиш ҳуқуқига эга бўлади;
- шартнома-топшириқ, воситачига ўз номидан ва экспорт ёки импорт қилувчи ҳисобига тегишли тақдирлаш эвазига контрактлар тузиш ҳуқуқини беради;
- оддий ва агентлик воситачилик битимлари.

Тегишли шартнома шартлари асосида мутлақ бўлмаган ва мутлақ (монопол) сотиш ҳуқуқи, шуниндек сотишда афзаллик ҳуқуқи (биринчи кўл ҳуқуқи) фарқланади.

Мутлақ бўлмаган ҳуқуқ воситачиларга маълум номенклатурадаги товарларни шартномада белгиланган муддат давомида айтиб ўтилган ҳудудларда сотишларига имкон беради. Бу ҳуқуқ экспорт қилувчилар янги бозорга чиққанларида қўлланади ва самарали фаолият кўрсатувчи ва истикболли шерик (харидор)ни танлашни мақсад қилиб олади.

Воситачининг мутлақ ҳуқуқи экспорт қилувчига битимда келишилган рўйхат бўйича товарларни мазкур ҳудудларда мустақил ёки воситачилар орқали сотишни ман этади. Бу ҳуқуққа кўра воситачи бозордаги монополист ҳисобланади. Бу уни фаолият кўрсатишга, сотув тармоғини ривожлантириш ва шу кабиларга рағбатлантиради.

Воситачининг мутлақ ҳуқуқи экспорт қилувчи учун ҳам ижобий, ҳам салбий томонлари бор. Ижобий томони шундаки, мутлақ ҳуқуқининг воситачига берилиши уни бозорни эгаллаш ташвишидан халос этади. Салбий томони – қандайдир сабабларга кўра воситачининг қизиқишлари сўнса, бозорни тўсиб қўйилиши (блокировка қилиниши) мумкин. Бундай ҳолатларнинг рўй бермаслиги учун шартномага кафолатлар киритилади, товарларни сотиш ҳажмини босқичма-босқич кўпайтириш, сотишнинг назорат миқдорлари бажарилмаган ҳолда муддатида олдин бекор қилиш ва шу кабилар назарда тутилади.

Сотишдаги афзаллик ҳуқуқи. Бу ҳуқуққа кўра воситачи сотиш буюртмасини биринчи бўлиб олади.

Воситачиларнинг товарларни сотишга алоқалар фаолиятлари маълум сарфларни талаб қилади, жумладан:

- маъмурий чиқимлар, бунга бино, ускуна, автотранспортни сақлаш харажатлари ҳам киритилади;
- божхона ва транспорт харажатлари;
- реклама харажатлари;
- солиқлар ва бошқа тўловлар.

Жаҳон амалиётида воситачилар хизматини тақдирлашнинг олти усулидан фойдаланилади.

1. Экспорт қилувчи баҳолари ва товарларни сотиш баҳолари ўртасидаги фарқ тарзида ҳақ тўлаш.

2. Воситачи фойдасига экспорт баҳоларидан фоизлар ҳисоблаб ўтказиш.

3. Аралаш шакл (И ва ИИ).

4. Белгиланган тақдирлаш. Воситачи алоҳида хизматлар (реклама, бозорни тадқиқ қилиш ва маслаҳат бериш ва бошқалар)ни бажарганда қўлланади.

5. «Кост +» тизими бўйича рағбатлантириш – келишилган ҳаражатларни тасдиқловчи ҳужжатлар бўйича ҳақ тўлаш, келишилган суммага оширилган (иш, хизматлар суммасидан фоизлар). Бу назарда тутилаётган сарфлар суммасини олдиндан аниқлаш қийин ҳолларда қўлланади.

6. Хизмат, мажбуриятларни яхши бажарганлик, ташаббусга тадбиркорлик учун қўшимча тўловлар.

Воситачилар билан уларнинг хизматлари учун ҳисоб-китобни икки усулида фойдаланилади, биринчиси – товарлар учун экспорт қилувчилар тўловлари суммасидан ушлаб қолиш, иккинчиси сотилган товарлар учун тўловлардан сотувчиларга моддий тақдирлар ўтказиш.

Ўзбекистон Республикасида кооперациянинг ривожланиш воситачилик фаолиятининг тикланишига туртки бўлади. Ишлаб чиқариш соҳасида кооперативлар тармоғининг жўшқин ривожланиши хом ашё, материал ва ускуналар, шуниндек товарлар, маҳсулотларни ҳарид қилиш соҳасидаги хизматларнинг кенгайтирилишини тақозо этди.

Воситачиликни янада ривожлантириш йўлидаги ички рағбат фаолияти давлат моддий ресурслари билан таъминланмайдиган кичик корхоналар ва хўжаликни юритишнинг бошқа янги шакллари ташкил этилиши бўлди.

Ташқи иқтисодий фаолиятдаги воситачилик ўз ривожига икки даврни босиб ўтди.

Биринчи давр бу фаолиятдаги демократиялашув бошланишидан олдин ўтган бўлиб, расмий тусда бўлган, чунки ташқи савдо марказлашган ҳолда амалга оширилган. Экспорт маҳсулот ишлаб чиқарувчилар унда деярли катнашмаганлар. Бу даврда воситачилик вазифасини вазирлик ва маҳкамалар бажарганлар.

Иккинчи давр – корхона ва ташкилотларнинг ташқи бозорга мустақил чиқиши бўлиб, бу жараёнда воситачилик хизмати билан шуғулланадиган ихтисослашган ташкилотлар пайдо бўла бошлади.

Бозор иқтисодиётини ташкил этилиши билан воситачилик фаолиятининг янги шакл ва турлари ривож топди, жумладан, ташқи иқтисодий фаолиятда воситачилик билан биржалар, айрим жисмий шахслар шуғуллана бошлади.

Воситачилик хизматларининг ривожланиш жараёнларини тезлаштириш мақсадларида унинг юридик асосларини соддалаштириш, ташқи иқтисодий фаолият билан шуғулланиш учун амалдаги рухсат олиш тартибини рўйхатга олиш тартиби билан алмаштириш, бошқа тўсиқларга барҳам бериш лозим бўлади.

МДХ мамлакатларида воситачилик фаолиятини ривожлантиришни жадаллаштиришни талаб этувчи объектив сабаблар қуйидагилардир:

а) бозор муносабатларига ўтиш, бу жараёнда саноат маҳсулотлари ва товарларни фондлаш ва тақсимлаш билан эркин савдо шуғулланади;

б) мулкни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш, бу маҳсулотни сотишнинг янги шакл ҳамда каналларидан фойдаланишни тақозо этади;

в) муомала соҳасига бозор шароитидаги иш тажрибасига эга бўлмаган, ундаги қоидалардан беҳабар тадбиркорлар армиясининг жалб қилинишидир.

Ҳозирги кунда МДХ республикаларида воситачиликнинг ёрқин ифодаланган учта шакли кўзга ташланади. Биринчиси анъанавий – бу ҳозирча сақланиб қолган ҳарбий саноат комплекси, давлат аҳамиятига эга бўлган корхоналар (авиация, флот,

темир йўл, алоқа тизими, маориф, тиббий ва коммунал хизмат ва бошқалар)ни иш билан таъминлайдиган давлат таъминот-сотиш ташкилотларидир. Иккинчиси – брокерлик конторалари тармоғини қамраб олувчи биржа савдоси тизими. Учинчиси – воситачи корхона ва ташкилотлар. Бунга воситачилик хизматларининг айрим турларини кўрсатувчи ихтисослашган ташкилотлар ҳам, масалан, савдо-саноат палатаси ташкилотлари ва хўжалик юритишнинг янги кенг ривож топган ташкилий шакллари: уюшмалар, кичик корхоналар ҳам киради.

Айтиб ўтилган шаклларнинг барчаси яқин истиқболда сақланиб қолса керак. Аммо бу шаклларда маълум ўзгаришлар содир бўлишини ҳам кутиш мумкин.

Хизмат кўрсатиш соҳасининг кенг хусусийлаштирилиши, бозор иқтисодиётига асосланган мамлакатлар тажрибасига кўра фикр юритадиган бўлсак, таъминот-воситачилик вазифаларини бажарувчи улгуржи омборлар тармоғини ташкил этувчи уюшма, бирлашмаларнинг таркиб топишига олиб келади. Масалан, дўкон ёки нонвойхона эгасига унни биржага бориб харид қилгандан кўра воситачидан олиши қулайроқдир. Бунинг устига воситачи керакли ҳажмдаги унни етказиб беришни зиммасига олиши мумкин.

Биржалар рақобати, унинг белгилари кўзга ташланмоқда табиийки, уларни яшаш йўллариини излашга мажбур қилади. Биржа савдосида қандай ўзгаришларни кутиш мумкин? Рақобат натижасида биржалар сони камаяди, биржалар уюшмаси таркиб топади, бу ҳозор содир бўлмоқда. Брокерлик конторалари сони камаяди.

Биржа ташкилотлари сонининг камайиши ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги бевосита алоқаларнинг ривожланиши таъсирида ҳам содир бўлади. Бундан ташқари, ташкилот ишлаб чиқарувчилар ўз савдо агентликлари тармоғини ривожлантиришлари ҳам мумкин. Бу ўринда хорижий мамлакатларнинг йирик компаниялари воситачилар хизматидан фойдаланишни истисно қилувчи ўз таъминот сотиш каналлари тармоғига эга бўлишини маъқул кўришларини айтиш мумкин, бу маълум фойда келтиради, бозорнинг жорий аҳволидан нисбатан мустақил бўлиш имконини беради.

Хусусий воситачилар – жисмий шахслар ва яширин биржа воситачилик фаолияти унсурларнинг тақдири қандай? Яқин орада уларнинг йўқ бўлиб кетишига умид қилмаса ҳам бўлади. Кўпгина мамлакатлар (АҚШ, Япония, Полша ва бошқалар) тажрибаси далолат беришича, бозор иқтисодиётига ўтиш даврида одатда чайқовчилик ва яширин битимлар авжига чиқади. Бу содир бўлиши муқаррар кўнгилсизликдир. Ҳозир биз бунинг гувоҳи бўлиб турибмиз. У бозор муносабатлари қарор топган, ишлаб чиқариш барқарорлашган, тадбиркорликнинг бошқа турлари билан шуғулланиш фойдалироқ бўлган ҳолларда йўқ бўлади.

Таянч иборалар: улгуржи савдо, воситачилар, брокерлар, савдо агентлари, дилер, дистрибутер.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Улгуржи савдонинг мазмунини изоҳлаб беринг.
2. Улгуржи савдонинг турларини санаб беринг?
3. Тижорат воситачиларининг ўзига хос хусусиятларини айтиб беринг?
4. Воситачилик фаолиятининг қонуний жиҳатларини тушунтириб беринг.
5. Воситачиларнинг қандай турларини биласиз?
6. Савдо агентлари фаолиятининг ўзига хос хусусиятларини айтиб беринг?

Мавзу-7: Улгуржи товар харид қилишни ташкил этиш

Режа:

1. Улгуржи товар харид қилиш мазмуни.
2. Товар сотиб олиш манбалари ва уларни ўрганиш.
3. Улгуржи харидни расмийлаштириш.
4. Мажбуриятларни бажаришни назорат қилиш ва керакли тадбирий чоралар кўриш.

1. Улгуржи товар харид қилиш мазмуни.

Улгуржи товар харид қилиш, улгуржи ва чакана савдо корхоналарининг асосий тижорат вазифаларидан бири ҳисобланади. Бу вазифани аниқ ва пухта бажариш корхона фаолияти самарадорлигини таъминлайди, фойда миқдори ва даражасининг ошишига, товар айланишининг тезлашишига, талабни ўз вақтида қондиришга ёрдам беради.

Улгуржи товар харид қилиш жараёни тижорат вазифаларининг асосийларидан бири бўлиб улгуржи, чакана корхоналарнинг бошқа корхоналардан катта миқдорда товар сотиб олиш ва уни ташкил этиш жараёнига айтилади. Бу жараён товар сотувчиларни танлаш ва уларни ўрганиш, улар билан шартномалар тузиш, товар келтиришни ташкил этиш, ҳисоб-китоб ишларини олиб бориш ва мунтазам равишда жараёнларнинг самарали бўлиши учун чора тадбирларни ишлаб чиқиш ва амалга оширишни ўз ичига олади. Бу жараённинг тўғри ташкил этилиши харид қилувчиларга ҳамда товар сотувчиларга кучли таъсир ўтказади. Молиявий, иқтисодий кўрсаткичлар бу жараённинг тўғри ташкил этилишига боғлиқ бўлади.

Агар бу тижорат функцияси ўз вақтида ва мукамал бажарилмаса, у ҳолда ишлаб чиқаришга ва истеъмолчига салбий таъсир кўрсатади, уларнинг ҳаракатини секинлаштиради ва ўзаро мувозанатни бузишга олиб келади. Талаб ва таклиф мувозанати ҳам шу фаолиятни тўғри олиб боришга боғлиқдир. Шунинг учун улгуржи ва чакана савдо корхоналарида шу ишга мутасадди ходимларнинг моддий маънавий жавобгарлиги ва манфаатдорлиги асосий омил бўлиб хизмат қилади.

Бозорга ўтиш айниқса бозор иқтисодиёти даврида улгуржи товар харид қилиш янада мураккаблашади ва тижорат ҳолатлари, ечимлари турлича бўлиб, таваккалчиликка, рақобат қилишга олиб келади.

Улгуржи товар харид қилиш мураккаб фаолият ҳисобланади ва тижоратчидан катта тажриба, тижорат, молия, технология, ҳуқуқ, товаршунослик соҳасидаги билимлар бўлишини олдиндан кўра билишлик ва аниқ ҳисоб китоб қилишни талаб қилади. Чунки бозорни тўғри билмасдан товар сотиб олиш корхонани обрўсига путур етказиши ёки хонавайрон қилиши мумкин.

Улгуржи товар харид қилиш иши кўпгина омилларга боғлиқ бўлади. Булар жумласига истеъмол товари ишлаб чиқаришнинг даражаси, ташқи савдо алоқаларининг ҳолати, талабнинг миқдори ва таркиби, бозор конъюнктураси ва ҳўжалик алоқалари ўрнатишнинг маълум даврдаги хусусиятлари киради.

Улгуржи товар сотиб олиш тижоратнинг асосий функцияларидан бири бўлиб, қуйидаги ишлар бажарилишини ўз ичига олади: талаб, таклиф ва товар манбаларини ўрганиш, бозор ва тижорат ҳолатини аниқлаш, шартномалар тузиш, товар келиши ва мажбуриятлар бажарилишини назорат қилиш, керакли ечимларни қабул қилиш каби фаолиятлар.

Улгуржи товар харид қилиш учун аввало талаб миқдорини ва таркибини аниқлаш, фаолият кўрсатадиган чегарадаги аҳоли ва улгуржи харидорлар талаби

тўғрисидаги ахборотларга эга бўлиш лозим. Шунинг билан биргаликда рақобатда қатнашувчи томонлар имкониятлари ҳисобга олиниши зарур. Бундай маълумотлар кенг қиррали ва мураккаб бўлгани учун оддий ва одатдаги усуллар ва техника ёрдами билан ечиб бўлмайди, компьютерлаш ва ахборот банкларини ташкил қилишни талаб қилади.

Таклифни ўрганиш, улгуржи ҳарид қилишда ишлаб чиқарувчи корхоналар ва бошқа товар сотувчи корхоналар таклифини аниқлашдан бошланади. Товар сотиб олиш манбаларини, уларнинг имкониятларини, товар миқдори, ассортиментни, сифати ва нархини, шу билан биргаликда кўрсатадиган хизматини пухта ўрганиш муҳим масала ҳисобланади.

Бозорга ўтиш даврида улгуржи товар сотиб олишда айрим хусусиятлар мавжуд бўлиб, иқтисодиёт ҳолати билан боғлиқдир. Товар ҳарид қилиш икки хилда олиб борилади биринчиси тақсимланадиган ва иккинчиси эркин ҳолда сотиладиган товарлар бўйича.

Биринчи турдаги товарларни Вазирлар Маҳкамаси, вилоят ҳокимиятлари томонидан тақсимланган миқдорда улгуржи сотиб олинади. Томонлар муносабати оддий, кўрсатма аниқ бажарилиши шарт. Бозорга ўтиш даврида бундай эскича тақсимланишнинг мавжуд бўлиши, товар танқислиги ва аҳолини ижтимоий муҳофаза қилиш зарурияти билан боғлиқдир.

Иккинчи турдаги товарларни бозор талаби ва таклифи асосида эркин сотиб олишади. Корхона маҳсулотини ўз хоҳишига кўра сотиш ва сотиб олиш ҳуқуқига эга. Товарлар эса эркин ва шартномада келишилган нархларда сотилади. Бундай улгуржи товар сотиб олиш анча мураккаб бўлиб, кўпгина тадбир чораларни амалга оширишга, бозор ҳолатини аниқ билишга мажбур қилади. Мамлакатимизнинг иқтисодий тангликда аста-секин чиқиши билан тақсимлаш тартиби йўқола бошлайди ва эркин сотиш ва сотиб олиш ҳукмрон бўлади.

2. Товар сотиб олиш манбалари ва уларни ўрганиш

Улгуржи товар сотиб олишда қўйиладиган асосий талаблардан бири бу товар сотиб олиш манбаларини аниқлаш ва уларни ўрганишдир. Улгуржи савдо корхоналари қўйидаги корхоналардан товар сотиб олишлари мумкин:

- давлат мулкига асосланган давлат корхоналаридан;
- жамоа мулкига асосланган акционерлик жамиятлари, холдинг, корпорациялар ва бошқа корхоналардан;
- кичик ва хусусий корхоналардан;
- турли шаклдаги қўшма корхоналардан;
- чет элдаги турли корхоналардан;
- мулкчиликнинг аралаш шаклларига асосланган, жумладан давлат-акционер корхоналаридан. Товар сотиб олиш манбаларининг товар ишлаб чиқаришга ва товар ҳаракатига муносабати нуқтаи назаридан улар икки турга бўлинади. Биринчиси ишлаб чиқарувчи корхоналар, иккинчиси воситачи корхоналар (улгуржи-савдо корхоналари, савдо уйлари, айрим ҳолларда чакана савдо корхоналари).

Ўзбекистон савдосига асосан товар сотиб олишда ишлаб чиқарувчи корхоналари товар сотишда муҳим ўринни эгаллаган бўлса, бозорга ўтиш даврида давлат акционер, қўшма ва жамоа мулкига асосланган корхоналарнинг ҳиссаси ошиб бормоқда.

Улгуржи товар харид қилиш жараёнида товар сотувчиларни излаш, уларни ўрганишдан бошланади. Бунинг учун корхона мутахассислари турли йўллар билан ахборотлар тўплашлари шарт. Одатда товар харид қилиш манбалари бўлиб ишлаб чиқариш корхоналари, воситачи корхоналар, улгуржи-чакана савдо корхоналари, тадбиркорлар бўлиши мумкин. Бу борада ишлаб чиқиладиган товарларнинг ассортименти, сифати, нархи, корхонанинг обрўси, шартномаларни бажариш борасидаги қобилияти, интизомлиги тўғрисидаги маълумотлар йиғилади. Маълумотлар тўплангандан кейин харид қилиш манбасининг номи, жойи, харид қилиш миқдори, ассортименти, шартнома тузиш муҳлати ва мутасадди шахс кўрсатилади.

Улгуржи ва чакана савдо корхоналарининг тижорат органлари ва тижоратчилари товар сотиб олиш манбалари тўғрисидаги маълумотларни мунтазам йиғиб боришлари, янги ва эски ахборотларни таҳлил қилишлари керак. Товар ўрами ва ундаги ахборотлар мазмунини ва сифатини ошириш учун чоралар кўрадилар. Бу тадбирлар ишлаб чиқаришни рағбатлантириш имконини беради, ривожланган мамлакатлар, Америка, Япония, Англия савдо компанияларининг иш тажрибаси бунга мисол бўла олади. Мунтазам равишда ташкил этиладиган халқ истеъмоли товарлари ёки айрим товарлар ярмаркасида товар сотиб олиш манбалари таққослаш усулида самарали ўрганилади. Сифатли ва арзон нархда товар ишлаб чиқарувчи корхоналар сотиш рақобатида ғолиб чиқадиладар.

Товар сотиб олиш манбаларини ўрганиш натижалари махсус китобларда, варақаларда, ҳар қайси манба учун алоҳида қилиб акс эттирилади. Зарур ҳолларда ўтган даврда ишлаб чиқарган товарларни рўйхати, модели, сифати, нархи, сотиб олинган товарлар миқдори, нархи ва бошқа кўрсаткичлари баён қилинади. Бундай ахборотлар тўплаш жуда мураккаб, кўп меҳнатни ва вақтни талаб қилгани учун компьютер орқали бажариш асосий вазифа ҳисобланади. Бу йўл жуда қулай ва сифатлидир, бу эса тижоратчи учун зарурдир.

Кўпгина корхоналар товар тўғрисидаги ахборотларини компьютер дастурига киритмоқдалар, телефакс орқали улгуржи харидорлар фойдаланиш имкониятига эга бўлмоқдалар ва шу қабилар.

Улгуржи харид қилиш манбаларини ўрганишда шунга аҳамият бериш керакки, харидорлар кўпинча маҳсулотнинг нархига эмас, балки биринчи навбатда унинг фойдали ҳиссаларига, яъни ташқи кўринишига, техник кўрсаткичларига, дизайнига аҳамият берадилар. Бундай кўрсаткичлар ичида нарх 6-7 ўринда туриши мумкин.

Рақобат шароитида улгуржи харид қилишда қуйидаги томонларга аҳамият бериш лозим:

- корхона маҳсулоти ёрдамида янги эҳтиёжларни қондириш имконияти;
- маҳсулотни техник жиҳатдан янгилиги, чидамлилиги, экологик тозаллиги;
- маҳсулотнинг юқори сифатлилиги, ишончилиги, ихчам ва енгиллиги;
- харидорларга ҳар томонлама хизмат кўрсатиш мумкинлиги.

3. Улгуржи харидни расмийлаштириш

Мукаммал ўрганиш асосида улгуржи ва чакана савдо корхоналари бошқа корхоналар билан ўзаро шартномалар расмийлаштиришга киришадилар. Шартнома битим, ярмарка, биржа ишлаб чиқариш ва савдо корхоналарида расмийлаштирилиши мумкин.

Хўжалик фаолиятининг барча соҳаларида шу жумладан тижоратда корхонанинг бошқа корхоналар, ташкилотлар билан муносабатлари шартнома асосида курилади. Товар сотиш, сотиб олиш, товар алмашув шартномада ўз аксини топади.

Шартнома- бу томонлар ўртасида ўрнатилган мажбуриятлар тўғрисидаги келишувдир. Ишлаб чиқарувчи маҳсулотни шартномада кўрсатилган миқдорда, нархда, муддат ва шаклларда истеъмолчига бериш, охириги эса маҳсулотни қабул қилиш ва ўз вақтида ҳисоб-китоб қилиш мажбуриятларини олади. Шартномада томонлар товар сифати, нархи, хизмат кўрсатиш, ўзаро жавобгарлик ва бошқа кўпгина томонларни шартлашиб оладилар.

Қонунга мувофиқ корхона нима ҳақида шартнома тузишни танлашда, мажбуриятларни аниқлашда эркиндир. Лекин ҳаракатлари қонунларга зид бўлмаслиги шартдир. Тақиқланган ҳар қандай ҳаракат қонуний ҳисобланади.

Бозоргача ҳукм суриб келган шартнома меъёрлари, ўзаро жавобгарлик ўлчамлари бозорга ўтиш даврида янги қонунлар туфайли ўз кучини йўқотди. Шартномада томонлар хоҳлаган масала бўйича ўзаро келишиб олишлари мумкин.

Шартнома ҳаракат муҳлатига қараб бир маротабали жараён учун, қисқа муддатга (ой, квартал), бир йилга ва кўп йилга мўлжалланган қилиб расмийлаштирилиши мумкин.

Шартномада қатнашувчи томонларнинг сонига қараб, икки томонлама ва кўп томонлама шартномалар бўлиши мумкин. Кўп томонлама шартномаларни амалда ҳиссали шартномалар ҳам деб айтилади. Икки томонлама шартномада сотувчи ва харидор томонидан биттадан юридик шахс қатнашади. Ўзаро жавобгарлик мажбуриятларини оладилар, келишилган шартларни шахсан бажаришлари лозим.

Кўп томонлама шартномалар савдода кенг тарқалган бўлиб уч хил кўринишда бўлиши мумкин. Биринчисида, сотувчи томонидан битта корхона, иккинчисида, сотувчи томонидан битта ва харидор бир неча корхона, учинчисида эса, ҳар иккала томонидан бир қанча корхоналар шартномада иштирок этишлари ва ўз ҳиссаларига мувофиқ жавобгар бўлишлари лозим.

Шартнома ёзма шаклда бўлиб 2 ёки 3 нусхада бўлиши мумкин. Уч нусхада одатда биржа ва ярмаркаларда расмийлаштирилади. Шартнома мазмуни Кодексга мувофиқ бўлиши шарт ва қуйидагиларни акс эттиради:

- товарнинг номи, ассортименти, миқдори;
- товарнинг нархи;
- товарни етказиб бериш, келтириш тартиби;
- товарнинг тараси ва ўрами;
- ҳисоб-китоб шартлари;
- томонларнинг жавобгарлиги.

Шартноманинг товар тўғрисидаги маълумотлари, яъни товарнинг номи, миқдори, нархи, ассортименти шартноманинг иловаси бўлган спецификацияда ўз аксини топади.

Шартнома лойиҳасини қонунга мувофиқ сотувчи ёки харид қилувчи тузиши мумкин. Кўпгина ҳолларда шартнома лойиҳасини сотувчи корхоналар тузади ва лойиҳани кўриб чиқиш учун харид қилувчига юборилади. Харидор лойиҳани 30 кун мобайнида кўриб чиқиши лозим. Агар зарур бўлса махсус келишмовчилик баённомасини тузиб товар сотувчига лойиҳани қайтариб юборади.

Ўз навбатида товар сотувчи баённомани кўриб чиқиб, лозим топса ўз розилигини билдиради. Давлат буюртмасига киритилган товарлар бўлса шартномалар тузилиши шарт.

Шартномалар биржаларда, ярмаркаларда ва ўзаро хат юбориш орқали тузилади. Шартнома шартларни келишиш учун музокара олиб борилади. Музокара олиб боришнинг қоидалари, усуллари мавжуд. Музокара олиб бориш уч босқичдан иборат бўлади:

1-босқич. Музокарага тайёргарлик. Бу жараён қуйидагилардан иборат бўлади, яъни мақсадни аниқлаш, вазиятни аниқ тасаввур қилиш, керакли ҳужжатларни тайёрлаш, масала ечиш вариантларни тасаввур қилиш, янги таклифларни ўртага қўйиш ва муаммони аниқ тасаввур қилиш ва таҳлил қилиш.

2-босқич. Музокара жараёнлари. Иккинчи босқич қуйидагиларни ўз ичига олади:

- томонларнинг фикрини аниқлаш;
- уларнинг фикрини бўлмаслик ва танқид қилмаслик;
- томонлар қарашини муҳокама этиш, янги фикрларни ўртага қўйиш ва асослаш;
- иккинчи томон манфаатларни ҳисобга олиш;
- келишилган шартларни расмийлаштириш, шунинг билан бирга музокара олиб боришда бир неча турдаги музокара тактикалари қўлланилиши мумкин, яъни очиқ, ёпиқ ҳолда, комиромис тактикалари қўлланилиши мумкин.

Музокарада шартномани келишиш қуйидаги йўналишларда олиб борилиши мумкин:

- янги шартнома тузиш тўғрисида музокара;
- мавжуд шартномани янада такомиллаштириш учун бўладиган музокара;
- мавжуд шартномани келгусида давом эттириш учун бўладиган музокара.

3-босқич. Музокара натижаларни аниқлаш – бунда қанча шартнома тузилди, қанча суммага, қанча миқдорда, қанча шартларда.

Шартнома тузиш товар ярмаркаларида, товар биржаларида ҳам олиб борилиши мумкин.

4. Мажбуриятларни бажаришни назорат қилиш ва керакли тадбирийд чоралар кўриш

Шартнома шартларини бажарилишини мунтазам назорат қилиб боришлари шарт. Назорат қилиш жараёнида қуйидаги вазифалар бажарилади:

- мижозларга таъсир ўтказиш, ўз вақтида зарурий чораларни кўриш;
- белгиланган миқдорда ва муҳлатда товар келишини таъминлаш;
- хатарни олдини олиш.

Ҳарид қилувчи ташкилот шартнома шартларини бажарилишини турли усуллар билан олиб борадилар:

- товар келишини назорат қилиш йўналиши бўйича замонавий техника ёрдамида ҳисоб-китоб ишларни олиб борадилар. Бунда иш ҳар 10 кунликда, ҳар ойда, чоракда ва йил охирида натижалари чиқарилади. Бу натижалар шартнома билан таққосланади;
- товар сифатини назорат қилиши йўналиши бўйича савдо мутахассислари товар сифатини мунтазам текшириб турадилар ва зарурий ҳолларда расмийлаштирадилар ва бу эса даъво қилиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Назорат қилиш жараёнида ҳарид қилувчи корхона ишлаб чиқариш корхонасига жарима тўлаш тўғрисида даъво қилиши, огоҳлантириши эслатма хати телеграммаси тариқасида чора кўриши мумкин.

Ҳарид қилувчи корхона қуйидаги ҳолларда шартномани бекор қилиши мумкин, биринчидан етказиб бериш муддатларни бир неча бор бузса, агар сифациз товарни юборган бўлса ва камчилигини бартараф этмаса. Шу икки вазиятда шартнома жиддий бузилган деб ҳисобланади ва бекор қилинади. Ўз навбатида сотувчи корхона ҳам шартномани қуйидаги ҳолларда бекор қилиши мумкин:

- товар ҳақини тўлашни бир неча бор бузса;
- белгиланган вақтда ўз товарини бир неча бор олиб кетмаса.

Таянч иборалар: улгуржи савдо, шартнома, олди-сотди шартномаси, ҳарид қилиш режаси, товар сотиб олиш манбалари.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Улгуржи товар ҳарид қилиш жараёнида бажариладиган ишларнинг мазмунини тушунтириб беринг.
2. Товар ҳарид қилиш жараёнида олдиндан қандай ахборот йиғилади?
3. Ҳарид қилиш режаси қандай тузилади?
4. Шартнома турлари ва мазмуни.
5. Олди-сотди шартномасининг мазмуни ва турларини тушунтириб беринг.
6. Шартнома шартларини келишиш учун музокара олиб бориш жараёни қандай босқичларни ўз ичига олади?
7. Шартнома шартларини бажарилишини назорат қилиш қандай тартибда амалга оширилади?

Мавзу-8: Улгуржи товар сотишни ташкил этиш

Режа:

1. Улгуржи товар сотишнинг мазмуни ва уни тўғри ташкил этишнинг аҳамияти.
2. Улгуржи товар сотиш шакллари.
3. Омбор орқали товар сотишни ташкил этиш.
4. Транзит орқали товар сотишни ташкил этиш.

1. Улгуржи товар сотишнинг мазмуни ва уни тўғри ташкил этишнинг аҳамияти.

Улгуржи товар сотиш тижорат фаолиятининг муҳим томонларидан бири бўлиб корхона фаолияти занжирида охириги бўғин ҳисобланади. Улгуржи товар сотиш ҳар қандай корхонага хос хусусиятдир, чунки ишлаб чиқариш, воситачи ва чакана савдо корхоналари мунтазам ёки айрим ҳолларда улгуржи сотиш билан шуғулланадилар.

Улгуржи корхоналар фаолиятида товар сотишни ташкил этиш кўп миқдорда онгли меҳнатни ва вақтни талаб қилади, бундай бўлишга асосий сабаб товар сотиб олувчиларнинг кўплиги, оз ва тез-тез товар сотиб олишлари ҳисобланади. Бозор иқтисодиётига ўтиш муносабати билан чакана савдо корхоналари катта миқдорда товар сотиб олишдан манфаатдор бўлмай қоладилар, акс ҳолда маблағларининг айланиш сустлашиб, банк ҳаражатлари ошиб кетади. Шунинг учун чакана савдо корхонаси оз миқдорда ва кўп хилли товар сотиб олиш учун ҳаракат қилади, бу эса унинг фойда даражасининг ошишига олиб келади.

Улгуржи савдо корхоналари истаган корхонага (улгуржи, чакана, ишлаб чиқариш, қурилиш, транспорт, даволаш ва ҳоказо) мулкый шаклидан қатъий назар товар сотиш ва хизмат кўрсатиш ҳукукига эгадирлар. Ҳаридорларга товар сотишни юқори даражада ташкил этиш учун ҳар томонлама уларга қулай шароит яратиб бериш лозим. Мижозларни йўқотиб қўямаслик учун, рақобат ҳукм сурган шароитда, товар жунатиш, маълумотларни ўз вақтида етказиш, қайта ишлаш, сотиш ҳаражатларини камайтириш учун кенг куламда тадбириий чораларни ишлаб чиқишлари зарур бўлади.

Улгуржи товар сотишни тўғри ташкил этиш товар ҳаракатида қатнашувчи томонларнинг фаолиятига катта таъсир кўрсатади. Аввало улгуржи ва чакана савдо корхоналарининг кўпгина сифат кўрсаткичлари: фойда, ҳаражат миқдори ва даражаси, товар маблағ айланиши, товар ассортименти кенглиги ва унинг таркиб топиши ва бошқалар бу ишни ташкил этилишига боғлиқ бўлади.

Улгуржи товар сотиш хўжалик алоқаларини ўрганиш ва шартнома тузиш асосида олиб борилади. Шартномада ҳамма масалалар билан биргаликда товар юбориш шarti кенг ва ҳар томонлама ёритилиши муҳимдир. Аввало айрим савдо тармоқлари бўйича товар танлаш, жўнатиш, ахборотлар алмашиш, йиғиш, мўҳлатлари, транспорт хизмати, идишларни қайтариш ва бошқа томонлар аниқ ечилиши лозим. Шартномада эркин ҳолда сотиладиган товар бўйича устаманинг тақсимланиши, хизмат кўрсатиш нархлари аниқланиши шарт. Айниқса ўзаро жавобгарлик пухта ишлаб чиқилиши муҳимдир. Шунинг учун улгуржи сотишни ташкил этиш анча мураккаб бўлиб тижоратчидан катта билимни талаб этади.

Улгуржи товар сотиш ва уни тўғри ташкил этиш қуйидаги афзалликларга олиб келиши мумкин:

– чакана савдо тармоқлари бир меъёрда товар билан таъминланиб турадилар ва барқарор товар ассортименти таркиб топади;

– савдо тармоқларида товар заҳираларнинг оқилона миқдорлари таркиб топиши мумкин. Бу эса сақлаш ҳаражатларни камайтиришга, айланма маблағларга бўлган талабнинг камайтиришга ва маблағнинг айланишини тезлаштиришга олиб келади.

2. Улгуржи товар сотиш шакллари

Улгуржи савдо корхоналари ўз мижозлари билан турли шакл ва усулларда иш олиб боришлари мумкин, бироқ уларни ўз вақтида ташкил этиш кўпгина омилларга боғлиқ бўлади.

Улгуржи товар сотиш шакли деб одатда товарларнинг бир корхонадан иккинчисига ёки бошқасига ўтиш йўли тушунилади. Савдо корхоналари ёки бошқа турдаги воситачи корхоналар товарни аввало ўз омборларига олиб келиши, қисман ишлов бериб, сўнгра бошқа корхоналарга сотишлари мумкин. Бундай шаклни омбор орқали сотиш дейилади. Бундай йўл зарурият талаб қилинган шароитда яъни омборда сақлаш, қадоклаш, ажратиш лозим бўлса, товар кўп миқдорда келиб қолган пайтларида қулланилади.

Айрим ҳолларда савдо корхоналари ўз омборларига ташиб келмасдан тўғридан-тўғри товарни ўз мижозларига ўтказиб юборишлари мумкин. Бундай шаклни транзит деб тушунилади. Товар ишлаб чиқариш корхоналаридан чакана савдо корхоналарига бориб тушиб, бунда улгуржи корхона эса ташкилотчилик вазифасини бажаради. Ҳисоботда бу ҳилдаги товар ҳаракатини транзит товар айланиш деб юритилади. Транзит орқали, одатда, кўпгина озиқ-овқат товарлари, гўшт, ун, шакар, қанд, тўқимачилик маҳсулотлари, пояфзал ва бошқа ноозиқ-овқат товарлари ҳаридорларга юборилиши мумкин, чунки омборга тушириш, сақлаш зарурияти бўлмай қолиб, ортиқча ҳаражат ва нобудгарчилиكنинг олди олинган бўлади.

Аввало томонлар шартномада транзит орқали юбориладиган товарнинг номи, ассортимент, миқдори, мўҳлатлари, олувчиларнинг монзили, шартли белгилари, акс этирилиши шарт. Товар учун ҳисоб-китоб қилиш шартлари, қабул қилиш стансиялари, жорий ҳисоблари товар юборувчига олдиндан маълум келишади ёки шартномада қайд қилинади.

Транзит орқали товар юборишда асосий ролни воситачи корхона ўйнайди, чунки унга ташкилотчилик вазифаси юкланади. Улгуржи корхона товар юборувчи ва товар олувчи билан келишилган ҳолда ҳаракат қилиб, иккала томондан мунтазам маълумотларни олиб туради ва назорат қилади. Агар томонлар шартнома мажбуриятларини бажармаса, керакли чораларни куради. Товар олувчилар ҳар ойда ёки бошқа мўҳлатларда қанча товар олганликлари тўғрисида улгуржи корхонага маълумот бериб туришлари мумкин. Ўз навбатида товар юборувчилар ҳам шундай маълумотларни улгуржи корхонага бериб турадилар.

Улгуржи товар сотиш ва уни тўғри ташкил этиш қуйидаги афзалликларга олиб келиш мумкин:

- чакана савдо тармоқлари бир меъёردа товар билан таъминланиб турадилар ва барқарор ассортимент таркиб топади;
- савдо тармоқларида товар заҳираларининг оқилона миқдорлари таркиб топиши мумкин.

Бу эса сақлаш ҳаражатларини камайтиришга аниқса, маблағларига бўлган талабнинг камайтиришга ва маблағнинг айланишининг тезлаштиришга олиб келади.

Юборилган товар учун ҳисоб-китоб қилиш шартига қараб транзит икки ҳил бўлади. Биринчидан пул тўлашлик, яъни бунда ишлаб чиқариш (товар юборувчи) корхонаси пулни воситачи корхонадан олади, у эса ўз навбатида товар пулини чакана корхонадан олиши керак. Бундай усул ҳисоб-китоб ишларини кўпайтиришга олиб

келади ва маблағ айланишини узайтиради. Иккинчисида ҳисоб-китоб ишлари товар юборувчи ва олувчи ўртасида амалга ошади. Бу эса анча осон ва самарали йўл ҳисобланади. Улгуржи корхона ўз улушини алоҳида ажратиб олиши мумкин, яъни чигирма тариқасида.

Транзит шакли асосида товар сотиш анча қулай бўлиб, товар ҳаракатининг, маблағнинг тезлашишига, транспорт харажатларини камайишига олиб келади. Лекин айрим мураккаб ассортиментга эга бўлган товарларни бундай йўл билан юбориб бўлмайди, уларни ажратиш, чакана савдо талабларга мослаш лозим бўлади ёки айрим товарларни ўзоқ вақтгача сақлаш, бошқа мамлакатлардан бир пайтда кўп миқдорда товар олиш лозим бўлади.

3. Омбор орқали товар сотишни ташкил этиш.

Улгуржи корхона фаолиятида омбордан товар сотиш асосий ўринни эгаллайди, чунки бозор талабларига мос ассортиментнинг таркиб топишига, мижозларга тўласинча хизмат кўрсатиш имконини яратади. Ҳамма чакана савдо корхоналари тўғридан-тўғри ишлаб чиқариш, айниқса йирик корхоналардан товар олиш имкониятига эга эмасдирлар. Улар учун кўп миқдорда эмас, балки оз ва тез-тез товар сотиб олиши фойдалидир. Кўпгина ноозиқ-овқат ва айрим бошқа давлатлардан келадиган озиқ-овқат товарлари улгуржи корхона омборларига тушиб, кейинчалик чакана савдо корхоналарига сотилади.

Омбордан товар сотишни ташкил этиш бир қанча омилларга боғлиқ бўлади. Шу жумладан, товар ассортиментига, ташиш масофасига, алоқа воситаларининг ҳолатига, транспорт шароитига ва бошқаларни ҳисобга олган ҳолда ташкил этилади. Омбордан товар сотиш тартиби аввало шартномада ўз аксини топиши шарт.

Улгуржи савдо корхоналари фаолиятида омбордан юбориш, автомобил-омбор орқали сотиш, кучма автомобил, намуна заллари ва кучма сотувчи агентлар ёрдамида товар сотиш. Булар ичида энг кўп тарқалгани ҳаридорларни танлаб олиш асосида товар сотиш усулидир. Бундай товар сотиш ўз навбатида икки хилда ташкил қилинади. Биринчисида товар танлашни ҳаридорлар омбор хоналарига кириб, сақланаётган товарларни кўриб танлаб олиш ишини олиб бориш, бу хилдаги товар танлаш ноқулай бўлиб, омборда бажариладиган жараёнларга ҳалақит беради, техника ҳафсизлиги бузилади ва бошқа салбий оқибатларга олиб келади.

Шунинг учун 1960 йиллардан бошлаб йирик улгуржи савдо корхоналарида махсус танлов хоналари ташкил этилиб, товар намуналари намоиш қилина бошланди. Бу йўналиш бир мунча илғор бўлиб ижобий натижа берди. Товар намуна хоналари майдони ҳар хил бўлиб, 300 дан 3000 кв. М.гача ташкил қилади. Ўзбекистонда кўпгина савдо корхоналарида 600 дан 1200 кв.м. майдонли хоналардан иборатдир. Бино тўғри туртбурчак ёки доира шаклида бўлиши мумкин.

Товар намуна хоналари алоҳида ёки маъмурий хизмат бинолари билан қўшилган ҳолда жойланиши мақсадга мувофиқдир. Хона асосий тижорат маркази бўлиб хизмат қилади. Бино эстетик талаблар асосида безатилиши, илғор алоқа техникаси билан жиҳозланиши керак.

Сотувчиларнинг иш ўрни, керакли жиҳозлар, ҳаридорларнинг товар танлаш учун ҳамма имкониятлар яратилиш зарур.

Товар намуна хонасига ўз-ўзига хизмат қиладиган дўкон савдо корхоналарига ўхшаш қилиб жиҳозлар ўрнатилади ва товар намуналари терилади. Товар нархи, сифати, ишлатилиши ва бошқа томонлари тўғрисида маълумотлар товар олдида қўйилади ва корхонада қабул қилинган товарнинг шартли номери ёзилган бўлади.

Хонада йирик ва техник мураккаб товарларнинг намунаси эмас, балки уларнинг расми туширилган варақалар қўйилади. Хонага кириш жойида ҳаридорлар учун мўлжалланган умумий аҳамиятга эга бўлган эълон ва ахборотлар бўлади.

Булар жумласига ҳаридорларнинг улгуржи савдо корхонасидан товар танлаш мўҳлатлари, хизмат кўрсатадиган ташкилотларнинг руйхати, янги келган товарлар ва бошқа масалалар бўлиши мумкин.

Ҳаридорлар намуна хонасида шартномага мувофиқ керакли товарларни танлаб буюртма шаклида расмийлаштириб сотувчи товаршуносга тақдим этади. Ўз навбатида товаршунос лозим бўлса керакли ўзгариш киритиб, товар чиқариш учун керакли ҳужжатларни тайёрлаш учун бухгалтерияга ёки компютерга жўнатилади.

Сотувчи ҳаридорларга ҳар томонлама хизмат кўрсатиш билан боғлиқ чораларни кўриб чиқади.

Ҳаридорлар зарур бўлган товарларни танлаб, эҳтиёжларини аниқлаб махсус буюртма варақасини товаршуносга топширадилар. Варақада товарнинг ҳамма белгилари акс эттирилиши зарур. Сотувчи товаршунослар ўз навбатида буюртма варақасини олиб лозим бўлганда ҳаридор билан келишилган ва ўзгартиришлар киритилган ҳолда машинага киритадилар. Зарурий ҳужжатлар-счёт фактура тулдириб ахборот марказига етказилади.

Воситачи корхоналар омбор орқали товар сотишда бир қанча усуллардан фойдаланадилар. Сотиш усуллари мунтазам тараққий этиб унинг турлари кўпайиб бормокда. Амалда қуйидаги усуллар қўлланилади:

- 1) телефон, телеграф, телефакс, хат орқали буюртма бериш асосида;
- 2) шахсий танлов асосида товар сотиш. Бу усулда чакана савдо корхонасининг вакиллари белгиланган муҳитларда улгуржи корхонага келиб товар намуналарини кўриб буюртма берадилар ва бу буюртма корхона томонидан бажарилиши шарт;
- 3) Автоомборлар орқали товар сотиш. Бу усулда парфюмерия атторлик ва турли хилдаги майда товарлар сотилади. Бунда товарлар автодўконларга ортилади ва белгиланган маршрут бўйича узоқ жойлашган савдо тармоқларига бориб керакли бўлган товарларни ҳужжатлаштириб топширадилар. Бундай савдо тармоқлари бу хилдаги товарлардан жуда оз миқдорда қабул қиладилар.
- 4) Савдо агентлари орқали товар сотиш.
- 5) Почта, посилка орқали улгуржи товар сотиш ҳамма мамлакатларда анчагина товарлар савдо тармоқларига почта ёрдамида етказилади. Бу усулда кўпроқ атторлик, трикотаж товарлари сотилади. Йирик миқдорда почта орқали товар сотиш имкони бўлса, у ҳолда махсус омборлар ва бўлимлар ташкил этилади ва замонавий техника билан жиҳозланади. Ҳисоб-китоб ишлари автоматлаштирилади.

Транзит орқали товар сотишни ташкил этиш

Транзит усулда товар сотиш учун аввало воситачи корхона ишлаб чиқариш корхонаси билан ва чакана савдо корхонаси билан шартнома тузиши лозим. Бу шартномада қанақа товарлар ва қанча миқдорда транзит орқали чакана савдо корхонасига етказилиши ёзилади.

Шу билан бирга пулини тўлаш шартлари, товар учун ҳисоб-китоб тўғридан-тўғри улгуржи корхона орқали амалга ошиши мумкин ва буюртмалар бериш тартиби ахборотларни олиш тартиби шартномада кўрсатилади.

Товар намуна хонасида ўз-ўзига хизмат қиладиган дўкон савдо корхоналарига ўхшаш қилиб жиҳозлар ўрнатилади ва товар намуналари терилади. Товар нархи, сифати, ишлатилиши ва бошқа томонлари тўғрисида маълумотлар товар олдида қўйилади ва корхонада қабул қилинган товарнинг шартли номери ёзилган бўлади.

Хонада йирик ва техник мураккаб товарларнинг намунаси эмас, балки уларнинг расми туширилган варақалар қўйилади. Хонага кириш жойида ҳаридорлар учун мўлжалланган умумий аҳамиятга эга бўлган эълон ва ахборотлар бўлади.

Булар жумласига ҳаридорларнинг улгуржи савдо корхонасидан товар танлаш муҳлатлари, хизмат кўрсатадиган ташкилотларнинг рўйхати, янги келган товарлар ва бошқа масалалар бўлиши мумкин.

Ҳаридорлар намуна хонасида шартномага мувофиқ керакли товарларни танлаб буюртма шаклида расмийлаштириб сотувчи товаршуносга тақдим этади. Ўз навбатида товаршунос лозим бўлса керакли ўзгариш киритиб, товар чиқариш учун керакли ҳужжатларни тайёрлаш учун бухгалтерияга ёки компютерга жўнатади.

Сотувчи ҳаридорларга ҳар томонлама хизмат кўрсатиш билан боғлиқ чораларни кўриб чиқади.

Ҳаридорлар зарур бўлган товарларни танлаб, эҳтиёжларини аниқлаб махсус буюртма варақасини товаршуносга топширадилар. Варақада товарнинг ҳамма белгилари акс эттирилиши зарур. Сотувчи товаршунослар ўз навбатида буюртма варақасини олиб лозим бўлганда ҳаридор билан келишилган ва ўзгартиришлар киритилган ҳолда машинага киритадилар. Зарурий ҳужжатлар счёт фактура тўлдирилиб ахборот марказига етказилади.

Таянч иборалар: улгуржи савдо, транзит усул, омбор орқали товар сотиш, буюртма, счёт фактура.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Улгуржи савдонинг ўзига хос хусусиятларини тушунтириб беринг.
2. Ўзбекистон Республикасида улгуржи савдони тартибга солиш бўйича қандай меъёрий ҳужжатлар мавжуд?
3. Улгуржи товар сотиш шакллари ва уларнинг мазмуни.
4. Транзит усули нима? Унинг афзаллик ва камчилик томонлари.
5. Омбор орқали товар сотиш усуллари.
6. Улгуржи товар сотишнинг илғор усуллари санаб беринг.

Мавзу-9. Чакана савдода тижорат фаолияти

Режа:

1. Чакана савдо, унинг ўрни ва тижорат вазифалари.
2. Чакана савдо тармоқлари ва уларни хусусиятлари.

1. Чакана савдо, унинг ўрни ва тижорат вазифалари.

Чакана савдо корхоналари деб юридик шахс бўлган, ўз мулкига эга бўлган мукаммал ҳолда аҳолига савдо хизмати кўрсатадиган субъектга айтилади. Масалан, ҳиссадорлик жамиятлари, қўшма корхоналар, савдо бирлашмалари ва уларнинг уюшмалари мисол бўла олади.

Чакана савдо тармоғи деб, аҳолига ёки ҳаридорларга тўғридан-тўғри хизмат кўрсатадиган ёки шунга ўхшаш фаолият билан шуғулланаётган бинога, жиҳозга ёки шунга ўхшаш савдо шохобчасига айтилади.

Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари тўплами (2006 й., 20-21-сон, 181-модда)га кўра чакана савдога қуйидагича таъриф берилган.

Чакана савдо – савдо соҳасида якуний истеъмол учун, ундан тижорат мақсадларида фойдаланиш ҳуқуқисиз аҳолига товарларни доналаб ёки кўп бўлмаган миқдорларда нақд пулга сотишни назарда тутувчи фаолиятни амалга ошириш.

Турғун чакана савдо шохобчаси – жойлардаги давлат ҳокимияти органлари қарори билан ажратилган ер участкаларидаги Ўзбекистон Республикаси “Давархитектқурилиш” қўмитаси органларида белгиланган тартибда тасдиқланган лойиҳа-смета ҳужжатлари бўйича қурилган, санитария ва ёнғин хавфсизлиги нормалари ва талабларига жавоб берадиган, савдо залига, савдо асбоб-анжомларига ҳамда товарларни сақлаш, навларга ажратиш ва қадоклаш учун хоналарга эга бўлган, шунингдек назорат-касса машиналари билан жиҳозланган объект (бино, иншоот).

Савдо тармоқлари ичида савдо бинолари энг асосий ўринни эгаллайди, чунки 90% ва ундан ортиқ маҳсулотлар савдо тармоғи орқали аҳолига етказилади.

Савдо тармоқлари логистик системасининг энг охириги нуқтаси бўлиб ҳисобланади ва ҳар қандай товар шундай чакана савдо тармоғи орқали ўтиши лозим. Аҳолининг минтақавий тарқоқ жойлашишига қараб савдо тармоқлари тарқоқ ва кўп бўлади. Қаерда харидор бўлса шу ерда савдо тармоғи бўлиши лозим.

Шунинг учун савдо тармоқлари логистик системада муҳим ўрин тутиб қуйидаги вазифаларни бажаради:

1. Аҳолига товар сотиш.
2. Товар сотиш билан боғлиқ бўлган турли хизматларни кўрсатиш.
3. Бозорни ўрганиш.
4. Товарларни қабул қилиш ва сақлаш.
5. Товарларга қўшимча ишлов бериш (ўраш, тозалаш, қадоклаш, бошқариш).

Чакана савдо ялпи оммавий тус олган. Шунинг учун бу соҳада жуда кўп ходимлар банд бўладилар. Кўпгина мамлакатларда меҳнатга лаёқатли кишиларнинг 10-20% гачаси чакана савдода банд.

Чакана савдода қуйидаги тижорат вазифалари амалга оширилади:

- бозор ҳолатини ўрганиш, талаб ва таклиф миқдорини таркибини аниқлаш;
- ишлаб чиқариш ёки воситачи корхоналар билан харид қилиш бўйича алоқалар ўрнатиш ва ташиб келтиришини амалга ошириш;
- охириги истеъмолчининг талабига мос товар ассортиментини савдо тармоқларига таркиб топтириш;
- истеъмолчиларга турли хилдаги хизмат кўрсатишни амалга ошириш;
- тижорат фаолиятини олиб бориш, реклама ахборот ишларини ташкил этиш.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 28 августдаги «Бозорлар ва савдо комплекслари фаолиятини тартибга солишга доир қўшимча чоратadbирлар тўғрисида”ги 253-сон Қарорига асосан, республика бозорлари ва савдо комплекслари фаолиятини ташкил этиш ва бошқаришни янада такомиллаштириш, аҳолига хизмат кўрсатиш даражасини ошириш ва савдо қилиш шароитларини яхшилаш мақсадида, «Ўзбекистон Республикаси бозорларида савдо фаолиятини ташкил этиш қоидалари» ва «Ўзбекистон Республикасида савдо комплекслари фаолиятини ташкил этиш қоидалари» тасдиқланди.

«Ўзбекистон Республикаси бозорларида савдо фаолиятини ташкил этиш қоидалари”га мувофиқ, бозор ҳудудини ободонлаштиришга, объектларни жойлаштиришга ва бозорни жиҳозлашга бир қатор умумий талаблар қўйилган.

Унга мувофиқ, бозорда қуйидагилар бўлиши керак:

- асфалтланган (чорва моллари, паррандалар ва бошқа ҳайвонлар сотиш бозоридан ташқари), яхши ёритилган, ёндош ҳудуддан тўсиқ билан ажратилган савдо майдони;
- бозорда иш вақти тугагандан кейин ёпиладиган кириш ва чиқиш жойлари;
- бозорнинг номи, ихтисослашуви ва иш тартиби кўрсатилган ҳолда давлат тилида расмийлаштирилган пешлавҳа;
- жиҳозланган ва тартиб рақамлари қўйилган турғун ҳамда мавсумий савдо расталари ва савдо қилиш учун жойлар, турғун савдо шохобчалари (шу жумладан павилонлар). Бунда бозор маъмурияти тасдиқлаган ва бозор объектларининг жойлашиш схемаси кўринарли жойга осилган ва объектларнинг амалда жойлашган ўрни, шунингдек бозор расталари ва савдо ўринларининг жойлашиши ҳаридорларнинг бозорда эркин юришини ҳамда савдо расталари ва жойларига бемалол боришини таъминлаши керак;
- давлат солиқ хизмати органлари, ҳудудий ички ишлар органлари, санитария-эпидемиология назорати, тиббиёт пункти, давлат ветеринария-санитария экспертизаси лабораторияси ёки давлат ветеринария хизмати органларининг таянч пунктларини жойлаштириш учун хоналар (мол гўшти ва ўсимликлардан тайёрланган озиқ-овқат маҳсулотларини сотишда);
- буюмларни сақлаш жойлари, дезинфекцияловчи моддаларни сақлаш, гўшт маҳсулотларини майдалаш (гўшт сотишда) учун алоҳида хоналар;
- сотувчилар ва ҳаридорлар учун аравачаларни прокатга бериш пункти;
- ўлчов-тортиш воситаларини прокатга бериш пункти (илгари фойдаланишда бўлган мол-мулкни сотиш бозорларидан ташқари);
- авария ҳамда ғавқулдда вазиятлар ҳолатларида ёнғинни ўчириш ва, аҳолини хабардор қилиш воситалари;
- бозорлар ҳудудида ва унга туташ ҳудудларда жойлашган автотранспорт воситаларини вақтинча сақлаш жойлари, жамоат ҳожатхоналари, сув қувурлари, юз-қўл ювгичлар, ахлат тўплагичлар, радиоузел ва бошқа зарур инфратузилма объектлари.

Шунингдек, бозор ҳудуди-деҳқон (озиқ-овқат) бозори, чорва моллари, паррандалар ва бошқа ҳайвонлар бозори, илгари фойдаланишда бўлган мол-мулкни сотиш бозори бир-бири билан ёндош бўлмаслиги шарти билан аниқ ажратиб қўйилган бўлиши керак.

Ўз навбатида, бозор ҳудудида қуйидагилар тақиқланади:

- объектларни жойлаштиришнинг тасдиқланган схемасидан ташқари қўшимча савдо ўринларини ташкил этиш;
- юкларни ташиш учун мўлжалланган воситалар (контейнерлар)дан озиқ-овқат товарларини сотиш;
- ноозиқ-овқат товарларини сотиш, турғун савдо шохобчалари орқали сотиш бундан мустасно;
- озиқ-овқат товарларини автомашиналардан сотиш, қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ихтисослашган автотранспорт ва асбоб-ускуналардан (автолавкалар, автодўконлар, изотермик сиғимлар, тирик балиқ сотиш учун автоаквариумлар ва шу кабилардан) сотиш бундан мустасно;
- алкоғолли маҳсулотларни сотиш (қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда, бозор ҳудудида жойлашган турғун савдо шохобчаси бундан мустасно);

- аудиовизуал асарлар, фонограммалар, ЭҲМ учун дастурлар ва уларнинг моддий жисмлари, компьютер ва маиший техникани сотиш (бозор ҳудудида жойлашган турғун савдо шохобчаси бундан мустасно);
- қимматбаҳо металллар ва тошларни, шунингдек улардан ясалган буюмларни сотиш (бозор ҳудудида жойлашган турғун савдо шохобчаси бундан мустасно);
- ҳайвонлар терисини сотиш;
- хорижий валютани сотиш (ваколатли банкларнинг белгиланган тартибда жиҳозланган ва фаолият кўрсатувчи алмаштириш пунктлари бундан мустасно);
- дори-дармон воситаларини сотиш (дорихоналардан ташқари);
- ветеринария препаратлари ва биологик препаратларни сотиш (ихтисослаштирилган дорихоналар ва зоология дўконларидан ташқари);
- болалар озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш (давлат санитария назорати талабларига мувофиқ махсус жиҳозланган ҳамда ушбу маҳсулотларни сақлаш ва сотиш шарт-шароитлари таъминланган турғун савдо шохобчаларидан ташқари);
- булка нонлар сотиш (бозор ҳудудида жойлашган турғун савдо шохобчаси бундан мустасно);
- уйда тайёрланган озиқ-овқат товарларини сотиш (уларни қонун ҳужжатларида белгиланган нормалар ва қоидаларга риоя этган ҳолда сотиш бундан мустасно);
- қонун ҳужжатларида тақиқланган бошқа товарлар ва буюмларни сотиш.

Шу билан бирга, бозорларда фаолият юритувчилар ва харидорларга (истеъмолчиларга) қулайлик яратиш мақсадида, танишиш учун қулай бўлган жойларда бир қатор муҳим ахборот ва маълумотлар ўрнатилган бўлиши лозим. Улар қуйидагилар:

- товар турларининг асосий гуруҳлари бўйича савдо зоналари кўрсаткичлари;
- савдо зоналари, умумий овқатланиш ва сервис хизмати кўрсатиш объектлари, маъмурий бинолар, давлат солиқ хизмати органи, давлат ветеринария-санитария экспертизаси лабораторияси ёки бозордаги
- давлат ветеринария хизмати органининг биноси (чорва моллари ва ўсимлик маҳсулотларини сотишда), назорат ўлчови тарозилари, прокат пунктлари, бозорлар ҳудудида ва уларга туташ ҳудудларда жойлашган автотранспорт воситаларини вақтинча сақлаш жойлари, жамоат ҳожатхоналари ва бошқа объектларнинг жойлашиш схемаси кўрсатилган стендлар;
- фавқулодда вазиятлар рўй берганда бозорни эвакуация қилиш схемаси;
- бозордаги кириш жойларида ахборот стенди, унда сотувчилар ва бозорга келувчилар учун қуйидагилар бўлади:
- «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни ва ушбу Қоидаларнинг матнлари;
- савдо фаолиятини ва товарларнинг айрим турларини сотишни тартибга солувчи қоидалар;
- бир марталик йиғим, ижара тўлови, кўрсатиладиган мажбурий ва бошқа хизматлар рўйхати ва қиймати, шунингдек бозорда савдо ўринларини бериш ҳамда хизматлар кўрсатиш тартиби ва шартлари тўғрисидаги ахборотлар;
- бозор маъмуриятининг, туман (шаҳар) ҳокимлигининг, давлат ветеринария хизмати санитария-эпидемиология назорати, давлат солиқ хизмати, ички ишлар ҳудудий органларининг телефон рақамлари.

Қоидага мувофиқ, мижозларнинг бозор ҳудудига кириши — бепул ҳисобланади.

Бозор ҳудудида савдони амалга оширишда фискал хотирали назорат-касса машиналарини ва банк пластик карточкаларидан тўловларни қабул қилиш бўйича

тўлов терминаллари кўллаш қонун ҳужжатлари билан тартибга солинади. Бир марталик йиғимлар, ижара тўловлари ва автоматлаштирилган ҳисобга олишнинг банк тизими орқали кўрсатиладиган хизматлар учун бериладиган чеклар назорат-касса машиналари ёки банк пластик карточкаларидан тўловларни қабул қилиб олиш бўйича тўлов терминалларининг чекларига тенглаштирилади.

Бозорларда фаолият юритаётган сотувчилар қуйидагиларга мажбур:

- бозорда савдо фаолиятини амалга оширишда шахсини тасдиқловчи ҳужжатга, бир марталик йиғим тўланганлиги тўғрисидаги чекга, хусусий тадбиркор сифатида давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисидаги гувоҳномага (ўзи етиштирган қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини, чорва моллари, паррандалар ва бошқа ҳайвонларни, шунингдек илгари фойдаланишда бўлган товарларни сотиш ҳолатларидан ташқари) ва қонун ҳужжатларида назарда тутилган бошқа ҳужжатларга эга бўлиш;
- фақат бозор маъмурияти томонидан белгиланган жойлардагина савдо қилиш;
- фақат бозор маъмурияти томонидан тақдим этилган тарозилар ва бошқа ўлчов асбобларидан фойдаланиш (турғун савдо шохобчаларидан ташқари);
- савдо ўринларини тоза ва тартибли сақлаш;
- бозор маъмурияти ва назорат қилувчи органларнинг қонуний талабларини бажариш ҳамда қонун ҳужжатларида белгиланган бошқа талабларга риоя этиш.

Ўз навбатида бозор маъмуриятига бир қатор мажбуриятлар юклатилган бўлиб, улар қуйидагилардан иборат:

- сотувчилар ва ўз ходимлари томонидан белгиланган Қоидаларга ва белгиланган савдо қоидаларига риоя этилишини назорат қилиш;
- деҳқон бозорларида сотувчиларни қатъий ажратилган савдо ўринлари бўйича жойлаштириш;
- савдо ўринлари беришда бир марталик йиғим ундирилишини таъминлаш;
- қонун ҳужжатларига мувофиқ маъмурият билан ижарага олувчи ўртасида тузиладиган ижара шартномаси асосида ҳар ойлик ижара тўловининг ўз вақтида тўланишини назорат қилиш;
- кўрсатилаётган ва бошқа хизматлар учун бир марталик йиғим, ижара тўловлари ва бошқа тушумларнинг банк тизими орқали автоматлаштирилган ҳисобга олиш йўли билан банк кассалари орқали қабул қилинишини таъминлаш;
- маҳаллий бюджетларга, шунингдек бюджетдан ташқари мақсадли жамғармаларга тўловларнинг ўз вақтида ажратилишини таъминлаш;
- бозор ишларини ва бозор фаолияти билан боғлиқ жараёнларни савдо фаолиятини амалга ошириш тартибини белгиловчи ва атроф муҳитни муҳофаза қилишни, бозор жойлашган ҳудуддаги эпидемиологик, эпизоотик ва экологик хавфсизликни таъминловчи ветеринария-санитария қоидалари ва нормаларига қатъий мувофиқ ҳолда ташкил этиш;
- бозорга олиб кириладиган озиқ-овқат маҳсулотлари сифатининг экспресс анализ лабораториясини ташкил этиб тегишли сертификат бериш ва тегишли сертификатга эга бўлмаган маҳсулотларни сотишни тақиқлаш;
- жамоат тартибини сақлаш, кўриқлашни ташкил этиш бўйича зарур чора-тадбирлар кўриш, бозорнинг нормал фаолият кўрсатиши учун, шу жумладан унинг энергия, иссиқлик ва сув таъминоти бўйича зарур шароитларни таъминлаш;
- сотувчилар ва ҳаридорлар учун аравачалар прокати пунктлари иши, ўлчаш воситалари ва сақлаш камералари учун масъулларни тегишли буйруқ билан тайинлаш;

- 300 та ва ундан ортиқ турғун савдо шохобчалари ва савдо ўринлари мавжуд бўлган бозор ҳудудларида ва бозорга туташ ҳудудлардаги автотранспорт воситаларини вақтинча сақлаш жойларини фискал хотирали назорат-касса машиналари ва тўловларни банк пластик карточкаларидан қабул қилиш бўйича тўлов терминаллари билан жиҳозлашни таъминлаш, автотранспорт воситаларининг кириши ва чиқиши вақтини қайд этиш функциясига эга бўлган электрон ҳисоблагичларни мажбурий тартибда ўрнатиш;
- бозор майдонини, маъмурий-хўжалик биноларини, умумий равишда фойдаланиладиган жойларни зарур санитария-техник ҳолатда сақлаш;
- ёндош ҳудудларнинг ўз вақтида йиғиштирилиши ва ободонлаштирилишини таъминлаш;
- каттиқ маиший чиқиндилар, йирик ҳажмли ахлатлар, турли хил идишлар ва шу кабиларнинг ташиб кетилишини таъминлаш.

Шунингдек, бозор маъмурияти сотувчиларнинг тегишли техник талабларга, санитария нормалари ва қоидаларига мувофиқ бўлган анжомларга эҳтиёжини; харидорларга хизмат кўрсатиш чоғида пайдо бўладиган низоли вазиятларнинг сабабларини бартараф этиш бўйича чора-тадбирлар кўрилишини; сотувчиларнинг минимал касбий тайёргарлиги бўйича тадбирлар амалга оширилишини; туман (шаҳар) ҳокимлигида рўйхатдан ўтказилган мулоҳазалар ва таклифлар дафтарларининг мавжуд бўлишини ва улар харидорларнинг биринчи талабига биноан тақдим этилишини; банкларнинг инкассация пунктлари ва кассалари иши учун энг қулай шарт-шароитлар яратилишини, бир марталик йиғим, ижара тўловлари ва кўрсатилаётган хизматлар учун тушумларнинг банклар кассаларига топширилишини таъминлашга кўмаклашишни, бозорлар ва уларнинг филиаллари ҳудудида ўз фаолиятини амалга оширувчи хўжалик юритувчи субъектлар нақд тушумининг ҳар куни инкассация қилиниши (топширилиши)ни таъминлайди.

Бундан ташқари (асосийси), бозор маъмурияти истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги қонун ҳужжатлари талабларининг бажарилиши, бозорларнинг фаолияти, белгиланган савдо қоидаларининг бажарилиши юзасидан қонун ҳужжатларига мувофиқ жавоб беради.

Ушбу Қоидага асосан, бозорларда товарларни сотишга қўйиладиган талаблар белгиланган бўлиб, унга кўра қишлоқ хўжалиги озиқ-овқат маҳсулотлари, уларни қайта ишлашдан олинган маҳсулотлар, ёрдамчи хўжаликлар ва ҳунармандчилик корхоналари маҳсулотлари ҳамда кўчатлар, уруғликлар, гуллар ва гул кўчатлари-деҳқон бозорларида сотиладиган товарларнинг асосий турлари ҳисобланади.

Шунингдек, гўшт ва гўшт маҳсулотлари, сут ва сут маҳсулотлари, балиқ, гўшт ва балиқдан тайёрланган пазандалик маҳсулотларини, қандолатчилик маҳсулотларини сотиш санитария-эпидемиология назорати, ветеринария хизмати талабларига мувофиқ маҳсус жиҳозланган ҳамда ушбу маҳсулотни сақлаш ва сотишнинг зарур шарт-шароитларини таъминловчи, умумий равишда фойдаланиладиган озиқ-овқат маҳсулотларини сотиш бўйича ихтисослаштирилган павилонларда амалга оширилиши белгиланган.

Бозорда ноозиқ-овқат истеъмол товарлари (илгари фойдаланишда бўлган товарлардан ташқари) билан чакана савдо қилиш фақат фискал хотирали назорат-касса машиналари ва тўловларни банк пластик карточкаларидан қабул қилиш бўйича тўлов терминаллари мажбурий қўлланган ҳолда турғун савдо объектлари орқали амалга оширилиши шарт.

Ноозиқ-овқат истеъмол товарларини савдо расталарида сотишга йўл қўйилмайди.

Бозорлар фаолиятини назорат қилиш

Бозорлар, унга туташиб кетган автотранспорт воситаларини вақтинча сақлаш жойлари, шунингдек улар ҳудудида фаолиятни амалга оширувчи тадбиркорлик субъектлари фаолиятини, улар томонидан ушбу Қоидаларга, солиқ тўғрисидаги қонунларга, савдо фаолиятини тартибга солувчи нормалар ва қоидаларга риоя қилинишини назорат қилиш қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда давлат солиқ хизмати органлари томонидан амалга оширилади.

Шунингдек, бозорда санитария ва ветеринария нормалари ва қоидаларига, шунингдек стандартларга, ёнғин хавфсизлиги нормалари ва қоидаларига риоя этилишини назорат қилиш тегишли равишда Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлигининг санитария-эпидемиология назорати органлари, Ўзбекистон Республикаси Қишлоқ ва сув хўжалиги вазирлигининг давлат ветеринария хизмати органлари ва Ўзбекистон Республикаси Ички ишлар вазирлигининг Давлат ёнғин хавфсизлиги хизмати томонидан амалга оширилади.

2. Чакана савдо тармоқлари ва уларни хусусиятлари.

Чакана савдо шахобчалари товар ҳаракатидаги асосий бўғинлардан ҳисобланиб, ишлаб чиқаришга, улгуржи савдога ва истеъмолчига кучли таъсир кўрсатади. Айнан шу чакана савдо шахобчаларида меҳнаткашлар ижтимоий, фойдали меҳнатга қўшган улушларига қараб зарур товарларни сотиб олишади. Чакана савдо жараёнида у ёки бу товар - товар муомаласидан истеъмол муомаласига ўтади. Чакана савдо шахобчаларида бозор ва талаб ўрганилади. Бозор шароитида нархлар, янги истеъмол таркиб топади, талаб қондирилади. Талаб ва таклиф ўртасида мувозанат ушлаб турилади.

Бундан ташқари чакана савдо шахобчаларида истеъмолни қондириб туриш учун товар заҳиралари барпо қилинади ва ҳар томонлама истеъмолга ёрдам бериш, рағбатлантириш чоралари қўрилади.

Чакана шахобчаларида икки турдаги вазифалар бажарилади:

- тижорат вазифалари;
- технологик вазифалар.

Технологик вазифалар – бунга товар қабул қилиш, сақлаш, қадоклаш, ўраш, товарларни савдо залларида кўрсатиш, харидорлар билан ҳисоб-китоб қилиш ва қўшимча хизмат кўрсатиш.

Чакана савдо корхоналари қуйидаги белгиларга қараб турларга бўлинади:

I. Бажараётган вазифасининг хусусиятларига қараб:

- доимий;
- кўчма;
- посылка йўли билан савдо қилувчи савдо шахобчаларидир.

Доимий савдо шахобчалари ўз навбатида икки хил бўлади:

- дўконлар;
- майда чакана савдо дўконлари.

Савдони ташкил этишда асосий ролни дўконлар ўйнайди, улар чакана савдо корхоналарининг 75 % дан ортиғини ташкил этади ва товар айланмасининг 85 % га яқинини беради. Бу ерда савдо сотиқни уюштиришнинг замонавий усуллари қўллаш бўйича зарур шароитлар яратилган бўлади. Жумладан, кўп куч талаб

қиладиган ишлар механизациялаштирилади. Сотувчилар учун айниқса харидорларга хизмат кўрсатиш учун керакли бўлган қулай шароитлар мухайё этилади.

Дўконлар ўзининг барпо этилиши, жойлашиш, сотувга чиқариладиган маҳсулотларининг ассортименти, савдо-хизмати, ишни ташкил этиш билан ажралиб туради.

Чакана савдо корхонасининг савдодаги асосий функцияси қуйидагилардан иборатдир:

- харидорларнинг мол маҳсулотларига бўлган талаб, эҳтиёжларини ўрганиш;
- товарларнинг ассортименти шакллантириш;
- товарлар рекламаси ва хизмат кўрсатиш;
- харидорларга савдо хизмати кўрсатиш.

Майда чакана савдо дўконлари эса ёрдамчи вазифасини бажаради, яъни янги қурилатган жойларда, вақти-вақти билан аҳоли тўпланадиган жойларда дўкон қуриш, иложи бўлмаган ерларда майда чакана савдо дўконлари ўз фаолиятини олиб боради.

Майда чакана савдо дўконлари каторида чодирлар, киоскалар, павилонларни кўрсатиш мўмкин.

Чодирлар – бир-икки сотувчига мўлжалланган ёпиқ ҳолдаги савдо дўкони ҳисобланади. Киоскалардан фарқли равишда унда товарларни сақлаш, сотувга тайёрлаш учун ҳамда ҳаридорларнинг кириб чиқиши учун унга катта бўлмаган хона бор.

Киоскалар – одатда енгил конструкциялардан ёпиқ ҳолда ясалади. Унда бир киши савдо сотиқ билан шуғулланиши мўлжалланган. Киоскаларда товарларни сақлаш, ғамлаб қўйиш учун махсус хона ажратилмаган.

Павилонлар – ўз савдо залига, зарур жиҳозлар сақланадиган хонага эга. Уларда асосан, икки-тўрт нафар сотувчи ҳаридорларга хизмат кўрсатиши мўлжалланган.

Кўчма савдо хизмати ўз ичига бир қанча хизмат турларини олади. Булар кўчма автолавкаларда, кемаларда, мототелотелжаларда, самолётларда, буюмларни харидорларга етказишдан иборат.

Вагон–лавкалар, кема-лавкалар одатда темир йўл ва сув транспорти ходимларига хизмат кўрсатишга мўлжалланган. Автодўконлар одатда дўкон куриш иложи бўлмаган қишлоқларда, кичкина қишлоқларда савдо хизмати олиб боради.

Бундан ташқари бозор кунлари ва ҳар хил тадбирий маросимлар пайтида автодўконлар ўз фаолиятини олиб боради.

Чакана савдода товарларни посилка қилиб жўнатиш билан асосан матлубот кооперацияси шуғулланади. Товарлар ҳаридорлардан олинган буюртмага мувофиқ ажратиблиб белгиланган муддатларда почта орқали жўнатилади.

Ҳаридорлр эса товарларни почта бўлимларидаги прејскурантларга караб тахлашлари ва шу асосда буюртма беришлари мумкин.

II. Товар ассортиментига қараб:

- ихтисослашган;
- ихтисослашмаган дўконлар.

III. Чакана савдо дўконларининг мулкый шаклига қараб:

- давлат чакана савдо дўконлари;
- шахсий чакана савдо дўконлари;
- кўшма чакана савдо дўконлари;
- чет эл савдо дўконлари.

IV. Дўконнинг катта-кичиклигига қараб:

- кичик;
- катта ва йирик.

V. Чакана савдо дўконлари савдо биносининг тузилишига қараб:

- бир қаватли;
- кўп қаватли;
- алоҳида жойлашган;
- биргаликда жойлашган шаклларда бўлиши мумкин.

Савдо шахобчасини энг мақбул тарзда қуриш ва жойлаштиришда чакана савдо дўконларини типлар бўйича ажратиш ҳамда уларни маълум турдаги товарларни сотишга ихтисослаштириш катта аҳамият касб этади.

Чакана савдо шахобчаларининг ихтисослашуви – бу савдо тармоқларида меҳнатни тақсимлашнинг турларидан биридир. Бу дўконларнинг савдо-сотиқ фаолияти айрим товарларни сотиш билан чекланган. Айни шу товарларнинг бир жойда турлар ва группалар бўйича сотилиши аҳолининг истеъмол эҳтиёжларини тўлароқ қондириш имконини беради.

Типлаштириш – бу маълум бир тадбирийдан чора бўлиб, ҳаракатда бўлган, ишлаб турган чакана савдо шахобчаларини ҳар томонлама ўрганилиб, фан ва техника ютуқларидан фойдаланиб, уларнинг оптимал типларини ишлаб чиқишдир.

Дўконларни қуйидаги белгиларга қараб типларга ажратиши мумкин: ассортимент профили, савдо майдонининг ҳажми, савдо корхонасининг жойлаштириши, харидорларга хизмат кўрсатиш шакли ва усуллари. Типларга ажратиш жараёнида шундай дўконлар танлаб олинади-ки, улар тажрибада ўзини оқлаган бўлсин, янгидан барпо этилаётганларида эса товарлар ассортиментини кенгайтириш, савдода янги техника ва илғор технологияларни жорий этиш имкониятлари ҳисобга олиниши лозим. Типлаштириш жараёнида дўконларнинг ҳар хил майдонга эга бўлган хиллари камаяди, уларни бошқариш ишлари анча осонлашади, технологик лойиҳаларини тузиш ҳам анча қулай амалга ошади.

Типлаштириш – бу тархий жараён ҳисобланади, яъни эски типлар йўқолиб, янгилари пайдо бўлиши мумкин. Бу савдонинг ривожланиши, товар ассортиментининг кенгайиши, бозор талаби ва ҳоказолардан келиб чиқади.

Чакана савдо дўконларининг қуйидаги типлари мавжуд:

1. Савдо маркази – чакана савдо корхонаси, оммавий овқатланиш, маиший ва бошқа турдаги хизмат кўрсатадиган корхоналарнинг мажмуига айтилади. Савдо маркази бир бинода жойлашган ёки ёнма-ён жойлашган бино шаклида бўлиши мумкин.

Савдо марказининг афзаллик томонлари:

- савдо марказида одатда хизматнинг ҳамма турини истеъмолчи қабул қилиши мумкин;
- аҳолининг кўп, озлигига қараб бир неча хил типлари ишлаб чиқилган.

2. Савдо тармоғидаги етакчи корхоналардан бири – универсал дўкон ҳисобланади. Уларда товарларнинг ғоят универсал хилма-хил ассортименти бор.

3. Ноозиқ-овқат товарлари билан савдо қилувчи дўконлар.

4. Айрим ноозиқ-овқат товарларини сотувчи дўконлар, яъни «Техника», «Болалар уйи», «Автомобил», «Кийим-кечак».

5. Озиқ-овқат товарлари билан савдо қилувчи дўконлар.

6. Айрим озиқ-овқат товарлари билан савдо қилувчи дўконлар, яъни «Сут ва сут маҳсулотлари», «Нон ва нон маҳсулотлари», «Мева ва сабзавот» ва ҳ.к.

7. «Кундалик эҳтиёж моллари» дўкони кўп талаб қилинадиган озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарлар сотиши билан шуғулланувчи дўконлар бўлиши керак.

8. Универсам – бу асосан озиқ-овқат товарларини ва қисман ноозиқ-овқат товарларини сотувчи дўкон бўлиб ҳисобланади, ноозиқ-овқат товарларидан хўжалик товарлари, конселярия товарлари, парфюмерия товарлари бўлиши мумкин. Уларнинг ҳиссаси универсам товар айланмасини 10-15% ини ташкил эса мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Универсамнинг бошқа дўконлардан фарқи, унинг технологик жараёнларини олиб боришда техника ва фан ютуқларидан фойдаланишдадир. Биринчи универсам 1912 йилда қурилган бўлиб, унинг майдони 1200 кв.м бўлган.

9. Супермаркет. Супермаркет деб савдо майдони 450 кв.м дан ортиқ бўлган асосан озиқ-овқат ва қисман ноозиқ-овқат товарларни ўз-ўзига хизмат кўрсатиш асосида сотадиган дўконларга айтилади. Ҳозирги кунда ривожланган мамлакатларда 70-80 фоиз озиқ-овқат товарлари супермаркет орқали сотилади. Супермаркетларнинг майдони кўпинча 800, 1000, 1500, 2500, 4000 кв.м атрофида бўлади. Савдо майдонига қараб ноозиқ-овқат товарларининг ҳиссаси турлича бўлиши мумкин, яъни энг кичикларида 10-15 %, катталарида 40-50% бўлади. Биринчи марта супермаркет Нью-Йоркнинг Элизабет шаҳрида 1932 йилда вужудга келган, унинг майдони 4600 кв. м. бўлиб, номи «Катта айиқ» бўлган.

10. Дўкон-омборлар. Улар бир неча ўн минг кв. метр майдонни эгаллайди, ҳам улгуржи, ҳам чакана савдо функцияларини бажаради, товарларнинг ассортименти 100 мингга яқин номларга эга, товар ассортименти – кенг, нархлар – паст.

Таянч иборалар: чакана савдо корхона, чакана савдо шохобчаси, типлаштириш, чакана савдо тармоқлари, доимий чакана савдо шохобчаси, кучма чакана савдо шохобчаси, киоска, чодир, павилион.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Чакана савдо корхонаси деб нимага айтилади?
2. Чакана савдо тармоғи деб нимага айтилади?
3. Чакана савдодада қандай тижорат вазифалари амалга оширилади?
4. Чакана савдо шохобчаларида қандай турдаги вазифалар бажарилади?
5. Чакана савдо корхоналари қандай белгиларига қараб қандай турларга бўлинади?
6. Чакана савдо корхоналарининг савдодаги асосий функциялари нимадан иборат?
7. Типлаштириш деб нимага айтилади?
8. Чакана савдо дўконларининг қандай типлари мавжуд?
9. Савдо маркази деб нимага айтилади?
10. Универмас деб қандай чакана савдо типига айтилади?
11. Супермаркет деб нимага айтилади?

Мавзу-10. Чакана савдода товар харид қилишни ташкил этиш.

Режа:

1. Ҳозирги шaroитда савдо тармоқларини товарлар билан таъминлаш хусусиятлари.
2. Товар таъминотининг шакллари ва усуллари.

1. Ҳозирги шaroитда савдо тармоқларини товарлар билан таъминлаш хусусиятлари.

Бозор муносабатларига ўтиш савдо шахобчаларини товар билан таъминлаш таркибига жуда кўп ўзгаришлар киритади. Бу ўзгартиришлар сотувчи билан харидор ўртасида бўлган муносабатдан келиб чиқади. Чакана савдо шахобчаларига савдо таъминоти технологиясининг асосий мақсади товарларни аҳолига қараб ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга энг кам ҳаражат қилган ҳолда етказиб беришни тезлаширишдан иборатдир.

Товар таъминоти савдо шахобчаларини товар айланишига, ҳаражатларига, фойдасига, товар запасларига, товар ассортиментига таъсир қилиши мумкин. Шу нуқтаи назардан чакана савдо корхоналарига ва уларни таъминлашга махсус талабларни ҳисобга олган ҳолда олиб борилиши лозим:

- товар билан таъминлаш бир текисда, маълум бир меъёردа амалга ошиши лозим;
- товар билан таъминлаш махсус ишлаб чиқарилган режалар, графиклар асосида амалга ошиши лозим;
- товар таъминоти тезкорлик билан, оператив йўллар билан амалга ошиши лозим (телефонларни қўллаш, дисплейлар, телефакс, диспетчер хоналарини ташкил қилиш, радио қўллаш);
- товар таъминоти чакана савдо шахобчаларини ассортиментини ҳисобга олган ҳолда;
- товар билан таъминлаш тежамкорлик ва юксак самара берадиган тарзда олиб борилиши шарт.

2. Товар таъминотининг шакллари ва усуллари

Чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлашда давлат, кооператив, ишлаб чиқариш корхоналари, улгуржи корхоналар, майда корхоналар, қўшма корхоналар, ярмаркалар, савдо уйлари, биржалар, фермер хўжалиги ва бошқа товар манбалари иштирок этиши мумкин.

Маълумки бу манбалардан товар келтириши 2 хил шаклда олиб борилиши мумкин:

- транзит
- омбор орқали.

Товар таъминотининг транзит шаклида товарлар ишлаб чиқариш корхоналаридан тўғридан-тўғри чакана савдо шахобчаларига тарқатилади.

Чакана савдо тармоқлари корхона статусига эга бўлса мустақил ҳолда товар харид қилишни ташкил этадилар ва савдо тармоғини товар билан таъминлашни ўз бўйнига оладилар. Корхона статусига эга бўлмаган корхоналарни товар билан таъминлаш вазифаси бирлашма, ташкилот ва бошқа турдаги юқори бўғинга юклатилади. Товар харид қилиш жараёнида товар сотувчиларни излайдилар, ўрганиб

чиқадилар. Бунинг учун корхона мутахассислари турли йўллар билан ахборотлар тўплашлари шарт.

Одатда товар харид қилиш манбалари бўлиб ишлаб чиқариш корхоналари, улгуржи-чакана савдо корхоналари, тадбиркор корхоналари бўлиши мумкин.

Товар таъминотининг омбор шакли қуйидаги ҳолларда қўлланилади:

- бошқа шаҳардаги товар етказиб берувчилардан мураккаб ассортиментли товарлар олинганда;
- маҳаллий товар етказиб берувчилардан йирик партия товарлар олинганда;
- товарларни олдиндан қўшимча ишловлардан ўтказиш ва ўраш жойлаш зарур бўлганда.

Товар таъминотининг транзит шаклида, товарлар ишлаб чиқариш корхоналаридан тўғридан-тўғри чакана савдо шахобчаларига ташилади.

Чакана савдо шахобчаларига товарларни етказиб бериш қуйидаги усуллар билан амалга ошириши мумкин:

- товарларни улгуржи корхона ўз транспорти билан дўконларга етказиб беришни ташкил этади;
- дўконлар ўз транспорти билан товарлар ташиб келишни ташкил этиши мумкин. Бу усулни марказлаштирилган усулда товар ташиб келтириш дейилади.

Товар ассортименти, чакана савдо шахобчаларида маълум бир омиллар асосида таркиб топади:

- аҳолининг таркибий қисми, урф одатлари, даромади, миллати;
- ишлаб чиқариш муносабатлари, бозор муносабатлари;
- савдо корхоналарининг жойлашуви, унинг катта-кичиклиги;
- фойда даражаси.

Бозор шароитида товар ассортиментларини вақт-вақти билан ўзгартириб, бошқариб туриш лозим бўлади. Бундай ўзгартиришлар мавсум ўзгариши, дид, маросимлар, товарларнинг ривожланиши, ассортиментнинг юқори чўққисига чиқади, товар нархи арзонлашади.

Товар таъминотини рационал ташкил этишнинг муҳим шартларидан бири товарларни чакана савдо тармоқларига марказлаштирилган усулда ташиш товар ташиб келиришнинг шундай усулики, бунда улгуржи савдо корхоналари келишилган графиклар бўйича ўзларини транспортлари билан товарларни чакана савдо корхоналарида етказиб берадилар.

Марказлаштирилган усулда товар етказиб бериш учун аввало товар таъминловчи ташкилот билан товар оловчи ташкилот ўртасида шартнома бўлиши керак. Шартнома тузиш учун дўконларнинг сони, жойланиши аниқланиши керак, қайси товарларни сотиш кераклиги кўрсатилган. Контейнерлар сони, қайтариш тартиблари ва шу билан бирга товар етказиб беришнинг графиклари ва маршрутлари ишлаб чиқарилиши лозим.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташишни жорий қилиш учун қуйидаги тадбирларни кўриш зарур:

- савдо корхоналарининг рўйхатини ишлаб чиқиш, яъни дўконларнинг номи ва тури, қаерда жойлашгани, чакана савдо товар оборотининг ўртача ойлик ҳажми, савдо зали ва ёрдамчи хоналарнинг майдони, ишловчилар сони, иш соатлари, дам олиш кунлари, улгуржи савдо корхоналаридан узоқ-яқинлиги кўрсатилиши керак;

- товарларни дўконларга марказлаштирилган тартибда ташиш учун зарур бўлган юкнинг ҳажмига қараб зарур миқдордаги транспорт воситаларини аниқлайдилар ва юк жўнатишдан бир кун олдин транспорт хўжалигига буюртма берадилар;
- товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш ҳужжатларини расмийлаштириш, ҳамда товарларни қабул қилиш ва сақлашни ташкил этиш тартибини ўрнатиш.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташилганда омбордан товарларни тайёрлаб жўнатишда счёта фактура асосий ҳужжат ҳисобланади. Экспедиция товар маршрутига қараб группалаштирилади.

Товарларни ташиб келтириш схемалари ишлаб чиқишда қуйидаги принципларга асосланмоқ керак:

- товар ҳаракатини битта улгуржи звено орқали ташкил этиш;
- чакана савдо шахобчаларига товарларни марказлаштирилган йўл билан ташишни ҳар томонлама ривожлантириш;
- узоқ жойларда очилган ва унчалик катта бўлмаган чакана савдо шахобчаларини товарлар билан таъминлаш учун кўчма омборлардан фойдаланиш;

Схема тузишда чакана савдо шахобчаларининг таркибини, унинг моддий техника корхонасини, товарлар етказиб берувчи ташкилотларнинг узоқ яқинда жойлашганлигини, транспорт йўлларининг ҳолатини ҳисобга олиш керак. Товар ташиш схемаси саноат, улгуржи савдо корхоналари, омборлар чакана савдо шахобчалари ҳамда транспортнинг ривожланиши ва жойлашувида содир бўлиб турадиган ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда ҳар йили қайта кўриб чиқиши керак.

Таянч иборалар: омбор, транзит, улгуржи савдо корхоналари, товар ташиш схемаси, транспорт, марказлаштирилган усул, марказлаштирилмаган усул.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Товар таъминоти моҳиятини очиб беринг
2. Товар таъминоти шакллари тушунтириб беринг.
3. Товар таъминотининг транзит шакли нима?
4. Товар таъминотининг омбор шакли нима?
5. Товар таъминотига қўйиладиган асосий талаблар.

Мавзу-11: Чакана товар сотишни ташкил этиш

Режа:

1. Товар сотиш усуллари ва турлари.
2. Товар сотишни фаоллаштириш йўллари.

1. Товар сотиш усуллари ва турлари

Товар сотиш жараёнлари тижорат ишлари билан чамбарчас боғлиқ бўлиб амалга ошади. Товар сотиш жараёнлари товар ҳаракатининг охириги бўғинида амалга оширилади.

Товарларни чакана сотиш юридик шахслар томонидан фақат турғун савдо шахобчалари орқали, назорат-касса машиналарини мажбурий қўлланган ҳолда амалга оширилиши мумкин. Чакана савдони кўчма равишда (дўкончаларда) амалга

оширишга йўл қўйилмайди, салқин ичимликлар ва музқаймоқлар сотиш бундан мустасно.

Кўчма савдони фақат юридик юридик шахслар томонидан жойлардаги давлат ҳокимияти органларининг савдони амалга оширишнинг аниқ муддатлари ва жойлари кўрсатилган ҳолдаги рухсатномалар асосида, шунингдек тантаналар кунларида, савдо хизмати кўрсатиш юзасидан юридик шахслар билан тузилган шартномалар асосида, шартномада кўчма савдога қўйиладиган товарлар турлари ва миқдорини кўрсатган ҳолда амалга оширишга йўл қўйилади.

Товарларни нақд пулсиз ҳисоб-китоб бўйича сотиш чакана савдо корхоналари томонидан ўтган ойдаги ойлик товар айланмаси умумий ҳажмининг 10 фоизи доирасида амалга оширилиши мумкин. Бунда товарлар сотилишини ҳисоблаб чиқиш ҳар бир ой бўйича алоҳида амалга оширилади. Товарларни олдинги ойлар ҳисобига сотишга йўл қўйилмайди. Савдо ташкилотларига хизмат кўрсатувчи тижорат банклари товарларни нақд пулсиз бериш бўйича операцияларни амалга оширишда мазкур талабларга амал қиладилар.

Чакана савдо корхоналарига товарларни товар айланмаси умумий ҳажмининг 10 фоизидан ортиқча нақд пулсиз ҳисоб-китоб бўйича фақат ижтимоий соҳа ташкилотлари ва муассасалари (болалар, даволаш муассасалари, қариялар уйлари, болалар уйлари, ногиронлар уйлари, ўқув ва маърифат юртлари)га сотишга рухсат берилади.

Юридик шахс бўлмаган якка тартибдаги тадбиркорлар чакана савдо билан қонун ҳужжатларига мувофиқ турғун чакана савдо шохобчалари орқали чакана савдо билан қуйидагилар асосида шуғулланишлари мумкин:

- юридик шахс бўлмасдан тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи жисмоний шахс сифатида давлат рўйхатидан ўтказилганлик тўғрисидаги гувоҳномалар;
- якка тартибдаги тадбиркорда чакана савдони амалга ошириш учун моддий-техник қорхонанинг мавжудлигини тасдиқловчи ҳужжатлар;
- давлат солиқ хизмати органининг назорат-касса машинасини олдиндан рўйхатдан ўтказилганлик тўғрисидаги маълумотномалари.

Юридик шахс бўлмаган якка тартибдаги тадбиркорлар савдо комплексларида чакана савдони фақат қуйидагилар бўйича амалга ошириш ҳуқуқига эгадирлар:

- якка тартибдаги тадбиркорларнинг бевосита ўзлари келтиришган импорт товарлар;
- ўзлари тайёрлаган товарлар;
- ушбу товарларни ишлаб чиқарган бошқа якка тартибдаги тадбиркорлардан сотиб олинган товарлар;
- мамлакатимиз товар ишлаб чиқарувчилари товарлари — уларни қонуний равишда сотиб олинганлигини тасдиқловчи барча ҳужжатлар мавжуд бўлганда.

Сотиш жараёнида қуйидаги ишлар амалга оширилади: ҳаридорлар талабини аниқлаш, товарни кўрсатиш ва таклиф этиш, ҳаридорларга маслаҳат бериш, янги ва ҳамроҳ товарларни ҳаридорларга таклиф этиш, ҳаридор билан ҳисоб-китоб қилиш, товарни ўраб ҳаридорга бериш. Буларни бажариш бир қанча усуллар орқали амалга ошиши мумкин. Ҳозирги вақтда чакана савдо тармоқларида товар сотишнинг қуйидаги усуллари қўлланилмоқда:

- оддий усулда сотиш;
- очик ёйиб сотиш;

- намуна усулида сотиш;
- ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усулида сотиш;
- олдиндан берилган буюртма асосида сотиш;
- автоматлар орқали товар сотиш.

Бизга маълумки, сотиш усуллари тарихий бўлиб, ривожланиш хусусиятига эга.

Товар сотиш жараёнлари товар ҳаракатининг охириги бўғинида амалга оширилиб, истеъмолга ва ишлаб чиқаришга кучли таъсир этади. Бозор муносабатлари шароитида товарнинг нархи, истеъмол қиймати шу жараён пайтида аниқланади. Сотиш жараёнлари тижорат ишлари билан чамбарчас боғлиқ бўлиб амалга ошади. Товар сотиш жараёнлари бу чакана савдо дўконларининг товар сотиш билан боғлиқ бўладиган ишларнинг йиғиндисига айтилади.

Жараёнларнинг таркиби, сони, миқдори кўпгина хусусиятларга эга бўлади ва бир неча хил бўлиши мумкин. Амалда бу жараёнларни қуйидаги гуруҳларга бўлиш мумкин:

- товарларни келиши, туширилиши;
- товарларни қабул қилиш;
- товарларни сақлаш;
- товарларни сотиш.

Товарлар хусусиятларига қараб товар сотиш жараёнлари кенгайтирилган шаклда ҳам ифода қилиниши мумкин. Мисол учун, газлама сотиш технологияси ёки сабзавот сотиш технологияси. Товар сотиш технологияси товар сотиш жараёнларининг бажариш усулини билдиради. Демак, бу усуллар ҳар хил бўлиши мумкин. Товар сотиш технологияси қуйидаги омилларга боғлиқ:

- товарнинг хусусиятига (физик, кимёвий, биологик);
- товарларни сотишга, истеъмол қилишга тайёрлаш даражаси;
- чакана савдо дўконларни техникавий жиҳозланиш даражасига;
- дўконнинг тузилишига, лойиҳасига боғлиқ бўлади.

Чакана савдо дўконларида бажарилаётган жараёнларнинг айримлари ишлаб чиқариш корхоналарига мос, ишлаб чиқариш корхоналарининг ҳарактерига ва технологиясига боғлиқ бўлганлиги учун бу хилдаги жараёнлар ишлаб чиқариш жараёнларининг савдода давом этиши деб айтилади, яъни дазмоллаш, қадоқлаш, ўраш, истеъмолга тайёрлаш. Бу жараёнлар кўпгина жисмоний кучни талаб қилиб замонавий техника бўлишини тақозо қилади. Шунинг учун ҳам буларни ишлаб чиқаришда бажарилмоғи мақсадга мувофиқдир.

Иккинчи хилдаги жараёнлар товар сотиш билан чамбарчас боғланган бўлади, яъни товарларни ташиш, сақлаш, териш, ҳаридорларга кўрсатиш ва ҳоказо. Бу жараёнлар дўконларнинг асосий ишлари ҳисобланади.

Ишлаб чиқариш ва савдо тараққиёти янги усулларни олиб келишига ёрдам беради. Оддий усулда сотиш кўп асрлардан мавжуд бўлиб, уни чизма шаклда кўриниши қуйидагича:



Бунда ҳаридор ўзига керакли товарни сотувчидан олади. Оддий усулда сотишда асосли ишларни сотувчи бажаради ва сотиш жараёнида фаол ролни сотувчи ўйнайди.

Очиқ-ёйиб сотиш усули ҳам кўп замонлардан бери мавжуд бўлиб, товарлар очиқ ҳолда ҳаридорлар олдида териб ва ёйиб кўрсатилади, унинг чизма шакли қуйидагича:



Намуна усулида сотиш – айрим товарлар, яъни газлама, катта габаритли товарлар (мебел, музлатгич, кир ювиш машинаси, телевизорлар) намуна ҳолатида сотилиши мумкин. Товарларнинг намуналари савдо залларида кўрсатилиб, ҳаридорга берилиши керак бўлган товарлар эса дўконнинг ёрдамчи хоналарида, улгуржи корхоналар омборларида, ишлаб чиқариш корхоналарида жойлашган бўлиши мумкин.

Бу усулнинг афзаллик томони шундаки, унча катта бўлмаган савдо майдонида кўпгина товарларни ассортиментини қўйиш мумкин. Товарларга ёпиштириб қуйилган ёрлиқларга товарнинг номи, артикули, нави, нархи кўрсатилади.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усули, яъни



Бу усулнинг моҳияти қуйидагича бўлади: товарлар кадокланган ҳолатда, пештахталарда терилган бўлиб, ҳаридорлар, эркин танлаб оладилар ва олинган товарлар учун чиқиш жойида ягона ҳисоб-китоб узелида ҳақ тулайди.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усули 1908 йилда Чикаго шаҳрида қўлланилган бўлиб, Москва, Санкт-Петербург шаҳарларида 1954 йилдан бошланиб қўлланила бошлади.

Ўзбекистонда Тошкент вилоятининг Қибрай туманида 1956 йил Китоб дўкони шу асосда ишлай бошлади.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатишнинг иқтисодий афзалликларининг манбаи шундан иборатки, дўконда бажарилаётган кўпгина жараёнлар, яъни товарни кўрсатиш, танлаш, керакли микдорда танлаб ёки ўлчаб олиш, ҳаридорлар томонидан бажарилади. Ана шу сабабли дўкон ходимларига бўлган талаб бирмунча камаяди ва меҳнат унумдорлигини ошишига олиб келади.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш даражаси икки хил усул билан аниқланиши мумкин:

1. Ўз-ўзига хизмат қилиш даражаси ўз-ўзига хизмат кўрсатишга ўтган дўконларнинг сонини ташкилотда бўлган дўконлар сонига бўлиши билан топилади.
2. Ўз-ўзига хизмат қилиш асосида сотиладиган товарларнинг товар айланишини, умумий товар айланишига бўлиш билан топилади:

Қоидага мувофиқ дўконларда товар айланишининг камида 70 % ўз-ўзига хизмат қилиш асосида сотилса, шундай дўконларни ўз-ўзига хизмат кўрсатадиган дўкон ҳисобланади.

Буюртма асосида сотиш – бу усул 1920 йилдан бошлаб Москвада тадбиқ этила бошлади. Бу усулда ҳаридорлар сотиб олиши лозим бўлган товарларни олдиндан хат, телефон ва бошқа йўллар орқали дўконларга хабар қилиб, товарни олгандан кейин пулини тўлашлари лозим. Бу буюртма асосида сотишда хабар ва товар етказиб бериш қуйидаги шаклларда амалга ошириш мумкин:

- телефон орқали буюртма бериш – товарни уйга келтириб бериш шарти билан;
- телефон орқали хабар бериш ва дўкондан товарни олиш шаклида;

- тўғридан-тўғри дўконга бориб буюртма бериш ва ундан кейин товарни олиш шарти билан;
- тўғридан-тўғри дўконга буюртма бериш ва уйга етказиб бериш шарти билан. Товарларнинг нархи ва кўрсатилган хизматга олдиндан ёки кейин – товарни олган пайтда ҳақ тўланади.

Буюртма орқали сотишнинг афзалликлари қуйидагилардан иборатдир:

- харидорнинг товар сотиб олиш билан боғлиқ бўлган вақти бир мунча камаяди;
- транспорт харажатлари бир қанча қисқариши мумкин;
- чакана савдо дўконларига бўлган талаб бир қанча камаяди.

Автомат орқали сотиш – биринчи маротаба 1888 йилда АҚШда тадбиқ этилди. Собиқ иттифоқда 1956 йилда Киевда ташкил этилган эди. 1965 йилгача жуда тезлик билан ривожлана бошлади, 1960-1965 йилларда махсус автомат савдо ташкилотлари, яъни автоматторглар ташкил этилди, автомат дўконлар, нон сотадиган автоматлар ташкил этилди.

Автомат орқали товар сотишнинг афзалликлари қуйидагилардан иборат:

- товар харидорга максимум даражада яқинлашади;
- ишлаш муҳлати чегараланмаслик мумкин, яъни 24 соат давомида ишлаши мумкин;
- санитария ҳолати сотиш жараёнида тоза бўлади;
- харидор вақти сотиб олиш билан боғлиқ бўлган вақти максимум даражада қисқаради.

Автомат билан сотишнинг етарли даражада ривожланмаслигига сабаб:

биринчидан – автомат машиналарининг конструктив қисмлари ва унинг тузилиши замонавий талабларга жавоб бермаслигида;

иккинчидан – танга пулларнинг товар нархларига тўғри келмаслиги;

учинчидан – савдода техника хизматининг ниҳоят даражада паст ташкил этилганлиги, яъни автоматни ишга тушурувчи, автомат устидан назорат қилиш, унга хизмат кўрсатувчи ходимларнинг йўқлиги ва улар сифатининг пастлиги.

3. Товар сотишни фаоллаштириш йўллари

Аҳолига хизмат кўрсатиш бир қанча усуллар билан ва ташкилий йўллар билан амалга ошириш мумкин. Товарлар кредит йўли билан, воситачилик йўли билан, махсус чеклар билан, кўчма савдо дўконларининг йўли билан, айрим шахслар ёрдами билан амалга ошириш мумкин.

Кредитга товар сотиш – товар сотишнинг кўп тарқалган усулларида бири ҳисобланади. Кредитга товар сотиш дўконлари товарларининг рўйхатлари, сотиш тартиби юқори ташкилотлар томонидан тасдиқланган бўлиб маълум тартибда олиб борилади.

Махсус чек дафтарчаси орқали товар сотиш, 1988 йил бошларида бошланган эди. Чекларни суғурта банкалари томонидан берилиб бир йиллик кучга эгадирлар. Чекларни дўконларга бериш пайтида албатта паспортни ҳам кўрсатиш шарт. Паспорциз ҳақиқий ҳисобланмайди. Чек икки қисмдан иборат: биринчиси чек, иккинчиси коришок. Дўкон ходимлари чеклар бўйича махсус рўйхат тузилиб, банкка топширилиши шарт.

Товарларни сотишда пул ўтказиш орқали товар сотиш – 1967 йилдан бошлаб аҳолига почта ёки телеграф орқали ўтказган пулига товар сотиш бир мунча тарқалган. Бундай товар сотиш асосан кўпгина туғилган кунга, тўй ва бошқа маросимлар билан

боғлиқ бўлади, шу пайтда бу усулда товар сотилар эди, яъни товар тухфа сифатида харидорга етказиб берилади.

Кўчма ҳолда товар сотиш - асосан автодўконлар, аравачалар айрим шахслар ёрдамида амалга ошириши мумкин. Шунинг билан биргаликда сув транспорти, ҳаво ва темир йўл транспорти ёрдамида кўчма савдони ташкил қилиш мумкин. Автодўконлар ишини ташкил этиш учун корхона ва ташкилотларда автодўконлар йўл маршрутлари, хизмат кўрсатишдаги аҳоли пунктлари, бориш вақти олдиндан тузилади. Ана шу графиклар асосида белгиланган пайтда ва белгиланган жойда савдо жараёни олиб боришлари керак. Автодўконларда сотиш бир неча хил усулларда олиб борилиши мумкин:

- буюртма йўли билан;
- тўғридан-тўғри сотиш йўли билан;

Автодўконлар ассортиментида оддий ассортиментли товарлар киритилади.

Таянч иборалар: Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш, кўчма савдо, турғун савдо шаҳобчаси, савдо автоматлари, супермаркет, автодўкон.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Товар сотиш усулларида келиб чиқиш тарихи ва уларнинг моҳияти.
2. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усулининг ижтимоий-иқтисодий аҳамияти.
3. Ўзбекистонда ўз-ўзига хизмат кўрсатишнинг ривожланиш муаммолари.
4. Товар сотишни фаоллаштириш усулларида нималар қиради.
5. Кўчма савдонинг моҳиятини тушунтириб беринг.
6. Республикада кўчма савдо орқали қандай товарларни сотиш мумкин?
7. Савдо автомати орқали товар сотишнинг моҳияти.
8. Автодўконларда савдо қилишнинг ўзига хос хусусияти.

Мавзу-12. Хизмат кўрсатиш зарурияти, турлари.

Режа:

1. Хизмат кўрсатиш мазмуни, аҳамияти.
2. Қўшимча хизмат турлари.

1. Хизмат кўрсатиш мазмуни, аҳамияти.

Бутун дунё мамлакатларида хизмат билан жуда кўп кишилар шуғулланади. АҚШ аҳолисининг 60 фоизидан ортиқроғи, Германиянинг – 41 фоиз аҳолиси, Италиянинг 35 фоиз аҳолиси хизмат кўрсатиш билан шуғулланади.

Хизматларнинг ўзига хос хусусиятлари:

1. Хизматлар олдиндан сезилмаслик хусусиятига эга, яъни уни ишлаб кўриш, ҳидини сезиш, овозини эшитиш мумкин эмас.
2. Хизматлар ўз манбасидан ажралмаган ҳолда мавжуд бўлади.
3. Хизматларнинг сифати ҳеч қачон бир хил бўлмайди.
4. Хизматни захира қилиб, сақлаб қўйиш мумкин эмас.

Савдода хизмат кўрсатиш бу харидорларга товар сотиб олишда ва уни истеъмол қилишда ҳар томонлама ёрдам бериш ва хизмат кўрсатишдир. Савдода хизмат кўрсатиш савдо ривожланган шароитида товар танқислиги тузган пайтида ривожланиш имкониятига эга бўлади.

Савдода қўшимча хизмат кўрсатиш ўз хусусиятларига қараб бир қанча гуруҳларга бўлиниши мумкин:

1) Қўшимча қиймат яратиши ёки истеъмол қиймати яратишига қараб хизмат кўрсатиш қуйидаги гуруҳларга бўлиниши мумкин:

- қўшимча қиймат ва истеъмол қиймати яратадиган савдо хизмати, бунга ишлаб чиқариш ҳарактерига эга бўлган савдо хизмати, яъни газламаларни бичиш, янги расмлар, гуллар чизиш, ўрнатиш, радио, телевизор, музлатгичларни, мебел ва бошқа товарларни хоналарда ўрнатиш;

2) Транспорт ва ортиш-тушириш билан боғлиқ бўлган савдо хизматлари;

- сотиб олинган товарларни ўраш, комплектлаш, совғабоп наборларни ташкил этиш каби савдо хизматлари ҳам ўз навбатида қўшимча қиймат яратишга ёрдам беради, яъни буюртмаларни қабул қилиш ва уни бажариш, ҳаридорларга етказиб бериш каби истеъмол қийматини яратишга ёрдам беради. Бошқа хилдаги савдо хизмати, янги истеъмол қийматини яратмайди ва савдо учун зарур ҳисобланади. Буларга ҳаридорларга маслаҳат бериш, яъни бу маслаҳатни савдо ходимлари, врачлар ва бошқа хилдаги мутахассислар бериш мумкин. Товар ҳақида маълумотлар бериш, уларни текшириб бериш, фойдаланиш тартибини ўргатиш каби ишлар ҳам савдо хизматига киради.

Савдо хизмати ҳаридорлар томонидан пулни тўлаш, тўламаслигига қараб икки гуруҳга бўлинади:

- пулни тўлаши лозим бўлган савдо хизмати;
- хизмат пули тўланмайдиган савдо хизмати.

Хизмат ҳақи савдо ташкилоти томонидан ҳисоблаб чиқилиши лозим ва ахборот тариқасида аҳолига ҳар хил йўллар билан етказилиши лозим. Айрим жойларда савдо хизмати бепул кўрсатилиши мумкин.

Ҳаридорларга хизмат кўрсатиш лозимлиги нуктаи назардан савдо хизмати икки гуруҳга бўлинади:

- савдо хизмати кўрсатиш шарт бўлган;
- хизмат кўрсатиш мумкин бўлган ёки таклиф қилинадиган.

Бу хилдаги хизматларнинг рўйхатини шарт ёки шарт эмаслигини савдо ташкилотлари ва уларнинг юқори органлари белгилаб берар эди.

Қўшимча савдо хизматини кўрсатиш социал ва иқтисодий афзалликларга олиб келиши мумкин, яъни:

- савдо хизмати кўрсатиш фойда миқдори ва даражасини ошириши мумкин;
- товарнинг сотилишини тезлаштириш мумкин ва истеъмолни ҳар томонлама кондирити мумкин;
- ҳаридорга хизмат кўрсатиш даражасини ва савдо маданиятини даражасини ошириш мумкин.

2. Қўшимча хизмат кўрсатиш турлари.

Ҳозирги замон универсал ва ихтисослаштирилган дўконларда кўрсатиладиган қўшимча хизматнинг асосий турларига қуйидагилар киради: савдода бўлмаган товарларга олдиндан буюртма қабул қилиш, товарларни кредитга сотиш, сотиб олинган товарларни кўрсатилган манзилга элтиб бериш, газламаларни бичиш, тайёр куйлакларни ҳаридорнинг қоматига мослаб бериш, кийим ва бош кийимларни қисман тўғрилаш, пардаларни тикиш, бош кийим ва поябзалларни кийиб бериш, соат қайишчаларини ўтказиб бериш, чанғиларга, тасмалар ўрнатиш, техник жиҳатдан мураккаб товарлар, чарм-атторлик, трикотаж буюмлари ва болалар уйинчоқлари майда ремонт қилиш, авторучкаларни ремонт ва заправка қилиш, пичоқ, қайчи ва

бошқа товарларни чахлаш, наққошлик ишларини бажариш, фотоаппаратларни зарядка қилиш учун қоронғу хоналарни жиҳозлаш, фото плёнкаларни кўринадиган қилиш ва фотосурат чиқаришга буюртма олиш, модалар ва янги товарларни намоиш қилиш, товарлардан фойдаланиш қоидалари бўйича мутахассислар маслаҳатларини уюштириш, шаҳар маълумот хизмати бюроси ва бошқаларнинг бўлимларини ташкил қилиш.

Савдо корхоналаридан кўрсатиладиган кўшимча хизматларга қуйидагилар киради:

1. Товарларни уйга элтиб бериш. Кўп универмаглар, ихтисослаштирилган дўконлар (мебел, қурилиш материаллари ва ёқилғи хўжалик товарлари, маданий товарлар билан савдо қилувчи) мебеллар, музлатгичлар, кир ювиш машиналари, радиоприёмниклар, телевизорлар, пианино, қурилиш материаллари, ёқилғилар ва бошқа катта ҳамда оғир товарларни уйга элтиб беришда махсус ажратилган транспортлардан ёки кооператив ташкилотнинг дўконга товар келтирган транспорт билан қайтишда харид қилинган буюмларни уйга элтиб беради. Харидорлар товарни уйга элтиб бергани учун амалдаги тариф бўйича ҳақ тўлайди. Юк ташиш қиймати дўзон кассасига товар қиймати билан бирга тўланади. Сўнгра уч нусхада квитансия ёзилиб, бир нусхаси товар элтиб бериш учун машина ҳайдовчисига, иккинчи нусхаси харидорга берилади, учинчиси эса дўконда қолади. Товарни уйга элтиб беришда харидор юкни олганлиги ҳақида ҳайдовчидаги квитансияга имзо чекади. Харидорларга ёқилғи сотиш ва уйга элтиб бериш олдиндан бериладиган буюртма-талабномалар бўйича амалга оширилади. Ёилғига ёзма талабномалар хўжалик товарлари билан савдо қилувчи яқин орадаги дўконларга топширилади.

2. Дўкондан харид қилинган газламаларни бичиш. Кўшимча хизматнинг бундай формаси матлубот кооперацияси тизимидаги универмаглар ва газлама сотишга ихтисослашган йирик дўконларда кенг тарқалган. Материалларни бичиш учун дўконларнинг савдо залидан озгина жой ажратилиб, бичиқчи учун иш ўрни жиҳозланади. Унда мода журналлари ва андозалар учун столча ёки тумбочка, бичишга қабул қилинган газламалар ва бичилган буюмларни сақлаш учун шкаф, устки кийимлар, вешалкаси, харидорлар учун стуллар ёки креслолар қўйилади. Бичиш столининг иш соатлари, буюртмани расмийлаштириш тартиби бичиш учун хизмат ҳақи прејскуранти ва бошқалар кўрсатиб қўйилади.

Бичиқчи харидорга андоза танлашда ёрдамлашади, газламани бичади ва кўклаб беради, хизмат ҳақини айтади, квитансия ёзиб беради. Қабул қилинган буюртмалар иложи борица буюртмачи иштирокида, бироқ қабул қилинганида уч кундан кечиктирмай бажарилади.

Бичиш столининг иш кунлари ва буюртма қабул қилиш вақтлари маҳаллий шароитларга қараб белгиланади. Буюртмаларнинг сонига қараб бичиқчи ёки тўлиқ кунлар ёки куни ва соатлари кўрсатилган маълум жадвал бўйича ишлайди.

Кийим тикишга буюртма қабул қилиш. Газламалар билан савдо қилувчи баъзи дўкондан сотиб олинган материаллардан кийим тикишга буюртма қабул қилади. Бунинг учун дўконларда савдода бўлган газламалардан олдиндан тўплам тайёрлаб қўйилади. Буюртмалар кооператив ташкилотларнинг розилиги билан маҳаллий ателе усталари иштирокида қабул қилинади ва бажарилади. Бундай комплекс хизмат кўрсатиш харидорлар учун қулай бўлиб, уларнинг вақтини тежайди.

3. Фотокабиналар ва фотолабараториялар. Аҳолига хизмат кўрсатишни яхшилаш учун универмагларда ва маданий товар дўконларида фотокабиналар ва фотолабараториялар ташкил этилади. Бу ерда харидорлар дўкондан харид қилган

фоотоаппаратни бепул зарядлаш ёки ўз аппаратини қайта зарядлаш, назорат негативларни кўринадиган қилиб, унинг сифатини текшириш имкониятига эга бўладилар. Фотолабораториялар қўшимча ҳақ эвазига фотохаваскорлардан плёнкаларни ишлаш, сурат чиқариш ва хаваскорлик суратларини катталаштиришга буюртма оладилар.

3-жадвал

Сервис хизматларнинг турлари ва уларнинг истеъмолчилари

Сервис хизматларнинг истеъмолчилари	Типик сервис хизматлар
Ишлаб чиқарувчи мижозлар	➤ лойиҳаларни ишлаб чиқиш, муаммоларни ҳал этиш ва уларнинг ҳаражатлари бўйича таклифлар киритиш;
	➤ ускуналар монтажи, шу жумладан, ишга тушириш ва ўрнатиш ишлари; ➤ ходимларни ўқитиш; ➤ эҳтиёт қисмлар билан таъминлаш, таъмирлаш ишлари, хизмат кўрсатиш; ➤ ускуналарни таъмирлашни талаб қиладиган тўхтаб қолишларни йўқотиш
Савдо корхоналари	➤ жойлашган жойини топишда, савдо хоналарини куриш ва безашда ёрдам кўрсатиш; ➤ техник масалалар бўйича маслаҳатлар бериш; ➤ тижорат тадқиқотлари ва реклама билан боғлиқ тадбирларни ўтказиш; ➤ солиқ ва ҳуқуқий саволлар бўйича маслаҳатлар бериш, турли хил буюртмаларни бажариш
Истеъмолчилар	Ҳарид қилишдан олдин: ➤ буюртмалар хизмати (телефон орқали буюртмалар бериш); ➤ автомобилларнинг тўхташ жойи, тўхташ учун йиғимларни қоплаш; ➤ болалар бурчаклари, дам олиш бурчаклари, итлар учун алоҳида жойлар; ➤ малакали маслаҳатлар ва хизмат кўрсатиш; ➤ резервлаш; ➤ янги товарлар нархида эски товарлар қийматини ҳисобга олиш. Ҳарид қилгандан кейин: ➤ товарни етказиб бериш учун ўрам, шунингдек, совға ўрами; ➤ ўзгартиришлар хизмати; ➤ етказиб бериш, улаш, монтаж хизмати; ➤ приборни ишлатишдан олдин кўрсатмалар бериш; ➤ алмаштириш (қайтариб бериш мумкинлиги); ➤ эҳтиёт қисмлар билан таъминлаш;

Таянч иборалар: хизмат кўрсатиш, сервис, қўшимча хизмат, кафолат, савдодан кейинги хизмат, савдо хизмати, савдо маданияти.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Савдо хизмати деб нимага айтилади?
2. Савдода қўшимча хизмат кўрсатининг аҳамиятини ёритиб беринг.
3. Сервис хизматлар деб нимага айтилади?
4. Савдо хизмати қандай турларга бўлинади?
5. Савдодан кейинги хизматларнинг турларини айтиб беринг.

Мавзу-13: Истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилиш

Режа:

1. Товар сотиш қоидалари.
2. Истеъмолчилар манфаатини ҳимоя қилиш асослари.

1. Товар сотиш қоидалари

Чакана савдо тармоқларига ҳамма хил озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларининг узлуксиз келиб туриши, ҳамда истеъмолчи талабининг ўзгариб туриши бу ерда ишлайдиган ходимлардан махсус билим ва тажрибага эга бўлишни талаб этади. Шу билан бирга товар сотиш қоидаларини яхши тўла тўқис билишлари керак.

Озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларнинг сотишнинг махсус қоидалари мавжуд. Қоидалар Вазирлар Маҳкамаси қарорлари, Президентнинг фармон ва қарорлари асосида белгиланади. Масалан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 16 мартдаги ПҚ -605-сон қарорига асосан алкоғолли маҳсулотлар билан чакана савдо қилиш қоидалари ишлаб чиқилган.

Алкоғолли маҳсулотларнинг чакана савдоси билан фақат Қорақалпоғистон Республикаси Вазирлар Кенгаши, вилоятлар ва Тошкент шаҳар ҳокимликлари ҳузуридаги Алкоғолли маҳсулотлар билан чакана савдо қилиш ҳуқуқини берадиган рухсат гувоҳномаларини бериш бўйича Махсус комиссия томонидан берилган алкоғолли маҳсулотлар билан чакана савдо қилиш ҳуқуқини берадиган рухсат гувоҳномасини олган юридик шахслар шуғулланиши мумкин.

Алкоғолли маҳсулотлар билан фақат шаҳарларда – алоҳида кириладиган ва камида 25 квадрат метрли, қишлоқ жойларда камида 15 квадрат метрли савдо зали майдони бўлган, чекка тоғли туманларда – алоҳида савдо сексияси бўлган, алкоғолли маҳсулотларни сақлаш ва сотишнинг санитария нормалари ва қоидаларига мувофиқ бўлган омбор бинолари ва асбоб-ускуналари бўлган турғун савдо шаҳобчасида чакана савдо қилиш мумкин.

Турғун савдо шаҳобчаси:

- таълим, спорт ва диний муассасалардан радиуси камида беш юз метр масофада бўлиши;
- жамоат транспорти тўхташ жойларида, шу жумладан метрополитен бекатлари ёнида, жамоат жойларида ва дам олиш жойларида, даволаш-профилактика ва спорт-соғломлаштириш муассасалари ҳудудларида, ушбу муассасалар ва ишлаб чиқариш корхоналарнинг ошхоналарида, шунингдек аэропортлар, темир йўл вокзаллари ва автостансияларга туташиб кетган ҳудудларда жойлашмаслиги керак.
- алкоғолли маҳсулотлар сотиладиган жойларда уни йигирма ёшга тўлмаган шахсларга сотилишига йўл қўйилмаслиги, шунингдек алкоғолли маҳсулотларнинг инсон соғлиғига зарарли таъсири тўғрисида огоҳлантирувчи ёзувлар жойлаштирилган бўлиши шарт.

Алкоғолли маҳсулотларни сотиш тақиқланадиган шартлар:

- йигирма ёшга тўлмаган шахсларга;
- мувофиқлик сертификатисиз;
- яроқлилик муддати ўтиб кетган ҳолда;
- аксиз маркалари билан маркаланмаган ёки қалбаки аксиз маркалари билан маркаланган ҳолда;
- ишлаб чиқарган корхонани аниқлаш имконини берадиган даражада аниқ маркаланмаган ҳолда;
- уни ишлаб чиқаришга лицензияси бўлмаган мамлакатимиз ишлаб чиқарувчиси томонидан ишлаб чиқарилганда;
- алкоғолли маҳсулотни етказиб бериш ҳуқуқига эга бўлмаган ёки божхона орқали тартибга солиш, қоидаларни, савдо белгиларидан ва фирма номларидан фойдаланиш соҳасидаги қонун ҳужжатлари билан белгиланган қоидаларни, бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни бузган ҳолда уни амалга оширган етказиб берувчидан сотиб олинганда;
- санитария нормаларига ва алкоғолли маҳсулотларни сақлаш ва сотиш қоидаларига мувофиқ бўлмаган хона ва жойларда;
- таълим, спорт ва диний муассасалардан радиуси камида беш юз метр масофада жойлашган савдо корхоналарида;
- жамоат транспорти тўхташ жойларида, шу жумладан метрополитен бекатлари ёнида, жамоат жойларида ва дам олиш жойларида, даволаш-профилактика ва спорт-соғломлаштириш муассасалари ҳудудларида, ушбу муассасалар ва ишлаб чиқариш корхоналарнинг ошхоналарида, шунингдек аэропортлар, темир йўл вокзаллари ва автостансияларга туташиб кетган ҳудудларда жойлашган савдо корхоналарида;
- етикеткаларсиз, ифлос, синган, тикини шикастланган, умумий кўриниши тиниқ бўлмаган, чет нарсалар аралашган, чўкиндили шишаларда сотиш тақиқланади.

Чакана савдо тармоғининг иш вақти ва бошқа асосий маълумотлар корхонага кириш жойда кўрсатиб қўйилиши зарур. Дўкон савдо залидаги барча харидорларга хизмат кўрсатилиши лозим. Савдо ходимлари тушки танаффус бошланиши ёки дўкон иши тугашини харидорга 5-10 дақиқа илгари маълум қилишлари шарт. Таъмирлаш ёки тафтишга ёпилиши олдиндан эса харидорлар 5-10 кун олдин огоҳлантирилиши ва энг яқин дўкон манзили кўрсатилиши шарт.

Чакана савдо тармоғи, палатка, павилонлар керакли савдо жиҳозлари билан таъминланган бўлишлари керак ва савдо жиҳозларини тўғри ишлаши ўз вақтида назоратдан ўтиб туриши керак.

Айрим товарларни сотиш жараёнида, харидорларга мажбуран бошқа товарларни кўшиб сотиш ман этилади.

Чакана савдо тармоғи ишининг асосий қоидаларида товар кўринишини йўқотган, сотиш муддати ўтиб кетган, сифациз товарларни, шунингдек ҳужжатларсиз дўконга туширилган товарларни сотиш ман қилинади. Кўрсатилган қоидаларда товарларни ёрдамчи биноларда сотиш ман этилади. Ишлаб чиқарувчи, сотувчи истеъмолчига ўзи сотаётган товарлар ҳақида ўз вақтида зарур, тўғри ва тушунарли маълумот бериши шарт:

- товарнинг асосий истеъмол хусусиятлари;
- баҳоси ва сотиб олиш шартлари;
- айрим турдаги товарларнинг ишлаб чиқарилган санаси;
- товардан самарали ва хавфсиз фойдаланиш қоидалари ҳамда шартлари;

- товарнинг хизмат муддати ва ушбу муддат тугашидан кейин истеъмолчи нима ишлар қилиши зарурлиги;
- товарларни сақлаш усуллари ва қоидалари;
- сертификатланиши шарт бўлган товар ҳақида истеъмолчига унинг сертификатланганлиги тўғрисида маълумот тақдим этилиши лозим.

Шуни ҳам таъкидлаб ўтиш лозим-ки чакана савдо тармоқларида фақат сифатли товар сотилиши керак.

Сотувчиларнинг вазифалари ичида қуйидагиларни қайд қилиш мумкин:

- сотувчининг асосий вазифаси товар сотишдир;
- сотувчи ўзининг вазифасини яхши бажариши керак;
- сотувчи омборда бор бўлган ҳамма товарни сотишга чиқариши шарт;
- сотувчи ҳамма вақт махсус кийимда юриши ва ўз иш жойини тоза тутиши керак;
- сотувчи товар сотиш қоидаларини яхши билиши ва унга риоя қилиши товар баҳоларини билиши, харидорни алдамаслиги керак;
- сотувчи техника хавфсизлиги қоидаларига риоя қилиши керак;
- сотувчи харидорларга товар танлаётганида ёрдам бериши, маслаҳат бериши, товарларнинг ишлашини амалда кўрсатиб бериши керак;
- сотувчи ўз вазифасини аниқ ва соф диллик билан бажариши шарт, акс ҳолда у қонун олдида жавоб беради.

2.Истеъмолчилар манфаатини ҳимоя қилиш асослари.

«Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги Қонуннинг 1-моддасида истеъмолчи тушунчасига қуйидагича таъриф берилади: истеъмолчи – фойда чиқариш билан боғлиқ бўлмаган ҳолда шахсий истеъмол ва бошқа мақсадларда фойдаланиш учун товар сотиб олувчи, иш, хизматга буюртма берувчи ёхуд шу ниятда бўлган фуқаро (жисмоний шахс) ҳисобланади. Ушбу таърифдан кўриниб турибдики, фақатгина жисмоний шахс истеъмолчи бўлиши мумкин. Фуқаролик кодекси 16-моддасига асосан жисмоний шахс деганда, Ўзбекистон Республикасининг фуқаролари, чет эл фуқаролари, шунингдек фуқаролиги бўлмаган шахслар тушунилади. Жисмоний шахс ҳуқуқ субъекти сифатида қандай белгиларга эга бўлиши керак, деган савол туғилиши мумкин. Маълумки, фуқаро муайян мажбурият муносабатларида қатнашиш, йирик суммаларда битимлар тузиш учун муомала лаёқатига эга бўлиши керак. Бироқ, истеъмолчи мақомини олиш учун ҳеч қандай муомала лаёқати талаб этилмайди. Фуқаронинг ҳуқуқ лаёқатига эга бўлиши кифоя. Фуқаролик кодексининг 17-моддасига асосан, фуқаронинг ҳуқуқ лаёқати у туғилган пайдан бошлаб вужудга келади. Бу ўринда шуни ҳам эътироф этиш лозимки, жисмоний шахснигина истеъмолчи сифатида тан олиш замирида чуқур маъно ётади. Ҳар қандай жисмоний шахс энг аввало, биологик мавжудот, у яшаши, ҳаёт кечириши учун озиқ-овқат, кийим-бош, тураржой ва шу кабиларни истеъмол қилиши ва улардан фойдаланиши шарт. Унинг бу эҳтиёжлари фақат кишилик жамиятида қондирилиши мумкин.

Айни вақтда инсон социал мавжудот ҳам, у шахс сифатида жамиятда, фуқаро сифатида давлатда ҳаракат қилиш учун муайян ижтимоий хизматларга, товарларга, билим ва ахборотлар олишга, транспорт, коммуникация воситаларидан фойдаланиш ва шу кабиларга эҳтиёж сезади.

Жисмоний шахснинг биологик ва социал мавжудот сифатидаги эҳтиёжлари бу эҳтиёжларни қондириш заруриятини келтириб чиқаради. Ушбунини қондирмай туриб, баркамол инсонни, шахсни, фуқарони шакллантириб бўлмайди. Шу сабабли ҳам

инсоннинг моддий, маиший ва бошқа эҳтиёжларини қондириш – бу ижтимоий аҳамиятга эга бўлган вазифадир. Аслини олганда, жамиятдаги барча ижтимоий институтлар, иқтисодий тузилмалар инсон мавжудлиги учун бор ва унга хизмат қилади. Инсоннинг моддий, маиший, маънавий эҳтиёжларини қондиришдан инсон ҳам, жамият ҳам тенг даражада манфаатдордир. Айни пайтда бу эҳтиёжларни қондириш шунчаки оддий, жўн жараён эмас. Агар тараққиётнинг тарихий босқичларида ривожланмаган натурал хўжалик устуворлик қилган даврларда инсон ўз эҳтиёжларини асосан ўзи қондирган бўлса, бугунги кунда у бунга қодир эмас. Чунки, биринчидан, инсон эҳтиёжлари доираси кенгайди, иккинчидан, ҳар қандай товар, иш, хизмат уни тайёрловчи ёки амалга оширувчидан махсус малака ва билим талаб этади. Энг асосийси шундан иборатки, инсон ўз эҳтиёжларини қондириш учун ҳар куни ўнлаб товар ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар ва иш бажарувчилар, хизмат кўрсатувчилар билан ҳуқуқий муносабатларга киришади. Бу ҳуқуқий муносабатларнинг пировард мақсади инсоннинг моддий, маънавий ва маиший эҳтиёжларини тўла ва самарали қондириш ҳисобланади. Демак, бундай ҳолатда, товарлар, ишлар, хизматлардан бевосита ўз эҳтиёжларини қондириш учун фойдаланадиган шахс алоҳида ҳуқуқий мақомга эга бўлиши лозим. Қонунда истеъмолчи ҳуқуқий мақоми шахсий истеъмол ва бошқа мақсадларда фойдаланиш учун товар сотиб олувчи, иш, хизматга буюртма берувчи ёхуд шу ниятда бўлган фуқарога берилиши белгилаб қўйилган. Агар фуқаро тадбиркорлик мақсадида (қайта сотиш мақсадида) товар сотиб олса, у истеъмолчи ҳисобланмайди. Товар шахсий истеъмол мақсадида эмас, балки фойда олиш билан боғлиқ бўлмаган бошқа мақсадларда (масалан, шахсий томорқасида фойдаланиш учун) сотиб олинган ҳолларда ҳам унга истеъмолчи мақоми берилди. Шу сабабли ҳам якка тадбиркор сифатида рўйхатдан ўтган фуқаро истеъмолчи бўлмайди, дейиш нотўғри ҳисобланади. Якка тадбиркор шахсан истеъмол қилиш учун товарлар сотиб олган, иш ва хизматлардан фойдаланган ҳолда, у истеъмолчи ҳисобланади. Айнан вақтда шундай ҳуқуқий муносабатлар борки, бундай муносабатларда иштирок этган жисмоний шахс (якка тадбиркор) истеъмолчи мақомини ола олмайди. Масалан, махсулот етказиб бериш шартномаси, контрактация шартномаси, корхона ижарага олиш шартномаси, франшизинг (комплекс тадбиркорлик лицензияси шартномаси) шартномаси ва шу кабилар. Ушбу шартномалар ўз моҳиятига кўра тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда тузиладиган шартномалардир.

ФК 425-моддасининг 1-қисмида ҳам истеъмолчи тушунчаси мазмунини очиб берувчи белгилар мужассамлашган. Унга кўра фуқаро чакана олди-сотди шартномаси орқали шахсий мақсадлар, рўзғорда ёки тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ бўлмаган бошқа мақсадларда товар сотиб олганда ҳам истеъмолчи ҳисобланади.

Ишлаб чиқарувчи – истеъмолчига реализация қилиш учун товар ишлаб чиқарадиган корхона, ташкилот, муассаса ёки хусусий тадбиркор;

Ижрочи – маиший хизмат, уй-жой-коммунал, таъмирлаш-қурилиш, транспорт хизмати ва хизмат кўрсатишнинг бошқа соҳаларида шартнома бўйича истеъмолчи учун ишлар бажарадиган ёки хизматлар кўрсатадиган корхона, ташкилот, муассаса ёки хусусий тадбиркор;

Сотувчи – олди-сотди шартномаси бўйича истеъмолчига товар реализация қиладиган корхона, ташкилот, муассаса ёки хусусий тадбиркор;

Шартнома – товарни олиш-сотишни амалга оширишда, ишлар бажариш ва хизматлар кўрсатишда сифат, миқдор, муддат, нарх ва бошқа шартлар тўғрисида

истеъмолчи билан сотувчи (ишлаб чиқарувчи, ижрочи) ўртасидаги оғзаки ёки ёзма келишув;

Товар – ишлаб чиқарувчи фаолиятининг истеъмолчига шартнома бўйича сотиш учун мўлжалланган маҳсули, шу жумладан импорт маҳсулоти;

Норматив ҳужжатлар – стандартлар, уларга тенглаштирилган бошқа ҳужжатлар (қурилиш нормалари ва қоидалари, дори-дармонлар хусусидаги давлат фармакопеяси ҳамда муваққат фармакопея қоидалари ва бошқалар), техник шартлар, техник тавсифлар, ресептура ва товар (иш, хизмат) сифатига ва хавфсизлигига нисбатан белгиланган талабларни ўз ичига олувчи бошқа ҳужжатлар;

Товар (иш, хизмат)нинг хавфсизлиги – товарни истеъмол қилиш, ундан фойдаланиш, уни сақлаш, ташиш ёки утилизация қилишнинг, шунингдек иш ёки хизмат натижаларидан фойдаланишнинг одатдаги шароитларида истеъмолчининг ҳаёти, соғлиғи ёки мол-мулкига зарар етказилиши эҳтимоли билан боғлиқ хавф-хатарнинг йўқлиги;

Мувофиқлик сертификати – сертификатланган маҳсулотнинг белгиланган талабларга мувофиқлигини тасдиқловчи ҳужжат;

Товар (иш, хизмат)нинг нуқсони – товар (иш, хизмат) ва норматив ҳужжатларнинг мажбурий талабларига, шартнома шартларига ёхуд товарлар (иш, хизмат)нинг сифатига одатда қўйиладиган талабларга номувофиқлиги;

Товар (иш, хизмат)нинг жиддий нуқсони – товар (иш, хизмат)дан белгиланган мақсадда фойдаланиб бўлмайдиган қилиб қўядиган ёхуд бартараф этиш учун кўп меҳнат ва вақт сарфлаш талаб қилинадиган камчилик;

Кафолат муддати – товардан (хизматдан) фойдаланишнинг (ойлар ҳисобидаги) норматив муддати ёки товар (хизмат)нинг муайян вазифани (неча соатда, неча иш жараёнида, қанча километр масофани босиб ўтиб ва ҳ.к.) бажариш вақти тарзида белгиланган муддати бўлиб, бу муддат ичида ишлаб чиқарувчи (ижрочи), башарти товарни ишлатиш (хизматдан фойдаланиш) қоидаларига риоя этилган бўлса, товарнинг (хизматнинг) сифатига нисбатан норматив ҳужжатларда назарда тутилган талаблар бажарилишини кафолатлайди ва таъминлайди;

Хизмат муддати – товардан фойдаланишнинг белгиланган муддати бўлиб, у тамом бўлгач, товарнинг техник ҳолатидан қатъи назар, ундан фойдаланиш тўхталиши лозим;

Яроқлилик (сақлаш) муддати – муайян давр бўлиб, бу даврда товар фойдаланишга яроқли бўлади ва у тамом бўлгач, товар одамлар ҳаёти ҳамда соғлиғи учун хавф туғдириши мумкин;

Касса чеки – товарнинг сотиб олинганлигини ёки иш (хизмат)нинг ҳақи тўланганлигини тасдиқлайдиган, товар (иш, хизмат)нинг баҳоси, ҳақ тўланган сана ва касса апаратининг номери кўрсатилган ҳужжат;

Товар чеки – товарнинг сотиб олинганлигини ёки иш (хизмат)нинг ҳақи тўланганлигини тасдиқловчи, товар (иш, хизмат)нинг баҳоси, ҳақ тўланган сана ҳамда сотувчининг номи ва жойлашган манзили ҳақидаги маълумот кўрсатилган ҳужжат.

Истеъмолчиларнинг асосий ҳуқуқлари мазкур қонуннинг 4-моддасида ўз аксини топгандир. Бу моддада келтирилишича истеъмолчилар қуйидаги ҳуқуқларга эга:

1. Товар (иш, хизмат) ҳақида, шунингдек ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) ҳақида тўғри ва тўлиқ маълумот олиш;

2. Товар (иш, хизмат) ни эркин танлаш ва унинг тегишли даражада сифатли бўлиши;

3. Товар (иш, хизмат) нинг хавфсиз бўлиши;

4. Ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулки учун хавфли нуқсони бўлган товар (иш, хизмат), шунингдек ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)нинг ғайриқонуний ҳаракати (ҳаракацизлиги) туфайли етказилган моддий зиён, маънавий зарарнинг тўлиқ ҳажмда қопланиши;

5. Бузилган ҳуқуқлари ёки қонун билан муҳофаза этиладиган манфаатлари ҳимоя қилинишини сўраб судга, бошқа ваколатли давлат органларига мурожаат этиш;

6. Истеъмолчиларнинг жамоат бирлашмаларини тузиш.

Қонунда айтиб ўтилганидек истеъмолчиларнинг асосий ва муҳим ҳуқуқларидан бири бу ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) ҳамда товар (иш, хизмат)лар ҳақида ўз вақтида зарур, тўғри ва тушунарли маълумот олиш ҳуқуқидир. Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишда товар (иш, хизмат) ҳақидаги маълумот муҳим аҳамият касб этади, чунки у товар, иш ва хизматни эркин танлаш тамойилидан келиб чиқади (бу ҳақда батафсил қонуннинг 5, 6-моддаларига берилган шарҳларга қаралсин). Аммо ишлаб чиқарувчилар ва сотувчилар, истеъмолчиларга керакли товарни объектив танлаш имкониятини берувчи тўлиқ, ҳаққоний маълумотни, одатда, бермайдилар. Зеро, бундай маълумотнинг истеъмолчига берилиши уларнинг «манфаатлари (одатда, ноқонуний манфаатлари)га» путур етишига олиб келиши мумкин. Истеъмолчиларнинг асосий ҳуқуқларидан бири бўлмиш юқорида изоҳ этилган истеъмолчиларнинг товар (иш, хизмат) ҳақида, шунингдек ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) ҳақида тўғри ва тўлиқ маълумот олиш ҳуқуқи ўз моҳиятига кўра, истеъмолчиларнинг янги бошқа ҳуқуқини юзага келтиради. Бу ҳуқуқ истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш соҳаси ҳақида билим олишга бўлган ҳуқуқидир.

Истеъмолчиларнинг асосий ҳуқуқларидан яна бири бу товар (иш, хизмат)ни эркин танлашга бўлган ҳуқуқидир. Истеъмолчи ўзига керак бўлган товарни сотиб олиши ҳамда иш, хизматга буюртма бериши мумкин. У ўз хоҳиш-иродасидан келиб чиққан ҳолда, ҳеч кимнинг мажбурлови, ундовисиз ўзининг эҳтиёжлари учун мақбул ва керакли бўлган товар (иш, хизмат)ни ўзи хоҳлаган савдо ёки хизмат кўрсатиш корхонасидан эркин танлаган ҳолда сотиб олиш, буюртма бериш ёки унинг натижасидан фойдаланиш ҳуқуқига эгадир.

Қонунда нормаланган истеъмолчининг асосий ва муҳим ҳуқуқларидан бири, бу ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)лар томонидан истеъмолчиларга тақдим этилаётган товар (иш ва хизмат)лар натижаларини тегишли даражада сифатли бўлишига бўлган ҳуқуқидир. Қонунда истеъмолчининг товар (иш, хизмат) сифатини текшириш ҳуқуқи ўз аксини топган (Қонуннинг 8-моддаси, 5-қисми). Товар (иш, хизмат)нинг тегишли даражада сифатли бўлишига нисбатан талаблар биринчи галда ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)га қаратилгандир. Шу ўринда «сифат» деган иборани талқин этиб ўтиш жоиз. Кўплаб олимлар унга турлича таъриф беришган. Жумладан, Аристотел фикрича, «сифат шундай мавжуд турга хос аломатки, у бир мавжудликни, унинг турига хослигини бошқа мавжудликдан, худди шу турга кирувчидан ажратади», яъни «нарсаларни таққослаб баҳолашга оид хусусиятдир». Гегел эса, «шундай нарсалар борки, ўзининг сифатига қараб борлигини тасдиқлайди», деб таъкидлайди. Бундан тўрт аср илгари инглиз географи ва тарихчи олими Р. Гаклют экспортёрларга қарата: «...сизнинг маҳсулотларингиз сифати ишончилиги, бошиданоқ сизнинг маҳсулотингизга нисбатан ишонч уйғотади, аммо ўз вақти билан сохта ва ёлғон маҳсулотлар бу ишончни йўқотиб, сизга сизнинг маҳсулотларингизга нафрат ҳамда обрўсизланишни унутманг» деб тувсия этганди. Сифатни: «Сифат – муҳим белги, хусусият бўлиб бир предметни иккинчи предметдан ажратиш имконини

яратади»; «сифатлилиқ – сифати яхши, эҳтиёжларни қондирувчи» деб шархлаш мумкин. Товар (иш, хизмат) сифати – тадбиркорлик фаолияти фойдалилигини белгиловчи муҳим кўрсаткич ҳисобланади. Демак, сифат бу – биринчи галда фарқ, иккинчи галда ишонч, учинчи галда баҳо, тўртинчи галда обрўни белгилайди.

Сифат жиҳатидан талабга жавоб бермайдиган товар (иш, хизмат)ларни қабул қилиш ёки қилмаслик борасида истеъмолчига кенг ҳуқуқлар берилади. Бундай қонданинг назарда тутилиши, аввало, истеъмолчи сифатида товар сотиб олувчи, иш, хизматга буюртма берувчиларнинг манфаатларини ҳимоя қилишга қаратилган.

Товарнинг сифатлилигини қуйидаги жиҳатлар билан белгилаш мумкин:

1. Сифатнинг олий даражаси (фойдаланиш учун яроқлилиқ, эҳтиёжни тўла қаноатлантириш хусусияти).
2. Узоқ муддатлилиги (чидамлилиги).
3. Ташқи кўриниши, шаклининг чиройлилиги, жозибадорлиги.
4. Алмашувчанлиги.
5. Фойдаланишга қулайлилиги, техник хизмат кўрсатишнинг ва таъмирлаш (тузатиш)нинг енгиллиги.
6. Монтаж қилиш (йиғиш)нинг енгиллиги ва эксплуатация (ишлатиш)да қулайлиги.
7. Хавфсизлик кўрсаткичи.
8. Юзага келадиган (қўшимча юкланишга чидамлилиги)(перегрузок) ни аниқлаш даражаси.
9. Хизмат кўрсатишнинг кафолатланганлиги, бошқа параметр (жиҳат)лари.

Демак, сифатли товар топшириш мажбуриятини олган ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) истеъмолчига юқорида санаб ўтилган талабларни ўзида акс эттирган товарни топшириши керак бўлади.

Сифатни маҳсулотнинг унга қўйиладиган талабларга жавоб бериш даражасига мос келишига қараб тушуниш мумкин. Яъни: биринчидан, сифат ҳар бир маҳсулотнинг кўпгина хусусиятларига боғлиқ;

иккинчидан, агарда истеъмолчи маҳсулотнинг хусусиятларини уларнинг аҳамиятига қараб гуруҳлаш имкониятига эга бўлса, сифат рақамлар билан ифодаланиши мумкин;

учинчидан, сифат – бу ўлчанадиган қиймат, демак, маҳсулотнинг унга қўйиладиган талабларга жавоб бермаслигини, унда воқеъ бўладиган маълум бир қийматга қараб, кўп ҳолларда унинг нархига қараб аниқлаш мумкин бўлади.

Маҳсулотнинг сифатлилигини, яъни сифати лозим даражадалигини белгиловчи яна бир жиҳат – бу унинг ишончлилигидир. «Ишончлилиқ» - маҳсулотни белгиланган вақт давомида, алоҳида шароитларда қўйилган талабларга мос келувчи функцияни (фаолиятни) бажара олишидир». Ишончлилиқни сифатнинг маълум даражада таъминлаш усули, дейиш мумкин. Ишончлилиқ товар сифати билан ўрнатилади. Шунинг учун ҳам сифатни ҳуқуқий жиҳатдан ифодалаш талаб этиларкан, ишончлилиқ тушунчаси таркибига – тузатиш (таъмир)га лойиқлилиқ, узоқ муддатлилиқ ва сақланувчанликни киритиш мумкин.

Истеъмолчиларнинг яна бир муҳим ҳуқуқларидан бири бу товар (иш, хизмат)нинг хавфсиз бўлишига талаб қўйиш ҳуқуқидир. Товар (иш, хизмат)нинг хавфсизлиги деганда, аввало ушбу товар (иш, хизмат)дан фойдаланиш натижасида истеъмолчига ҳеч қандай зарар (моддий зиён, маънавий зарар) етмаслиги кераклиги тушунилади. Бу ҳуқуқ бир қанча халқаро ҳужжатларда, жумладан БМТнинг истеъмолчилар ҳуқуқлари ҳимоясига оид Резолюциясида Йеуропа Кенгаши (Совети)

томонидан қабул қилинган. Истеъмолчилар ҳақуқлари Хартиясида, 1975 йил 14 апрел ва 1981 йил 19 майдаги Истеъмолчилар ҳуқуқларининг ҳимояси ва Информацион (маълумот) сиёсатга оид Дастлабки (биринчи) ва Иккинчи дастурларида ҳам ўз аксини топган. Товар (иш, хизмат)лар улардан мўлжалланган мақсадда фойдаланишга мувофиқ ва бошқа мақсадда фойдаланишда хавфсиз бўлиши лозим. Давлат стандартлар ва мажбурий қоидалар орқали истеъмолчининг бу ҳуқуқини кафолатлайди.

Истеъмолчига сотилган товар, кўрсатилган иш (хизмат) натижаси ундан оддий шароитларда фойдаланганда, сақланганда, ташилганда ҳамда йўқ қилинганда унинг ҳаёти, соғлиғи ҳамда атроф-муҳит учун хавфсиз бўлиши ва унинг мол-мулкига зарар етказмаслиги истеъмолчининг товар (иш, хизмат) хавфсиз бўлишига талаб қўйиш ҳуқуқининг асосини ташкил этади. Товар (иш, хизмат) хавфсизлиги деганда, зарар етказилиши мумкин деган хавфга йўл қўйилмаслик ҳолатига айтилади. Товар (иш, хизмат)дан хавфсиз фойдаланиш, сақлаш, ташиш ва йўқ қилиш қоидалари истеъмолчилар манфаатларидан келиб чиқиши ва максимал тарзда ўрганилиши лозим. Ҳозирги даврга келиб, Истеъмолчилар масалалари бўйича стандартлаштириш халқаро ташкилотининг қўмитаси ушбу масала билан махсус шуғулланмоқда. Мазкур қўмита нафақат истеъмолчиларнинг ўзига, балки уларнинг мол-мулклари ҳамда атроф-муҳитга ҳам етказиладиган зарарларнинг олдини олиш ва уларни бартараф этиш борасида жуда ката ишларни амалга оширмоқда.

Товар (иш, хизмат)нинг истеъмолчилар ҳаёти, соғлиғи, мол-мулки ва атроф-муҳит учун хавфсиз бўлишига доир қонун ҳужжатларида белгиланган талабларга ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)ларнинг қай даражада риоя этаётганликлари устидан назоратни махсус ваколат берилган давлат органлари: Ўзбекистон Республикаси Монополиядан чиқариш, рақобат ва тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш даслат қўмитаси, Ўзстандарт агентлиги, Ўзбекистон Республикаси Соғлиқни сақлаш вазирлиги, Ўзбекистон Республикаси Давлат архитектура ва қурилиш қўмитаси, Ўзбекистон Республикаси Табиатни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси ва бошқа ваколатли органлар амалга оширадilar (23-модда).

Қонун истеъмолчиларнинг ҳаёти, соғлиғи, мол-мулки ҳамда атроф-муҳит учун хавф туғдирувчи товар ишлаб чиқарган (иш бажарган, хизмат кўрсатган) ишлаб чиқарувчи (ижрочи) билан бир қаторда, норматив ҳужжатларни тасдиқлаган, мувофиқлик сертификати берган, соғлиқни сақлаш, табиатни муҳофаза қилиш, ветеринария хизмати органлари ёки хавфли товар (иш, хизмат)ни ишлаб чиқариш ёхуд реализация қилишга рухсат берган бошқа органлар ҳам жавобгар бўлишларини белгилаган. Товар (иш, хизмат)нинг хавфсиз бўлиши таъминланмаганлиги оқибатида истеъмолчининг ҳаёти, соғлиғи ёки мол-мулкига етказилган зарар тўлиқ ҳажмда қопланади (Қонуннинг 20-моддаси). Қонуннинг 12-моддаси 6-қисмига кўра, агар товар (иш, хизмат)дан хавфсиз фойдаланиш ёки уни шу тарзда ташиш ва сақлаш учун махсус қоидаларга риоя этиш зарур бўлса, ишлаб чиқарувчи (ижрочи) бундай қоидаларни ишлаб чиқиши, сотувчи (ижрочи) эса, уларни истеъмолчилар эътиборига етказиши шартлиги белгиланган. Бу қоидалар оммавий қоидалар эмас, балки алоҳида, махсус қоидалар бўлиб ҳисобланади. Шунини алоҳида эътироф этиб ўтиш лозимки, бу ерда жуда ҳам муҳим ҳолат, яъни ишлаб чиқарувчи (ижрочи) эса уни истеъмолчига етказиши ўз ифодасини топган. Демак, махсус қоидалар ишлаб чиқилмаганлиги, тегишли тартибда тасдиқланмаганлиги, истеъмолчига етказилмаганлиги ёки етарли бўлмаганлиги жавобгар шахсни аниқлашда ҳамда давлат органи, ишлаб чиқарувчи (ижрочи) ва сотувчилар ўртасидаги мажбуриятни тақсимлашда муҳим аҳамият касб

этганлиги учун уни алоҳида эътироф этиш лозим. Агар товардан фойдаланиш, уни сақлаш, ташиш ёки утилизация қилиш иш (хизмат)и натижалари истеъмолчининг ҳаёти, соғлиғи, мол-мулкига ёки атроф-муҳитга зарар етказаётганлиги ёхуд зарар етказиши мумкинлиги аниқланса, ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) зарар келтирувчи сабаблар бартараф этулгунга қадар уларни ишлаб чиқаришни (бажаришни, реализация қилишни) дарҳол тўхтатиши, муомаладан чиқариш ва истеъмолчилардан қайтариб олиш чораларини кўриши шарт. Зарарнинг сабабларини бартараф этиш мумкин бўлмаган тақдирда ҳам ишлаб чиқарувчи (ижрочи) бундай товарни ишлаб чиқаришдан олиб ташлашга, ишни бажаришни ва хизмат кўрсатишни тўхтатишга мажбур. Шу билан бирга озиқ-овқат маҳсулоти сотувчи ёки ишлаб чиқарувчи томонидан албатта утилизация қилиниши керак. Бу мажбуриятлар ишлаб чиқарувчи (ижрочи) томонидан бажарилмаган тақдирда, товарни ишлаб чиқаришдан олиб ташлаш, ишни бажаришни ва хизмат кўрсатишни тўхтатиб қўйиш, муомаладан чиқариш ва истеъмолчилардан қайтариб олиш товар (иш, хизмат)нинг хавфсиз бўлиши ва сифати устидан назорат қилувчи давлат бошқаруви органларининг кўрсатмаси билан амалга оширилади.

Истеъмолчиларнинг асосий ҳуқуқларидан бири истеъмолчиларнинг жамоат бирлашмаларини тузишга бўлган ҳуқуқидир. «Куч – адолатда ва бирликда» деган тамойилдан келиб чиқиб, истеъмолчилар ўз манфаатларини кўзлаб, бозор иқтисодиёти шароитида турли товарлар (ишлар, хизматлар) бозорида ҳуқуқлари бузилишининг олдини олиш, уларни ҳимоя қилиш мақсадида ихтиёрий равишда жамоат бирлашмаларини тузишлари мумкинлиги уларнинг асосий ҳуқуқлари қаторига киритилади. Бу эса адолатга ва ўз ҳуқуқларининг таъминланишидан манфаатдор бўлган барча истеъмолчи-фукароларни бирлашган ҳолда, аниқ белгиланган режалар асосида, ўзларининг қонуний ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилишлари учун кенг имкониятлари очиб беради. Қонуннинг 30-моддаси истеъмолчиларнинг юқорида айтиб ўтилган асосий ҳуқуқларидан бирига бағишланган бўлиб, у истеъмолчиларнинг жамоат бирлашмалари деб номланади.

30-модда истеъмолчиларнинг ижтимоий ҳимояга муҳтожлар тоифасига киритилган айрим гуруҳларига қонун ҳужжатлари асосида савдо, маиший хизмат ва хизмат кўрсатишнинг бошқа турлари бўйича имтиёзлар ва афзалликлар берилиши мумкинлигини алоҳида эътироф этади. Масалан, ёкилғи қуйиш шаҳобчаларида уруш қатнашчилари ва 1-гуруҳ ногиронлари автомашиналарига бепул хизмат кўрсатиш амалга оширилиши, умумий транспортларда ёш болаларга, ногиронларга махсус ўриндиқлар ажратилиши, савдо корхоналарида қарияларга, ногиронларга товарлар навбациз ва айрим ҳолларда имтиёзли нархларда сотилишини мисол қилиб келтириш мумкин.

Истеъмолчиларнинг юқорида кўриб ўтилган асосий ҳуқуқларини амалга ошириш аввало ҳар бир истеъмолчининг ўзига боғлиқдир. Амалиётда, яъни савдо-сотиқ, ишлар, хизматлар соҳаларида қонуннинг барча талабларига амал қилиниши ва истеъмолчиларнинг ушбу қонунда мустақамланган ҳуқуқларининг таъминланиши истеъмолчиларнинг ҳуқуқий маданияти, ўз ҳуқуқларини билиши ҳамда уларни талаб қилишида намоён бўлади.

Қонуннинг 6-моддасида белгилаб қўйилган истеъмолчиларнинг асосий ва муҳим ҳуқуқларидан бири-ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) ҳамда товар (иш, хизмат)лар ҳақида ўз вақтида зарур, тўғри ва тушунарли маълумот олиш ҳуқуқидир. Ушбу ҳуқуқ Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг Бош Ассамблеяси томонидан қабул қилинган «Истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилишнинг раҳбарий

тамойиллари» деб номланган (Н 39/248 – сонли 1985 й. 9 апрел) резолюцияда, Йевропа Иқтисодий Ҳамжамиятининг истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишга оид қонунчилик дастурида (1975 йилдаги ЕИХ нинг биринчи дастурида), Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлигига аъзо давлатларнинг «Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш соҳасидаги ҳамкорлигининг асосий йўналишлари тўғрисида»ги битимида (2000 йил 25 январ) ва бошқа кўпгина хилқаро ҳужжатларда истеъмолчининг асосий ҳуқуқларидан бири сифатида эътироф этилган.

Қонуннинг 6-моддасида келтирилган зарур, тўғри ва тушунарли маълумот тушунчаларига амалдаги Фуқаролик кодексида ҳам, Қонунда ҳам тўлиқ таъриф берилмаган. Шу ўринда зарур ва тўғри маълумот деганда нима тушунилади деган савол туғилади. Бизнингча, зарур маълумот деганда сотувчи томонидан ҳаридорга бериладиган тўлиқ ҳажмдаги маълумотлар тушунилади. Зарур маълумот истеъмолчида товар (иш, хизмат) ҳақида тасаввур ҳосил қилиш, айнан улардан қандай фойдаланиш кераклиги тўғрисида тушунчани вужудга келтириши лозим. Одатда, истеъмолчи сотиб олишни мўлжал қилган товар (иш, хизмат) ҳақида етарли маълумот (билим)га эга бўлмайди (ега бўлиши мумкин бўлса-да, қонун истеъмолчи бундай маълумотга эга бўлмайди, деб тахмин қилади). Шунинг учун ҳам ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи) истеъмолчига товар (иш, хизмат) ҳақида етарли ва тўлиқ маълумот бериши лозим. Истеъмолчи эса унга тақдим этилган ушбу маълумотлардан оқилона фойдаланиб, ўзига маъқул бўлган, ўзини қизиқтирган товарнинг хусусиятлари, сифати, уни ишлатиш ва сақлаш тартиби ҳақида тўлиқ маълумотга эга бўлиши, ушбу товар (иш, хизмат) натижаларидан мутахассис кўмагисиз мутақил равишда фойдалана олиши лозим бўлади.

Юқорида келтирилган таърифдан келиб чиқиб, «зарур маълумот» деганда:

биринчидан, сотувчи (ижрочи, ишлаб чиқарувчи)нинг юридик манзили ва у тасарруф (реализация) қилаётган товар (бажараётган иш, кўрсатаётган хизмат) ҳақида аниқ маълумотлар тушунилади (бу маълумот орқали истеъмолчи унга нуқсонли товар сотилганда ёки бажарилган ишда (кўрсатилган хизматда) камчиликлар аниқланганда жавобгарни топиш билан боғлиқ қийинчиликлар юзага келишининг олди олинади);

иккинчидан, ўзида албатта унинг сифати, асосий истеъмол хусусиятлари, нархи, ишлаб чиқарувчининг мажбуриятлари ва Қонуннинг 5, 6-моддаларида санаб ўтилган талабларни акс эттирган маъмот мажмуи тушунилади (бу эса истеъмолчига ўзига керакли товар (хизмат)ни танлаб олиш имконини беради);

учинчидан, сотувчи (ижрочи) истеъмолчига савдо ва хизмат кўрсатиш қоидалари тўғрисида берадиган тўлиқ маълумот тушунилади. Бундай қоидаларнинг мавжудлиги унинг бажарилиши мажбурлигини белгилайди. Бу эса истеъмолчининг кучи ва маблағи тежалишига олиб келади.

Тўғри маълумот деганда товар (иш, хизмат)да акс эттирилган маълумот унинг асл ҳолдаги кўринишига, яъни таркибига ва хусусиятларига мос келиши тушунилади.

Товар (иш, хизмат) ҳақидаги маълумотда қуйидагилар кўрсатилиши шарт:

- товар (иш, хизмат) мажбурий талабларга мувофиқ келиши шарт бўлган норматив ҳужжатларнинг номи;
- товар (иш, хизмат)нинг асосий истеъмол хусусиятлари, шу жумладан ўзига хос хусусиятлари рўйхати;
- баҳоси ва сотиб олиш шартлари;
- айрим турдаги товарларнинг ишлаб чиқарилган санаси;
- ишлаб чиқарувчи (ижрочи)нинг кафиллик мажбуриятлари;
- товардан самарали ва хавфсиз фойдаланиш қоидалари ҳамда шартлари;

- товарнинг хизмат (яроқлилик) муддати ва ушбу муддат тугаганидан кейин истеъмолчи нима ишлар қилиши зарурлиги, шунингдек, бундай ишларни бажармаслик натижасида келиб чиқиши мумкин бўлган оқибатлар тўғрисидаги маълумотлар;
- ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)нинг номи ва мулкчилик шакли, рўйхатга олиш ва лицензия гувоҳномасининг қайд рақами;
- ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)нинг ҳамда улар истеъмолчидан даъво қабул қилишга ваколат берган, шунингдек таъмирлаш ишларини бажарадиган ва техникавий хизмат кўрсатадиган корхоналарнинг манзиллари;
- товарларни сақлаш, хавфсиз утилизация қилиш усуллари ҳамда қоидалари;
- театр-концерт тадбирлари ўтказилаётганда фонограммадан фойдаланиши тўғрисидаги ахборот.

Сертификатланиши шарт бўлган товар ҳақида истеъмолчига унинг сертификатланганлиги тўғрисида маълумот тақдим этилиши лозим.

Товар (иш, хизмат) ҳақидаги зарур ахборотнинг йўқлиги бундай товар (иш, хизмат)ни реализация қилиш маълумот берилгунга қадар тегишли давлат бошқаруви органининг кўрсатмаси бўйича тўхтатиб турилишига сабаб бўлади.

Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил 30 августда қабул қилинган «Озиқ-овқат маҳсулотлари хавфсизлиги тўғрисида»ги Қонуннинг 12-моддасига асосан, истеъмолчига сотилаётган қadoқланган ва ўралган озиқ-овқатлар, овқатга қўшиладиган биологик фаол қўшимчалар, озиқ-овқат қўшимчалари ёрлиқларига (сукма варақаларига) эга бўлиши, уларда қуйидаги маълумотлар кўрсатилиши кераклиги белгиланган. Яъни:

- озиқ-овқат номи;
- озиқ-овқатнинг нимага мўлжалланганлиги (махсус болаларбоп маҳсулотлар ва парҳез таомлар учун);
- тайёрловчининг номи;
- товар белгиси (белгига эга ташкилотлар учун);
- озиқ-овқат таркибига кирган нарсалар, шу жумладан озиқ-овқат қўшимчаларининг номи;
- озиқлик қиммати, нави;
- сақлаш шарт-шароитлари (масалан, қуёш нури тушмайдиган, салқин ва қуруқ жойда; +5 дан +20 гача даража иссиқликда);
- тайёрланган санаси, яроқлилик муддати;
- тайёрлаш усули (масаллиқлар ҳамда махсус болаларбоп ва парҳез озиқ-овқат маҳсулотлари учун);
- оғирлиги;
- фойдаланиш усули (биологик фаол қўшимчалар, озиқ-овқат қўшимчалари, махсус болаларбоп ва парҳез озиқ-овқат маҳсулотлари учун);
- мувофиқлик белгиси (маҳсулотни мувофиқлик белгиси билан тамғалаш ҳуқуқини берадиган лицензияси бор корхоналар учун);
- норматив ёки техникавий ҳужжатларнинг номерлари ва шунга ўхшаш маълумотларни ўзида акс эттириши лозимлиги белгиланган.

Юқоридагилардан келиб чиқиб товарни тўғри танлаш унинг маркировкасида етарли (оғирлиги, ҳажми ва таркиби ҳақида) маълумотлар бўлишини тақозо этади. Аммо кўплаб товарларни улгуржи, яъни катта ҳажмларда етказиб берилиши кўп ҳолларда уларда маълумотларни акс эттириш имконияти бўлмаслигига олиб келади. Шунинг учун ҳам кўпгина ривожланган давлатлар қонунчилигида ишлаб

чиқарувчиларнинг, товарларнинг миқдорини ва ҳар бир донасининг нархини ҳам алоҳида кўрсатишлари шартлиги белгиланган.

Истеъмолчиларга тўғри маълумот бериш усулларида бири – тўғри, мақбул ва чиройли тарзда дўкон ёки ателе пештахталарига сотувда мавжуд бўлган ёки ташкилотда тайёрланадиган маҳсулотлар намуналаригина қўйилади. Ҳар бир намуна аниқ жиҳозланган ёрлиқ ва нархнома билан таъминланади. Товар ёки хизматлар нархлари қайдномаси ҳаммага кўринарли жойга осиб қўйилиши лозим. Пештахталар белгиланган талаблар даражасида жиҳозланган бўлиши, улар ойналари терлашининг ҳамда музлашининг олди олиниши, кечкурунлари эса улар яхши ёритилган бўлиши керак. Бу, ўз навбатида, истеъмолчига пештахтадан маҳсулотларнинг хусусиятларига баҳо бериб, ўзига мақбулини танлаш имконини беради. Сотиб олувчининг талабига биноан пештахтадаги товар намунаси унга сотиб юборилиши мумкин.

Товар (иш, хизмат) ҳақидаги маълумотни тақдим этишда асосий вазифа – улар ичидан кераклисини танлаб олишдан иборат. Истеъмолчиларга тақдим этиладиган маълумотларнинг керакли ҳижмини ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)нинг ўзи белгилайди. Аммо у маълумот тўлиқ бўлмаганлиги учун қонунда белгиланган жавобгарлик мавжудлигини эсидан чиқармаслиги лозим. Айрим турдаги товар (иш, хизмат)лар ҳақидаги маълумотлар рўйхати ва уларни истеъмолчиларга етказиш усуллари Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати қарорлари билан белгиланиши мумкин. Улар Ўзбекистон Республикасининг барча ҳудудида умуммажбурий кучга эга бўлади.

Шу жумладан, ишлаб чиқарувчи (ижрочи, сотувчи)лар томонидан ўрнатилган қўшимча маълумотлар товарнинг хусусияти ва спецификаси ҳақида янада тўлиқроқ маълумотга эга бўлишга олиб келиши мумкин.

Нуқсонли товар сотилган истеъмолчи, агар бу ҳол шартнома тузиш пайтида айтиб ўтилмаган бўлса, ўз хоҳишига қараб қуйидагилардан бирини талаб қилишга ҳақли:

товарни айти шундай маркали (моделли, артикулли) шундай товарга алмаштириб бериш;

товарни бошқа маркали (моделли, артикулли) шундай товарга алмаштириб, унинг харид нархини тегишинча қайта ҳисоб-китоб қилиш;

товарнинг нуқсонларини бепул бартараф этиш ёки истеъмолчининг ёхуд учинчи шахснинг нуқсонларни бартараф этишга қилган ҳаражатларини қоплаш;

харид нархини нуқсонга мутаносиб равишда камайтириш;

шартномани бекор қилиб, қўрилган зарарни қоплаш.

Агар нуқсонлар:

товарнинг кафолат муддати ёхуд яроқлилик муддати мобайнида;

кафолат муддати ва яроқлилик муддати белгиланмаган товарлар бўйича олти ой мобайнида;

кўчмас мулк истеъмолчига ўтказилган кундан эътиборан икки йил мобайнида, агар шартномада бундан узоқроқ муддат назарда тутилмаган бўлса;

мавсумий товарлар учун Ўзбекистон Республикаси Ҳукумати томонидан белгиланган муддат мобайнида аниқланган бўлса, истеъмолчи мазкур ҳуқуқларни рўёбга чиқариши мумкин.

Истеъмолчи ўзига сотилган, тўпламлар, гарнитурлар, комплектлар ва комплексларнинг мустақил таркибий қисми бўлган ва мустақил нафга эга бўлган буюмларда нуқсонлар борлигини аниқлаган тақдирда, бутун тўпламлар, гарнитур, комплект ва комплексга нисбатан ҳам, уларнинг нуқсонлари бор мустақил таркибий

қисмларига нисбатан ҳам ушбу модданинг биринчи қисмида назарда тутилган талабларни қўйишга ҳақлидир.

Ушбу модданинг биринчи қисмида баён этилган талабларни истеъмолчи сотувчига қўяди.

Истеъмолчининг талаблари у касса ёки товар чекини, кафолат муддати белгиланган товарлар бўйича эса, тегишлича расмийлаштирилган техник паспорт ёки унинг ўрнини босувчи бошқа ҳужжатни тақдим этган тақдирда кўриб чиқилади.

Истеъмолчи техник паспортни йўқотиб қўйган тақдирда, уни қайта тиклаш қонун ҳужжатларига мувофиқ амалга оширилади.

Товарда аниқланган нуқсонлар ишлаб чиқарувчи томонидан бартараф этилади. Ишлаб чиқарувчи билан сотувчининг ўзаро муносабатлари шартнома билан тартибга солинади.

Мазкур қонуннинг нормалари бир-бири билан шунчалик ички мантиқий боғланиш ҳосил қилганки, уларнинг ҳар бирини иккинчисидан айро тасаввур қилиб бўлмайди. Улар бир-бирини тўлдиришга хизмат қилади.

Истеъмолчи товарнинг ишлаб чиқарилишига, тузилишига, таркибига доир камчиликларни ёки бошқа нуқсонларни аниқлаган тақдирда сотувчи (ишлаб чиқарувчи) уни айти шундай маркали (моделли, артикулли) товарга етти кунлик муддатда, товар сифатини қўшимча равишда текшириш зарур бўлганида эса, истеъмолчи талаб қўйган пайтдан эътиборан йигирма кун ичида алмаштириб бериши шарт.

Айти шундай маркали (моделли, артикулли) товар бўлмаган тақдирда, истеъмолчининг алмаштириб бериш хусусидаги талаби даъво қилинган пайтдан эътиборан бир ой ичида қондирилиши керак. Чўл ва олис жойларда, товарлар вақти-вақти билан олиб бориладиган жойларда истеъмолчининг бундай талаби ушбу жойларга навбатдаги товар етказиб бериш учун кетадиган муддат ичида, лекин икки ойдан кечиктирмай қондирилиши лозим.

Ана шу муддатларнинг ўтказиб юборилган ҳар бир куни учун сотувчи (ишлаб чиқарувчи) истеъмолчига алмаштирилган товарни бериш билан бир вақтда товар баҳосининг бир фоизи миқдорида неустойка (пеня) тўлайди.

Мазкур модда мазмунан 13-моддани тўлдиришга хизмат қилиб, у нуқсонли товарни алмаштириб бериш тартибига бағишланган.

Модданинг 1-қисми истеъмолчи товардаги ишлаб чиқариш билан, тузилиши таркиби билан боғлиқ камчиликларни ёки бошқа нуқсонларни аниқлаган тақдирда сотувчи (ишлаб чиқарувчи) уни айти шундай маркали (моделли, артикулли) товарга етти кунлик муддатда, товар сифатини қўшимча равишда текшириш зарурати бўлганида истеъмолчи талаб қўйган пайтдан эътиборан йигирма кун ичида алмаштириб бериши шартлиги ҳақида норма белгилайди.

Маълумки, ҳарид жараёни шунчалик тез кўчадики, бу қисқа фурсат мобайнида истеъмолчи товар ҳақида, унинг ишлаб чиқарилиши, тузилиши, таркиби билан боғлиқ жиҳатларни (айнан камчилик ва нуқсонларни) аниқлашининг имкони бўлмайди. Чунки, у «мутахассис эмас».

Камчилик ва нуқсонлар очиқ ва яширин кўринишда бўлиши мумкин. Очиқ камчиликлар кўриниб туради ва одатдаги фуқаролик муомаласи шароитида уни кўриш, билиш мумкин бўлади. Масалан, уй-жойнинг ассортименти (айнан ранги) бир-бирига мос келмаслиги каби. Яширин кўринишдаги камчиликларни ҳарид маҳалидаёқ билиш мумкин бўлмайди ва бунинг уддасидан чиқиб ҳам бўлмайди. Масалан, автомобил кузовининг урилганлиги, «калтак еганлиги». Табиийки, бундай

автомобил бозорга олиб чиқилар экан, «обдан таъмирланади». Бамисоли янги, конвеердан тушгандек ҳолга келтирилади. Бу «оми» истеъмолчини чалғитади, янги авто сотиб олишга бўлган талаби (ехтиёжи) сотувчи томонидан мана шундай «калтак еган» товарни ўтказиш билан «сийланади». Аслини олганда, бундай бир марта «яхши калтакланган» автонинг нархи, баҳоси анча паст бўлиши табиий ҳолдир.

Товарнинг ишлаб чиқарилишига доир камчиликлари унинг технологик жараёнлари билан боғлиқ бўлиб, унда товар анча маънавий эскирган, ибтидоий ишлаб чиқариш усуллари ёки бўлмаса санитария-гигиена талабларига номувофиқ шароитларда ишлаб чиқарилиши билан боғлиқ камчиликлар назарда тутилмоқда. Масалан, колбаса маҳсулотидан темир моддасининг ҳиди келиб туриши, спиртли ичимликдан керосин ҳидининг анқиб туриши ёхуд озиқ-овқат маҳсулотларидан ҳашаротларнинг чиқиб келиши каби. Булар – табиийки, оддий истеъмолчининг ҳам таъбини тирриқ қилади, иштаҳасини бўғади.

Товарнинг тузилишига доир камчиликлари унинг шакл-шамойили, миқдори, ўлчами, фасони, габарити билан боғлиқ камчиликлардир. Масалан, 1-синф ўқувчиси учун ишлаб чиқарилган «Ўқиш китоби»нинг ўта майда шрифтда ёзилиши ёш, ҳали гўдак ўқувчини анча қийнаб қўяди.

Товарнинг таркибига доир камчиликлари унинг сифати, сифат кўрсаткичлари билан боғлиқ камчиликлардир. Масалан, истеъмол учун мўлжалланган ёғ маҳсулотида инсон саломатлиги учун анча зарарли бўлган моддаларнинг (хусусан, холестерин моддасининг) ортиқлиги, костюм-шим материалининг таркиби унинг артикулида ёзилган нисбатга тўғри келмаслиги каби.

В-модданинг 3-қисми истеъмолчининг мавқеини янада мустаҳкамлайди. Унга кўра, юқоридаги муддатларнинг ўтказиб юборилган ҳар бир куни учун сотувчи (ишлаб чиқарувчи) истеъмолчига алмаштирилган товарни бериш билан бир вақтда товар баҳосининг бир фоизи миқдорида неустойка (пеня) тўлайди. Вақт – олий ҳакам. Вақтнинг ўтиши кимнинг фойдасига ишлайди? Бир қарашда, истеъмолчининг фойдасига. Аслида ҳақиқий истеъмолчи бундан манфаатдор эмас. У ҳуқуқи бузилганлиги дарҳол бартараф қилинишига, кўрилган зарарларнинг қопланишига одатланган бўлса масала янада чигаллашади. Қонунда белгиланаётган мазкур неустойка (яъни, қонуний неустойка. Бундан ташқари, шартномавий неустойка ҳам бор) қайсидир маънода истеъмолчини «юпатиш»га хизмат қилади. Неустойка – сотувчи томонидан мажбуриятларнинг бажарилишини таъминлашнинг усули бўлиб, мажбурият бажарилмаганда ёки лозим даражада бажарилмаганда кретиторга (яъни, ушбу муносабатларда истеъмолчига) тўлаши шарт бўлган пул суммасидир. Унинг икки шакли бўлиб, сотувчи мажбуриятларнинг бажарилишини кечиктириб юборганида тўлайдиган ва ўтказиб юборилган муддатнинг ҳар бир куни учун мажбуриятнинг бажарилмаган қисмига нисбатан фоиз билан ҳисобланадиган неустойка шаклидир. Демак, сотувчи (ишлаб чиқарувчи) истеъмолчига алмаштирилган товарни бериш билан бир қаторда товар баҳосининг бир фоизи миқдорида неустойка (пеня) тўлайди. Қоидага кўра, пенянинг миқдори товар баҳосининг 50 фоизидан ошиб кетмаслиги лозим. Пеняни тўлаш сотувчи (ишлаб чиқарувчи)ни истеъмолчига асл товарни бериш мажбуриятидан озод қилмайди.

Таянч иборалар: товар сотиш қоидалари, истеъмолчи ҳуқуқлари, товар чеки, пеня, неустойка.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Товар сотиш қоидаларини тушунтириб беринг.

2. Алкоголли ичимликлар совдосини ташкил этиш қоидаларини ёритиб беринг.
3. Кўчма савдо қандай ҳолларда ташкил этилади?
4. Чакана савдо корхоналарида истеъмолчи бурчагида нималар келтирилади?
5. Чакана савдо корхоналарида истеъмолчилар ҳуқуқи қандай ҳимоя қилинади?
6. Истеъмолчиларга сифациз, яроқлик муддати ўтган озиқ-овқат маҳсулотлари сотилганда истеъмолчилар қандай ҳуқуқларга эга?
7. Товар чеки нима?
8. Товар ҳақидаги маълумотларда нималар кўрсатилган бўлади?

“Тижорат фаолияти” фанидан амалий машғулотлар учун услубий кўрсатма

1-машғулот. Тижоратнинг моҳияти, мазмуни ва таркибий қисмларини ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмалар қуроллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида тижорат тушунчаси, вужудга келиш тарихи, қўлланиш соҳаси, тижоратнинг таркибий қисмлари, бозоргача, бозорга ўтиш ва бозор иқтисодиёти шароитида тижорат, унинг хусусиятлари, тижорат тамойиллари ўрганилади. Иккинчи машғулот семинар дарсида тижорат категориялари ўрганилади. Тижорат фаолиятида шароит, объектив ва субъектив томонлари, шароитнинг турлари, тижорат ечимлари, уларни ишлаб чиқариш услублари, таъсир қилувчи омиллар кўриб чиқилади. Таваккалчилик моҳияти, мазмуни, зарурияти, таваккалчилик фондларини ташкил қилиш, қўлланиши, тижорат сири ва уни муҳофаза қилиш, тижорат фаолиятини такомиллаштириш йўллари ўрганилади.

1-иш.

Режа:

1. Тижорат фаолияти тушунчаси, моҳияти.
2. Тижорат фаолиятининг ривожланиш тарихи.
3. Тижорат мазмуни, фаолият соҳалари.
4. Тижорат фаолиятининг тамойиллари.
5. Ислом дини ва тижорат.

2-иш.

Режа:

1. Тижорат фаолиятида рақобат, унинг моҳияти, аҳамияти.
2. Тижорат фаолиятида таваккалчилик, мазмуни.
3. Тижорат фаолиятида сир сақлаш тушунчаси, моҳияти ва уни муҳофаза қилиш.
4. Тижорат фаолиятида шароит, турлари, моҳияти, таъсир этувчи омиллар.
5. Тижорат ечимлари, ишлаб чиқариш жараёни, қабул қилиш, самарадорлигини сақлаш.

Такрорлаш учун саволлар :

1. Тижорат нима?
2. Тижорат фаолиятини ривожланиш давлари ва уларни ўзига хос хусусиятларини изоҳлаб беринг.
3. Тижорат фаолиятини асосий функциялари нима?
4. Тижорат фаолиятига таъсир этувчи омилларни айтиб беринг.
5. Тижоратнинг таркибий қисмлари деганда нимани тушунасан?
6. Тижорат категориялари нима?
7. Тижорат фаолиятида рақобатнинг асосий йўналишлари нималардан иборат?
8. Тижорат вазиятлари турлари ҳақида маълумот беринг.
9. Тижорат ечимлари нима?
10. Тижорат сири нима?
11. Қайси мақсадда тижорат корхонасини ахборотлари сир сақланади?

2-машғулот. Тижорат фаолиятида ассортимент, нарх ва сифат сиёсатини ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмали қурооллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида савдо корхоналарида товар ассортиментини таркиб топиши, товар ассортиментини турлари, асосий тамойиллари, чакана ва улгуржи савдо корхоналарида товар ассортиментини таркиб топишдаги хусусияти, нарх сиёсати йўналишлари, товар сифати ва уни ошириш, чет эл савдосида товар ассортиментини, нархи ва сифати ўрганилади.

Режа:

1. Товар ассортиментини тушунчаси, турлари, асосий тамойиллари.
2. Нарх тушунчаси, турлари, нарх сиёсати йўналишлари.
3. Товар сифати ва уни ошириши учун кураш.
4. Чет эл савдосида ассортимент моҳияти, нарх ва сифат сиёсати.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Савдо ассортиментини нима?
2. Савдо дўконларида товар ассортиментини шакллантиришда таъсир этувчи омилларни айтиб беринг.
3. Тижорат фаолиятида ассортимент сиёсати йўналишларини изоҳлаб беринг?
4. Нарх сиёсати нима?
5. Товар сифатини оширишнинг асосий йўналишларини айтиб беринг?

3-машғулот. Тижорат корхоналари вазифаларини ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмали қурооллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида савдо корхоналари тушунчаси, турлари, улгуржи савдо корхоналари, турлари ва вазифалари, чакана савдо корхоналари, роли, турлари ва тижорат вазифалари, савдо тизимлари, ҳозирги ҳолати ва бозордаги ўрни ўрганилади.

Режа:

1. Савдо корхоналари тушунчаси, ташкил этилиши, турлари.
2. Улгуржи савдо корхоналари, турлари, вазифалари.
3. Савдо тизимлари, ҳозирги ҳолати ва бозордаги ўрни.
4. «Савдо уйлари» тушунчаси, роли.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Корхона деб нимага айтилади?
2. Савдо корхоналари турларини изоҳлаб беринг.
3. Ўзбекистонда фаолият кўрсатаётган савдо тизимлари ҳақида маълумот беринг.
4. Чакана савдо корхоналари қандай вазифаларни бажаради?

2-машғулот. Хўжалик алоқаларини ташкил этишни ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмали қурооллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулоти дарсида савдода хўжалик алоқалари тушунчаси, моҳияти, тартибга солиб турувчи қонунлар, низомлар, фармонлар, оддий ва мураккаб тартибли хўжалик алоқалари, тўғридан тўғри хўжалик алоқалари ўрганилади.

Режа:

1. Савдода хўжалик алоқалари, мазмуни, қоидалари.
2. Хўжалик алоқалари, турлари моҳияти.
3. Бозоргача ва бозорга ўтиш шароитида хўжалик алоқалари, хусусиятлари.
4. Давлат буюртмаси, тушунчаси, моҳияти.
5. Тўғридан-тўғри хўжалик алоқалари, аҳамияти.
6. Лицензия, квота мазмуни уларни ўрнатиш тартиби, аҳамияти.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Бозор иқтисодиётига ўтиш даврида хўжалик алоқаларининг ўзига хос хусусиятларини асослаб беринг.
2. Хўжалик алоқалари турлари, уларнинг мазмунини очиб беринг.
3. Бартерли битим нима?
4. Узоққа мўлжалланган тўғридан-тўғри хўжалик алоқаларини афзаллик томонларини кўрсатиб беринг.
5. Лицензия, давлат буюртмаси каби тушунчалари ҳақида маълумот беринг.

5-машғулоти. Товарларни улгуржи сотиб олиш тартибларини ўрганиш

Машғулоти вақти – 8 соат

Кўргазмалар қуроллари: кодоскоп, слайдлар

Улгуржи товар харид қилиш, улгуржи ва чакана савдо корхоналарининг асосий тижорат вазифаларидан бири ҳисобланади. Товар етказиб берувчилар билан хўжалик алоқаларини ташкил этиш алоҳида ўрин тутади. Улгуржи товар харид қилиш мураккаб фаолият ҳисобланади ва тижоратчидан катта тажриба, маркетинг, молия, технология, ҳуқуқ, товаршунослик соҳасидаги билимлар бўлишини, олдиндан кўра билишлик ва аниқ ҳисоб-китоб қилишини талаб қилади.

Мазкур машғулоти 8 соатга мўлжалланган бўлиб, унинг асосий мақсади шартнома шартларини ишлаб чиқиш, товарларни келиб тушиши ҳамда олинган шартнома мажбуриятларининг бажарилиши устидан назорат қилишини ташкил қилиш бўйича кўникма ҳосил қилишдан иборатдир.

Масалани машғулотларда қуйидаги босқичларда бажариш тавсия этилади.

1. Улгуржи харидларни амалга ошириш оператив режаларини ишлаб чиқиш .
2. Шартнома лойиҳасини таҳлил қилиш.
3. Шартнома шартларини келишиш бўйича музокаралар жараёни.
4. Шартнома ҳужжатларини расмийлаштириш.
5. Товарнинг келишини ҳисобга олиш.
6. Шартнома мажбуриятларининг устидан назорат қилиш.

Масала мазмуни ва уни ечиш учун зарур маълумотлар:

Оператив режани ишлаб чиқиш корхонанинг тижорат бўлими томонидан амалга оширилади. Бевосита бажарувчилар сифатида бўлим хизматлари иштирок этадилар.

Келгуси хўжалик йилига товарларни етказиш бўйича шартнома тузиш кампаниясининг бошланиши 15 сентябр ва тугалланиши 20 декабр.

Самарқанд улгуржи савдо корхонасига кийим-кечак маҳсулотларини улгуржи харид қилиш ҳажми 25 млн. сўм ҳажмида режалаштирилмоқда, шу жумладан таъминотчилар бўйича:

Самарқанд тикувчилик корхонаси	12,0
Тошкент тикувчилик корхонаси	17,0
«Кийим» акционерлик корхонаси	11,0
Тошкент товар хом-ашё биржаси	5,0

Самарқанд улгуржи савдо корхонаси Тошкент тикувчилик корхонасига кийим-кечаклар сотиб олиш мақсадида буюртма юборди. Буюртманинг умумий суммаси 17,0 млн. сўм бўлиб, шу жумладан эркалар костюми 10 млн. сўми, эркалар куйлаги – 2,0 млн.сўми, мактаб формаси – 3,0 млн сўми ташкил этади.

Маҳсулот етказиб бериш тўғрисидаги кодексга мувофиқ бу буюртма халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақидаги Шартноманинг асосини ташкил этиши керак эди. Талабалар халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақидаги шартнома лойиҳасини ва 1-2 жадвалларда келтирилган маълумотларни таҳлил қилиб масалаларни ечишни тавсия қилинади.

Самарқанд улгуржи савдо корхонаси ва Тошкент тикувчилик корхонаси ўртасида тузилган халқ истеъмол товарлари етказиб бериш ҳақидаги шартнома лойиҳаси

Шартнома тузилган вақт

Тошкент тикувчилик корхонаси келгусида «товар етказиб берувчи» деб номланувчи ва корхона ишонч ёрлиғи билан ҳаракат қилувчи корхона раҳбари Абдуллаев А.А. бир томонидан ва Самарқанд улгуржи савдо корхонаси келгусида «товар сотиб олувчи» деб номланувчи – савдо бошқармаси бошлиғи Каримов А.А. иккинчи томонидан, халқ истеъмол товарлари етказиб бериш ҳақидаги қуйидаги шартномани туздилар.

I. Етказиб бериш учун мўлжалланган товарлар сони ва ассортименти.

1. Товар етказиб берувчи йил давомида 17,0 млн сўмлик кийим-кечакларни етказиб беришни, товар сотиб олувчи эса уларни қабул қилиб олишни ва йўлини тўлашни ўз зиммасига оладилар. Шу жумладан, эркалар костюми 10 млн сўм, эркалар куйлаги – 5 млн. сўм, мактаб формаси – 2 млн. сўм.

2. Товарларнинг кенгайтирилган ассортименти товар етказиб бериш тўғрисида тузилган шартномага илова қилинган спецификацияда берилади.

II. Товар етказиб бериш вақти ва тартиби

1. Товар етказиб бериш қуйидаги тартибда амалга оширилади:

а) агар товар сотиб олувчи бошқа шаҳарда бўлса, у ҳолда товар темир йўлда юк тезлигида жўнатилади;

б) агар товар сотиб олувчи ва товар етказиб берувчи бир шаҳарда бўлса, у ҳолда товар омбордан товар сотиб олувчи вакилига берилади.

2. Товар йил давомида кварталлар бўйича бир меъёрга етказиб берилади.

3. Товарларни миқдор жиҳатдан қабул қилиш, халқ истеъмол товарларини етказиб бериш тўғрисидаги Кодекс ва қўлланма ёки йўл-йўрик асосида амалга оширилади.

III. Товарлар сифати

1. Етказиб берилаётган товарлар сифати стандарт талабига тўлиқ жавоб бериши шарт.

2. Товарларни сифат жиҳатдан қабул қилиб олиш стандартлар, сертификатлар, Халқ истеъмол товарларини етказиб бериш тўғрисидаги Кодекс ва товар етказиб беришнинг алоҳида шартлари асосида амалга оширилади.

3. Қабул қилиб олиш жараёнида товарлар сифатсиз деб топилса, у ҳолда товар етказиб берувчининг вакили чақирилиши зарур.

IV. Товарларни ўраб-боғлаб тарага жойлаш

1. Товарларни ўраб-боғлаб жойлаш жараёнида ишлатиладиган тара стандарт талабларига тўлиқ жавоб бериши зарур. Бўшаган тараларни сотиб олувчи ўз вақтида тара қабул қилиб олувчи корхоналарга топшириши зарур.

V. Товарлар баҳоси ва ҳисоб-китоб тартиби

1. Маҳсулотлар (товарлар)нинг таннархи эркин бўлиб, маҳсулот юклаб жўнатиш вақтида маълумотлар ўзгартирилиши мумкин.

2. Етказиб берилган маҳсулотлар учун олдиндан 100 фоиз пул тўлаш шарт билан маҳсулот етказиб берувчи томонидан маҳсулот юклаб жўнатишга тайёрлиги ҳақидаги хабар олингандан сўнг ўн кун ичида ортиб (юклаб) жўнатилади.

VI. Тарафларнинг мулкӣ жавобгарлиги

1. Буюртмадаги (харидор) маҳсулотнинг таннаҳини олдиндан тўлаш шартлари муддатини бузганлиги учун маҳсулот етказиб берувчи (сотувчи)га ҳар бир кун учун кечиктирилган тўлов суммасининг 0,2 фоизи миқдорида, аммо кечиктирилган тўлов суммасининг 50 фоизидан ортиқ бўлмаган миқдорда жарима (пеня) тўлайди.

2. Асоссиз равишда бутунлай ёки қисман маҳсулотлар ҳақини тўлашдан бош тортганлик учун сотиб олувчи «Буюртмачи», «Маҳсулот етказиб берувчи»га ўзи тўлашни рад этган ёки бош тортган сумманинг 15 фоизи миқдорида жарима тўлайди.

3. Маҳсулотларни етказиб бериш муддатлари кечиктириб юборилган ёки тўлиқ етказиб берилмаганда агар маҳсулот учун ҳақ тўланган бўлса, «Етказиб берувчи» сотиб олувчига «Буюртмачи»га кечиктирилган ҳар бир кун учун мажбурият бажарилмаган қисмининг 0,5 фоизи миқдорида пеня тўлайди, бироқ бунда пенянинг умумий суммаси етказиб берилмаган маҳсулотлар баҳосининг 50 фоизидан ошиб кетмаслиги лозим.

4. Маҳсулотлар (товарлар)ни танлаб олмаслик ёки уни асоссиз қабул қилиб олишдан рад этганлик учун, сотиб олувчи «Буюртмачи» маҳсулот етказиб берувчига танлаб олинмаган (олиш асоссиз рад этилган) товарлар қийматининг 0,5 фоизи миқдорида жарима ҳамда бунда маҳсулот етказиб берувчига етказилган зарарни, шу жумладан олиниши кўзда тутилган аммо, олинмаган фойдани ҳам сотиб олувчи тўлаш лозим.

5. Етказиб берилиш лозим бўлган товарлар ҳақини шартнома шартларига асосан сотиб олувчи (буюртмачи) тўламаса, шартнома шартларига асосан сотиб олувчи (буюртмачи) етказиб берилган маҳсулот (товар) нархининг 10 фоизи миқдорида неустойка тўланади. Аммо, мазкур товарлар етказиб берувчининг омбор хонасида сақланиб келаётганлигини тасдиқловчи ҳужжат бўлиши шарт.

6. Шартнома шартлари томонлар ўртасида фақат уларнинг розиликлари билан ўзгартирилиши мумкин.

Томонлар ўртасида келиб чиқарилган низолар Ўзбекистон Республикасида бўлган қонунлар орқали ҳамда Олий ҳўжалик суди орқали кўриб чиқилади.

VII. Форс-мажор шартлари

1. Томонлардан ҳеч бири бошқа томоннинг олдида ушбу шартнома бўйича олган мажбуриятларни томонларнинг эрки ва истагидан ташқари пайдо бўлган ва уларни олдиндан кўра билиш ёки бартараф этиш мумкин бўлмаган ҳоллар, уруш эълон қилиш ёки амалда бошланганлиги, ёнғин ва бошқа табиий офатлар билан боғлиқ ҳолда бажарилмаганликлари учун жавобгарликни ўтмайди.

VIII. Шартноманинг амал қилиш муддати

1. Мазкур шартнома томонлар имзо қилган пайтдан кучга кириб, «31» декабр 2012 йилга қадар амалда.

IX. Томонларнинг юридик манзили

«Маҳсулот етказиб берувчи»
Тошкент тикувчилик корхонаси
700018 Тошкент ш.
Ойбек кўчаси, 22 уй
х/р – 20208000
Ўзб.уй жой қурилиш банки

Товар сотиб олувчи : Самарқанд
улгуржи савдо корхонаси.
703000. Самарқанд ш.
Бедил кўчаси 10 уй
х/р –960002
Савдогарбанк

Масалани ечиш тартиби тўғрисида методик кўрсатмалар

1-иш

Улгуржи харидларни амалга ошириш оператив режаси тузиш. Улгуржи харидларни амалга ошириш оператив режасини тузинг ва уни 1-жадвал бўйича расмийлаштиринг. Оператив режа 1- шаклда расмийлаштирилади.

2-иш

Халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақидаги шартномага илова қилиш учун спецификация тузилади. Спецификация 2- шаклда расмийлаштирилади. Уни тузишда 1-жадвал маълумотларидан фойдаланилади.

3-иш

Халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақида тузилган шартнома бўйича товарларни жўнатиш учун разнарядка тузилади. Разнарядкани тузишда 1- жадвалдан фойдаланамиз.

2-иш

Халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақидаги шартноманинг бажарилишини назорат қилиш мақсадида 2 шаклда кўрсатилган карточка тўлдиради. Карточкани тўлдиришга 2-жадвал маълумотлардан фойдаланилади.

5-иш

Халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақидаги шартномада кўрсатилган мажбуриятни бажарилмагани учун товар етказиб берувчидан олинадиган жарима миқдори аниқланади.

6-иш

Жарима миқдорини ҳисоблашда халқ истеъмол товарларини етказиб бериш тўғрисидаги фуқаролик Кодексидан фойдаланилади. Ҳисоб-китоб 5 шаклда расмийлаштирилади.

1-шакл

УЛГУРЖИ ХАРИД ҚИЛИШ БЎЙИЧА ОПЕРАТИВ РЕЖА

№ №	Товар харид қилиш манбаси	Товар ассортименти	Улгуржи харид қилиш ҳажми	Бажарувчи

2 – шакл.

I – кварталда товарларнинг келиб тушиши

т/р	Товар номи	Шартнома бўйича		Ҳақиқатда		Фарқи, +, -	
		сони	суммаси, минг сўм	сони	суммаси, минг сўм	сони	сумм аси минг сўм

3-шакл

Келишмовчилик баённомаси

т/р	Товар етказиб берувчининг редакцияси	Товар сотиб олувчининг редакцияси

Харид қилувчи

ташкилот вакили

ИМЗО

1- жадвал

Самарқанд улгуржи савдо корхонасининг Тошкент тикувчилик корхонасига юборган буюртмаси

т/р	Маҳсулотлар номи	Размери	Ўртача баҳоси, сўм	2012 йилга буюртма		Шу жумладан кварталлар бўйича, млн. сўм			
				сони, дона	суммаси, минг сўм	I квартал	II квартал	III квартал	IV квартал
1.	Эркалар костюми арт. 256062	28-50 52-52	70,0 80,0	86 50	6,0 2,0	1,5 1,0	1,5 1,0	1,5 1,0	1,5 1,0
2.	Эркалар куйлаги	38-23	25,0	120	3,0	750,0	750,0	750,0	750,0

3-шакл.

**Самарқанд улгуржи савдо корхонаси ва Тошкент тикувчилик корхонаси
ўртасида халқ истеъмол товарларнинг етказиб бериш ҳақида тузилган
шартнома бўйича товарларни жўнатиш учун
РАЗНАРЯДКА**

[illegible]

5- шакл

**Халқ истеъмол товарларини етказиб бериш ҳақидаги шартномада кўрсатилган
мажбуриятни бажарманганлик учун жарима олиш ҳисоби**

[illegible]

Такрорлаш учун саволлар:

1. Улгуржи товар харид қилиш жараёнида бажариладиган ишларни айтиб беринг.
2. Товар харид қилиш жараёнида олдиндан қандай ахборотлар йиғилади?
3. Харид қилиш режаси нима?
4. Шартнома турлари ва мазмуни.
5. Шартнома шартларини келишиш учун музокара олиб бориш жараёни қандай босқичларни ўз ичига олади?
6. Шартнома шартларини бажарилишини назорат қилиш қандай тартибда амалга оширилади?

6-машғулот. Улгуржи товар сотишни ташкил этишни ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмали қуроллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида улгуржи корхоналарда товар сотиш фаолияти, мазмуни тўғри ташкил этишнинг аҳамияти, усуллари, етказиб бериш, назорат ва ҳисоб-китоб қилиш шартлари ўрганилади.

Режа:

1. Улгуржи товар сотиш мазмуни, аҳамияти.
2. Улгуржи товар сотиш усуллари, мазмуни.
3. Омбор орқали товар сотиш усуллари моҳияти.
4. Транзит орқали товар сотиш мазмуни, аҳамияти.
5. Улгуржи харидорларга хизмат кўрсатиш, турлари.
6. Чет эл савдосида улгуржи товар сотишни ташкил этиш.

«Махсулот етказиб бериш» кодексини ўрганиш

1. Ушбу кодекс қачон қабул қилинган ва нечта моддадан иборат?
2. Шартнома тузиш вақтидаги келишмовчиликлар қандай ҳал қилинади?
3. Махсулот етказиб бериш даврлари қандай бўлиши мумкин?
4. Жўнатиш разнарядкаси нима?
5. Корхона ўз вақтида етказиб бермаган махсулотни қандай тартибда ўрнини тўлдириши мумкин?
6. Махсулотни сотиб олувчи томонидан қабул қилиш тартиби.
7. Қандай ҳолатларда сотиб олувчи товарни маъсулиятини сақлаш мумкин?
8. Етказиб бериладиган товарлар учун ҳисоб-китоблар. Тўлов топшириқномаси нима?
9. Махсулот етказиб берувчи қандай ҳолатларда шартномани бир томонлама бекор қилиши мумкин?
10. Сотиб олувчи қандай ҳолатларда шартномани бекор қилиши мумкин?
11. Қанча вақтдан бошлаб шартнома бекор қилинди деб ҳисобланади?
12. Шартнома мажбурияти бажарилмаганда келтирилган зарарни қандай ҳисоблаб чиқиши мумкин?
13. Шартнома шартлари қандай тартибда ва ҳолатларда ўзгартирилиши мумкин?
14. Идишлар ва ўраш материалларини қайтариш тартиби қандай тартибда амалга оширилади?
15. Спецификация нима?

Такрорлаш учун саволлар:

1. Улгуржи товар сотиш билан қайси корхона шуғулланади?
2. Улгуржи товар сотиш шакллари мазмунини изоҳлаб беринг.
3. Транзит усули нима? Унинг афзаллик ва камчилик томонлари.
4. Омбор орқали товар сотиш усуллариини изоҳлаб беринг.

7-машғулот. Чакана савдо корхоналари, турлари, вазифаларини ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмали қуроллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида чакана савдо корхоналари, фаолият турлари, вазифалари, мулкӣ шакллари, савдодаги роли, турлари, ихтисослашуви ўрганилади.

Режа:

1. Чакана савдо тушунчаси, моҳияти ва аҳамияти.
2. Чакана савдо тизимлари, уларнинг бозордаги ўрни.
3. Чакана савдо корхонаси турлари, белгилари, вазифалари.
4. Ўзбекистон чакана савдо тармоқлари, турлари, типлари, ривожланиши.
5. Чет эл савдо тармоқлари турлари, типлари, уларнинг бозордаги ўрни.
6. Чакана савдо корхоналарини техник иқтисодий кўрсаткичлари.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Чакана савдонинг бозор иқтисодиёти давридаги ўрни ва вазифалари.
2. Чакана савдонинг тижорат ва технология вазифалари.
3. Чакана савдо турларини изоҳлаб беринг.
4. Ўзбекистон чакана савдосида дўконларнинг қандай типлари мавжуд, уларнинг мазмунини гапириб беринг.

8-машғулот. Харидорларга товар сотишни ташкил этишни ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмали қуроллар: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида савдо маданияти тушунчаси, моҳияти, товар сотиш усуллари, келиб чиқиш тарихи, ривожланиши, дўкондан ташқари товар сотиш усуллари, самарадорлиги ўрганилади.

Режа:

1. Харидорларга савдо хизмати кўрсатишнинг умумий қоидалари, дўконларнинг ишлаш қоидаси.
2. Айрим товарларнинг сотиш қоидалари.
3. Чакана савдо товар сотиш усуллари, моҳияти, вужудга келиши.
4. Магазиндан ташқари товар сотиш усуллари.
5. Посилка, автомат ва карзга сотишни вужудга келиши, ташкил этилиши. Муаммолари.
6. Каталог, буюртма орқали савдо товар сотишнинг ташкил этилиши, муаммолари.
7. Савдода хизмат кўрсатиш, моҳияти, аҳамияти, ривожланиши, чет эл тажрибаси.
8. Хизмат кўрсатишнинг турлари, ташкил этилиши.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Товар сотиш усуллари, келиб чиқиш тарихи, моҳиятини очиб беринг.
2. Айрим товарларнинг сотиш қоидаларини айтиб беринг.
3. Товар сотишни активлаштириш усулларига нималар киради?
4. Хизмат кўрсатиш турлари ҳақида маълумот беринг.
5. Савдо маданияти нима?

9-машғулот. Истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилишни ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмалар қуроллари: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида «Истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилиш» Қонунини ўрганиб, хулосалар қилишади ва берилган саволларга ёзма равишда жавоб ёзадилар.

1. Қонун қачон ва қаерда қабул қилинган, унинг бўлимлари ва моддаларининг сони.
2. Умумий бўлимнинг асосий мазмуни.
3. Иккинчи бўлимнинг асосий мазмуни.
4. Учинчи бўлимнинг асосий мазмуни.
5. Товар тўғрисидаги қандай маълумотларни сотувчи харидорга айтиши лозим.
6. Харидор қандай ҳуқуқларга эга.
7. Харидор қандай тартибда товарни қайтариш, алмаштириб олиши мумкин.
8. Харидор қандай ҳолатларда жарима ундириб олиш ҳуқуқига эга.
9. Харидор қандай тартибда харид қилган товардаги камчиликни бартараф этиши мумкин.
10. Истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилиш жамияти қандай тартибда ташкил этилади.
11. Истеъмолчиларга етказилган маънавий зарар учун ҳақ тўлаш қандай амалга оширилади.
12. Агар истеъмолчининг ҳуқуқи паймол бўлган тақдирда қайси ташкилотлар қонун олдида жавоб беради.
13. Истеъмолчига нуқсонли товар сотилганга унинг ҳуқуқлари.
14. Истеъмолчи ўзи сотиб олган товар (иш, хизмат)ларнинг хавфсизлиги бўйича қандай талабларни қўйишга ҳақли.
15. Нуқсонли товарларни бепул бартараф этиш муддати.

Такрорлаш учун саволлар:

1. истеъмолчилар манфаатини ҳимоя қилиш қонуни қачон қабул қилинган?
2. Товарларни алмаштириш ва қайтариш тартиби қай тарзда амалга оширилади?
3. Харидор қандай ҳуқуқларга эга?
4. Товар сотиш қоидалари деганда нимани тушунасиш?

10-машғулот. Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотларни ўрганиш

Машғулот вақти – 2 соат

Кўргазмалар қуроллари: кодоскоп, слайдлар

Талабалар машғулот дарсида реклама тушунчаси, моҳияти, вазифалари, ривожланиш тарихи, реклама воситалари, иқтисодий самарадорлиги ўрганилади.

Режа:

1. Реклама тушунчаси, моҳияти, вазифалари. Ўзбекистон Республикасининг «Реклама тўғрисида»ги Қонуни, мазмуни.
2. Рекламани ривожланиш тарихи.
3. Реклама воситалари, моҳияти.
4. Улгуржи савдодаги реклама воситалари.

Такрорлаш учун саволлар:

1. Рекламанинг маҳсади ва вазифаларини айтиб беринг.
2. Реклама воситалари ҳақида маълумот беринг.
3. Рекламага қўйиладиган талабларни айтиб беринг.
4. Реклама бюджети қандай аниқланади?
5. Рекламанинг иқтисодий самарадорлиги қандай аниқланади?

Топшириқ 1

«Реклама тўғрисида»ги Қонунни ўрганиш
(қуйидаги саволларга ёзма ҳолда жавоб беринг)

1. Реклама тўғрисидаги қонуннинг асосий мақсади ва вазифалари, қачон қабул қилинган?
2. Рекламага доир асосий талаблар.
3. Рекламада нималар тақиқланади?
4. Ташқи реклама нима?
5. Реклама материалларини сақлаш муддатлари.
6. Нотўғри реклама нима?
7. Реклама воситалари нима?
8. Қонун хўжжатарини бузганлик учун жавобгарлик.
9. Дори воситалари, тамаки ва тамаки маҳсулотларини рекламаси қандай амалга оширилади ва нималар тақиқланади?
10. Алкогол ичимликлар, тамаки ва тамаки маҳсулотларни муассасалардан неча юз метр нарида жойлаштириши керак?

Топшириқ 2

Рекламани иқтисодий самарадорлигини аниқланг.

Янги виноларни дегустацияси ўтказилди.

Рекламага кетган сарф харажатлар 620000 сўмни ташкил қилди. Вино ичимликига савдо наценкаси 30 % деб қабул қилинган. Товар айланиши ҳақида маълумот қуйидаги жадвалда берилган:

Давр	Кунлар	Товар айланиши минг сўм	Ўртача йиллик оборот	
			минг сўм	%
Реклама ўтказгунча қадар	5	1305200	261080	100
Реклама ўтказилгандан сўнг	10	6673800	667380	225,6

Рекламанинг иқтисодий самарадорлиги қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\mathcal{E}_p = \frac{T \cdot \Pi \cdot D}{100} \cdot \frac{H}{100} - И$$

- Эр - рекламанинг иқтисодий самарадорлиги, сўм;
- Т - реклама ўтказгунга қадар ўртача товар айланиши, сўм;
- П - ўртача товар айланишини ўсиши, %;
- Д - реклама ўтказгунга қадар ва реклама ўтказилгандан сўнг товар айланиши кунлар ҳисобида;
- Н - савдо наценкаси, %;
- И - рекламага қилинган сарф-харажатлар, сўм.

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ
МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ



«ТИЖОРАТ ФАОЛИЯТИ»

фанидан

МУСТАҚИЛ МАШҒУЛОТЛАР ВА ИШЛАР

Самарқанд – 2017

Талабанинг мустақил иши ишчи ўқув режасида муайян фанни ўзлаштириш учун белгиланган ўқув ишларининг ажралмас қисми бўлиб, у услубий ва ахборот ресурслари жиҳатидан таъминланади ҳамда бажарилиши талабалар билимини назорат қилиш ва баҳолашнинг рейтинг тизими Низоми талаблари асосида назорат қилинади.

Талаба мустақил иши, мазмуни жиҳатидан икки томонлама характерга эга:

а) бир томондан – у аудиториядан ташқари вақтдаги талабани ўқув дастурида келтирилган материалларнинг мустақил ўрганиши учун ўқув машғулотларининг барча ташкилий шаклдаги фаолият тури ҳисобланса;

б) иккинчи томондан эса у талабани институтда таълим олиш вақтидаги бажариш лозим бўлган барча ўқув топшириқлари йиғиндисини ўз ичига олади (масалан, хорижий тилдаги мақолани таржима қилиш, илмий мақола тайёрлаш, реферат ёзиш ва ҳоказолар).

Мустақил ишнинг мақсад ва вазифалари. Мустақил ишнинг асосий мақсади кафедра профессор-ўқитувчиларининг бевосита раҳбарлиги ва назорати остида талабаларни семестр давомида ушбу фандан узлуксиз ўрганишини ташкил этиш, олинган билим ҳамда кўникмаларини чуқур ўрганиб мустаҳкамлаш, келгусидаги дарсларга тайёргарлик кўриш, ақлий меҳнат маданиятини, янги билимларни мустақил равишда излаб топиш ҳамда қабул қилишни шакллантиришдан ва шу тариқа институтда рақобатбардош кадрларни тайёрлашга эришишдан иборат.

Талабалар мустақил ишининг вазифалари қуйидагилардан иборат:

- янги билимларни мустақил тарзда пухта ўзлаштириш кўникмаларига эга бўлиш;
- зарур маълумотларни излаб топиш учун қулай усулларни ва воситаларни аниқлаш;
- ахборот манбаларидан самарали фойдаланиш;
- анъанавий ўқув ва илмий адабиётлар ҳамда меъёрий ҳужжатлар билан ишлаш;
- интернет тармоғидан мақсадли фойдаланиш;
- топшириқларни бажаришда тизимли ва ижодий ёндашиш;
- талабаларда ўқув, илмий-тадқиқот ва амалий ишлар бўйича мустақил кўникмаларни шакллантиришга кўмаклашиш.

Мустақил ишнинг ташкилий шакллари. Мустақил ишни ташкил этишда қуйидаги шакллардан фойдаланилади:

- айрим назарий мавзуларни турли хил ўқув адабиётлари ёрдамида мустақил ўзлаштириш;
- берилган мавзу бўйича реферат ёзиш;
- амалий машғулотларга тайёргарлик кўриш;
- ҳисоб-китоб ишларини бажариш;
- амалиётдаги мавжуд муаммоларнинг ечимини топиш (кейс-стадилар орқали);
- илмий мақола, анжуманларга маъруза тезисларини тайёрлаш;

- махсус семинарларда иштирок этиш;
- кафедранинг илмий ҳамда илмий-методик ишларида иштирок этиш ва ҳоказолар.

Қуйидаги мавзулар мустақил иш мавзуси сифатида тавсия этилади:

1. Тижорат услубий асослари.
2. Бозорни комплекс ўрганиш.
3. Тижорат концепцияси ва уни корхоналар фаолиятига тадбиқ этиш.
4. Бозорни сегментлаш хусусиятлари.
5. Иқтисодий эркинлаштириш шароитида корхоналарда тижорат фаолиятини ташкил этиш.
6. Хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини тижорат тамойиллари асосида ривожлантиришнинг асосий йўналишлари.
7. Ўзбекистонда иқтисодий ривожлантириш, иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш ва эркинлаштириш шароитларида тижоратни ривожлантиришни ўзига хос хусусиятлари.
8. Ўзбекистонда тижоратни вужудга келиши ва ривожланиши – тадбиркорлик фаолиятини алоҳида тури сифатида.
9. Тижорат – микс тизимида нарх сиёсатини роли.
10. Интернет муҳитида тижорат концепцияси ва мультимедиа технологиялари.
11. Тижорат субъектлари ва уларнинг функциялари.
12. Тижорат объектлари ва уларнинг функциялари.
13. Тижорат стратегиялари таснифнинг мезонлари.
14. Тижорат стратегияларининг шаклланиши.
15. Тижорат бюджети.
16. Тижорат хизматини ташкил этиш.
17. Тижоратда нархлаштириш муаммолари.
18. Тижоратда нархлаштириш методлари.
19. Коммуникациянинг турлари.
20. Реклама моҳияти.
21. Жамоатчилик билан алоқалар.
22. Тижорат воситачиларининг турлари ва функциялари.
23. Сотув каналлари: танлаш, тузилиши, бошлариш.
24. Сотишни ташкил этиш.
25. Ўзбекистонда товар сиёсатини, нархлаштиришни ва коммуникацияларни хусусиятлари.
26. Маҳаллий корхоналар фаолиятини стратегик режалаштириш.
27. Енгил саноат товарлар бозорида тижорат тадқиқотларини ташкил этиш
28. Туризм хизматлар бозорида тижорат тадқиқотлари.
29. Тижорат фанининг вужудга келиш тарихи
30. Тижоратни ҳозирги замон таърифлари ва бозор иқтисодиёти шароитида тутган ўрни.

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ
МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ**



«ТИЖОРAT ФАОЛИЯТИ»

фанидан

ГЛОССАРИЙ

Самарқанд – 2017

Bozor	Market	Рынок	talab va taklif uchrashadigan joy, bu yerda ishlab chiqarilgan mahsulotning jamoatchilik sezayotgan ehtiyojga mos kelish darajasi aniqlanadi, mazkur tovarning boshqa raqobatchi tovarlar bilan raqobatbardoshligi taqqoslanadi
Bozor segmenti	Market segment	Сегмент рынка	taklif etilayotgan bitta mahsulot turi va marketing kompleksiga bir xilda munosabatda bo'luvchi iste'molchilar guruhi majmui.
Bozorni segmentlash	Market segmentation	Сегментация рынка	bozorni har biri uchun alohida tovarlar yoki marketing kompleksi talab qilinishi mumkin bo'lgan haridorlarning aniq guruhlariga bo'lish, taqsimlash
Bozorni tadqiq yetish	Market research	Исследование рынка	muntazam ravishda ishlab chiqarish bozorlarini (ishlab chiqarishni takomillashtirish uchun), ularning mavjud va potensial iste'molchilar ehtiyojini qondirish uchun tovar va xizmatlar ishlab chiqarishni ta'minlash qobiliyatini tadqiq yetish. Tadqiqotlar sotuv bozori, ishchi kuchi bozori, kapital bozori, hamda xomashyo va materiallar bozorini qamrab oladi; 2) bozori sig'imi, salohiyati, raqobatchilik muhiti va narx tavsifnomalari to'g'risidagi ma'lumotlarni olish uchun bitta yoki bir necha bozorlarning sifat va miqdoriy tahlili.
Bozorning raqobatchilik haritasi	Competitive map of market	Конкурентная карта рынка	raqobatchilarini bozorda egallab turgan o'rniga ko'ra tasniflash; bozorda raqobatchining o'rnini nazorat qilish imkonini beruvchi raqobatchilar ulushini taqsimlash. Aniq tovar bozorlarida raqobatchilarning o'rnini talil qilish natijasida aniqlanadi
Brending	Brending	Брендинг	Marketing kommunikatsiyalari tizimining firma stili va uning elementlarini ishlab chiqish, firmani raqobatchilardan ajratib turuvchi o'ziga xos imijini yaratish sohasi
Gorizontal diversifikatsiya	Horizontal diversification	Горизонтальная диверсификация	firma assortimentini ayni paytda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar bilan bog'liq bo'lmagan, biroq mijozlarning qiziqishini uyg'otishi mumkin bo'lgan mahsulotlar bilan to'ldirish.
Demping	Demping	Снижение цен	tovarni o'rtacha bozor narxidan arzon, ba'zida xatto o'z tannarxidan arzon narxda sotish. Ko'pchilik garb mamlakatlarida milliy ishlab chiqaruvchilar foydasini himoya qiluvchi va aksari hollarda boshqa mamlakatlardan raqobatning kuchli emasligi sababli arzon narxda tovar olib kirishni ta'qiqlovchi antidemping qonunlar amal

			qiladi
Diversifikatsiya	Diversification	Диверсификация	tovar strategiyasi turi, unga asosan korxona ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar sonini kengaytiradi; yangi bozorlarni egallab olish va qo'shimcha foyda olish maqsadida ishlab chiqarishning bir-biri bilan bog'liq bo'lmagan ikki yoki undan ortiq turini bir vaqtning o'zida kengaytirish va rivojlantirish.
Imij	Image	Имидж	tovar obrazi, uning biron narsani eslatishi, o'xshashi va aks ettirishi, tovar bozori iqtisodiyotiga chambarchas bog'liq bo'lgan ijtimoiy-psihologik holat. Tovar imiji tovarning reputatsiyasi, tovar markasi, tovar ishlab chiqarilgan korxona va mamlakat bilan assotsiatsiyalashadi
Informatsiya	Information	Информация	(axborotlar, ma'lumotlar) - ishlarning ahvoli xakida xabardor qilish; 2) tadbirkorlik, marketing va boshqa faoliyat turlari oldida turgan vazifalarni bajarishda yordam berishi mumkin bo'lgan turli xil bilim va ma'lumotlar; 3) marketing tizimi subyektlarining o'zaro munosabatlar jarayonidagi bevosita va teskari aloqa natijalari tavsifnomasi; 4) turli xil energiyalarning o'zaro aloqalari natijasi.
Iste'mol	Consumption	Потребление	– ehtiyojlarni qondirish maqsadida mahsulot va xizmatlarni ishlatilishi jarayoni.
Iste'molchining mustaqilligi (suvereniteti)	Consumer sovereignty	Суверенитет потребителя	iste'mol huquqining mustaqilligi, qaram emasligi, huquqning mustaqil yo'nalishi bo'lib, tovar va xizmatlar bozorida iste'molchining manfaatlarini himoya qilishga karatilgan qoida va yo'riqnomalar majmuidan iborat.
Kommunikativ siyosat	Communicative policy	Коммуникационная политика	1) korxonaning istiqboldagi harakatlar kursi hamda talabni shakllantirish, iste'molchilar ehtiyojini qondirish va foyda olish maqsadida tovar va xizmatlarni bozorga olib kirish bo'yicha samarali va barqaror faoliyatni ta'minlovchi marketing tizimining barcha subyektlari bilan o'zaro harakatlarni tashkil yetish va kommunikativ vositalar (kommunikativ miks) majmuasidan foydalanish strategiyasining mavjudli. 2) rag'batlantirish majmuasini ishlab chiqish, ya'ni biznes - hamkorliklarning o'zaro aloqalari samarali bo'lishini ta'minlash bo'yicha, tadbirlar, reklamani tashkil yetish, savdoni rag'batlantirish usullari, jamoatchilik bilan aloqa va shu kabilar.
Korporativ reklama.	Corporate advertising	Корпоративная реклама	aniq bir tovar markasiga emas, balki to'liq tovarlar assortimentiga ehtiyoj yaratuvchi

			reklama.
Makromuhit	Macroenvironm ent	Макросреда	firmaning marketing muhiti tarkibiy qismi, ijtimoiy jihatdan mikromuhitga ta'sir kursatuvchi kuchlarga qaraganda keng ifodalanuvchi omillar, masalan, demografik, iqtisodiy, tabiiy, texnik, siyosiy va madaniy omillar.
Maqsadli bozor	Target market	Целевой рынок	u yoki bu mahsulotni sotish bozorini tadqiq yetish natijasida tanlangan, marketing harajatlarining minimalligi bilan tavsiflanuvchi va firma faoliyati natijalarining asosiy ulushini (qismini) ta'minlovchi bozor
Marketing axborot tizimi (MAT)	Marketing information system	Маркетинговая информационная система	1) marketing tadbirlarini rejalashtirish, xayotga tatbik yetish va nazorat maqsadida aniq, dolzarb ma'lumotlarni o'z vaqtida to'plash, tasniflash, tahlil qilish, baholash va undan marketing sohasida foydalanish maqsadida tarqatish uchun mo'ljallangan metodik usullar, as Mavzu-uskunalar va odamlarning muntazam faoliyat kursatuvchi o'zaro aloqalar tizimi; 2) marketing sohasida qarorlarni ishlab chiqish va qabul qilish jarayonida foydalaniluvchi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va yetkazish usullari, as Mavzu-uskunalar va xodimlar majmui.
Рақобат	Competition	Конкуренция	– бозор субъектлари иқтисодий манфаатларининг тўқнашувидан иборат бўлиб, улар ўртасидаги юқори фойда ва кўпроқ нафтиликка эга бўлиш учун кураш.
Marketing budjeti	Marketing budget	Бюджет маркетинга	firmaning marketing faoliyatini amalga oshirishdagi harajatlar, foyda va daromadlar mikdori detallashtirilgan tarzda (marketing kompleksi elementlari yoki marketing tadbirlari bo'yicha) aks ettirilgan ko'rsatkichlar tizimi, marketingning moliyaviy rejasi, korxona marketing rejasining bo'limi. Marketing budjetini rejalashtirish maqsadli foydaga asoslanishi yoki foydani optimallashtirishdan kelib chiqishi mumkin.
Marketing jarayoni	Process of marketing	Процесс маркетинга	yangi ehtiyoj va g'oyalarni izlab topish, tanlash va ularni tovar yoki xizmatga aylantirish, bu tovarlarni izlab chiqish va bozorlarda yoki savdo taksimot tarmoqlariga sotish bilan bog'liq harakatlar va bosqichlarning tartibga solingan majmui.
Marketing kommunikatsiyalari tizimi	Marketing communication s system	Система маркетинговых коммуникаций	1) marketing tizimining tashqi muhit bilan o'zaro aloqalari jarayonida subyektlar (jo'natuvchi va qabul qiluvchi), vositalar, kanallar, to'g'ri (xabar) va teskari (qabul

Marketing konsepsiyasi	Marketing concept	Концепция маркетинга	qiluvchining taxriri) aloqalar majmui; 2) insonlar o'rtasidagi o'zaro aloqa shakl va vositalari majmui. 1) bozor munosabati sharoitlarida faoliyat kursatayotgan firma, tashkilot yoki shaxsning ish yuritish, tadbirkorlikni tashkil yetish falsafasi; 2) korxonaning yakuniy maqsadi - daromad olish va iste'molchilar ehtiyojini qondirish uchun foydalaniluvchi marketing faoliyatining asosiy vositalari, qoida va g'oyalari tizimi. Atrofdagi aniq holatga, bozor munosabatlari rivojlanish darajasiga karab an'anaviy, ishlab chiqarish, savdo. Tovar, ijtimoiy va servis konsepsiyalarini ajratib ko'rsatish mumkin.
Marketing qarori.	Marketing decision	Решения маркетинга	1) iste'molchilarning tovar va xizmatlarga talabini barqaror shakllantirish, rivojlantirish va qondirish uchun zarur bo'lgan marketing tadbiri yoki tadbirlari majmui variantlar ichidagi tanlash, javob; 2) firma, tovar va xizmatlarning raqobatchilik ustunligini saqlab qolish yoki yaxshilash uchun marketing tizimi subyekt va obyektlariga maqsadli- yunaltirilgan ta'sir ko'rsatish
Marketing qarori qabul qilishning samaradorligi	Efficacy of assumption of marketing decisions	Эффективность принятия маркетинговых решений	1) marketing vazifasini bajarishning kurib chiqilayotgan (kutilayotgan) ko'plab variantlari orasidan tanlab olishda iqtisodiy tavakkalchilik narxining natijasi, foydalilik ko'rsatkichi; 2) marketing vazifasini bajarishning tanlab olingan variantining iqtisodiy samara keltirish qobiliyati.
Marketing majmuasi (marketing miks) -	Marketing mix	Комплекс маркетинга	marketing retsepti, undan foydalanish korxonaga maqsadli bozorlar ehtiyojlarini qondirish va atrof-muhitdagi o'zgarishlarga moslashishda eng yaxshi ko'rsatkichlarga erishishga imkon beradi. Eng sodda marketing retsepti tovar, narx, savdo va kommunikatsiya siyosati sohasida (4R:Rroduct, Price, Plase, Promotion) muvofiqlashtirilgan chora-tadbirlar o'tkazishni talab qiladi.
Marketing modellari	Marketing model	Маркетинговые модели	- 1) foyda olish yoki uni o'stirish maqsadida tovar va xizmatlarga talabni yaratish va takror ishlab chiqarish bo'yicha o'zaro aloqalar jarayonida marketing tizimi subyektlari xulq-atvorini ko'rsatish, sifat va sonlar jihatidan aks ettirish shakli; 2) marketing tizimini loyihalashtirish, rejalashtirish, tashkil yetish, faoliyat ko'rsatish va rivojlanishda marketing muhiti va subyektlarining funksional, sabab-okibat va resurs aloqalarini ifodalovchi va aks

			ettiruvchi (imitatsiya, regressiya, korrelyatsiya va h.k.) modellar majmui; 3) marketing-miks yoki uning tarkibiy qismlari modellari (tovar siyosati modeli, narx hosil bo`lish modeli, reklama modeli va h.k.).
Marketing tadqiqoti	Marketing research	Маркетинговые исследования	Marketing tadqiqoti - 1) marketing qarorlarini ishlab chiqish va qabul qilish tizimida foydalaniluvchi usullar (matematik dasturlashtirish, uyinlar nazariyasi, qarorlar nazariyasi, tasvirlarni tanib olish nazariyasi va hokazo) yig`indisi; 2) “boshqa usullar yordamida bundan ham yomon javob beriladigan amaliy savollarga yomon javob berish san'ati” (T.A.Saati, operatsiyalar tadqiqoti sohasidagi amerikalik mutaxassis)
Marketing rejasi	Marketing plan	План маркетинга	- belgilangan marketing maqsadlariga erishishda yordam berishi kutilayotgan chora-tadbirlarning ketma-ketlikda detalli ravishda ifodalanishi.
Marketing salohiyati (potensial)	Marketing capability	Маркетинговый потенциал	1) korxona salohiyatining ajralmas qismi; 2) tovar, narx kommunikatsiya va savdo siyosati, talabni o`rganish sohasida samarali marketing tadbirlarini rejalashtirish va o`tkazish hisobiga marketing tizimining korxonaning doimiy raqobatbardoshligi, tovar va xizmatlarning bozordagi iqtisodiy va ijtimoiy konyunkturasini ta'minlash qobiliyatlari majmui
Marketing tadqiqoti dizayni	Design of marketing research	Дизайн маркетинговых исследований	1) marketing tadqiqoti jarayoni va modelini loyihalashtirish va to`zish; tadqiqotni o`tkazish, marketing axborotlarini izlab topish uchun ratsional rejalarni ishlab chiqish. Qo`lda yoki axborot texnologiyalari yordamida amalga oshirilishi mumkin; 2) marketing tadqiqoti subyektlari xulq-atvorining o`zgarish holatlarini o`rganish va bashorat qilish bo`yicha ijodiy jarayon.
Marketing tizimi	System of marketing	Система маркетинга	bozor muhitining mustaqil, foyda olish maqsadida tovar va xizmatlarga talabni shakllantirish va rivojlantirish bo`yicha o`zaro o`zluksiz aloqada buluvchi ijtimoiy-iqtisodiy elementlar majmui. Marketing tizimi o`z ichiga quyidagilarni kiritadi; ishlab chiqaruvchi firma, ta'minotchi firma, raqobatchi firma vositachi firma, iste'molchi (bozor).
Marketing tizimini axborot bilan ta'minlash	Ensuring information market system	Обеспечение информацией системы маркетинга	1)marketing hujjatlarini rasmiylashtirish usullari va vositalari majmuasi, marketing tizimining holati va xulq-atvori to`g`risidagi ma'lumotlarni izlab topish, kodlashtirish va saklashni tashkil yetish; 2) marketing tizimining normal faoliyat ko`rsatishini

			ta'minlovchi quyi tizimlardan biri (tashkiliy, huquqiy, iqtisodiy, texnik, dasturiy, matematik ta'minot va boshqalar); 3) marketing axborotlari manbai, uning asosida korxona menejmenti turli xil boshqaruv qarorlarini qabul qiladi; 4) ma'lumotlarni olish, ishlov berish, sistemalashtirish va ularni "iste'mol uchun tayyor" axborotga aylantirish.
Marketing tizimining samaradorligi	Efficacy of system of marketing	Эффективность маркетинговой системы	1) marketing tizimining marketing harajatlari belgilab kuyilgan holda tovar va xizmatlarga talabni takror ishlab chiqarishni tuxtovsiz shakllantirish jarayonini ta'minlash qobiliyati ko'rsatkichi; 2) marketing tizimi faoliyatining sifat ko'rsatkichi; 3) marketing tizimi subyektlarining resurslar ayirboshlash jarayonida o'zaro aloqalari natijaviyligining kompleks ko'rsatkichi.
Marketing faoliyati	Marketing intelligence	Маркетинговая деятельность	1) tadbirkorlik sohasida bajariladigan ishlar va vazifalar turi; 2) talabni shakllantirish va takror ishlab chiqarish, firmaning foyda olishini ta'minlash maqsadida amalga oshiriluvchi marketing funksiyalari (marketing tadqiqotlari, savdo, narxning hosil bo'lishi, tovarni yetkazib berish, marketing razvedkasi, bengmarketing va h.k.) bilan bog'liq faoliyat; 3) bozor iqtisodiyotida takror ishlab chiqarish zanjirining barcha buginlarida marketing vositalari va falsafasini qo'llash jarayonini qamrab oluvchi hamda tovar yoki xizmat talabni qondirish va foyda keltirish uchun nimani, kayerda, kancha va qanday qilib ishlab chiqarish lozim degan savollarga javob berishga imkon beruvchi har qanday faoliyat.
Marketing faoliyatining iqtisodiy samaradorligi -	Efficacy of marketing practice	Экономическая эффективность маркетинговой деятельности	1) marketing faoliyatining oraliq va yakuniy maqsadlarini amalga oshirishga javob beruvchi nisbatan ko'p turli (marketing jarayonining barcha bosqichlari bo'yicha) natija; 2) marketing faoliyatini amalga oshirish samarasining (natijasi) bu jarayonda sarflanuvchi barcha harajatlarga nisbati; 3) marketing faoliyati bilan bog'liq harajatlar qaytimi, natural yoki qiymat (narx) shaklida aks ettirilgan natija va samaraning marketing faoliyatini tashkil yetish va amalga oshirish uchun zarur bo'lgan barcha (moddiy-texnik mehnat va hokazo) resurslarga nisbati yordamida baholanadi.
Marketing harajatlari	target segment	Маркетинговые усилия	tovar va xizmatlarni shakllantirish va takror ishlab chiqarish bo'yicha marketing chora-

			tadbirlari va marketing faoliyatini amalga oshirish uchun zarur bo'lgan sarf va chiqimlar yig'indisi. Marketing harajatlarning asosiy tarkibiy qismlari: boshqaruv harajatlari, marketing bo'limi xodimlari maoshi, amortizatsion ajratmalar, marketing bo'limining normal faoliyat ko'rsatishi uchun zarur bo'lgan material va resurslar, tovar siyosati, narx siyosati, kommunikativ siyosat, savdo va distributiv siyosat uchun sarflanuvchi harajatlar.
Marketing chora-tadbirlarining iqtisodiy samaradorligi	Economic efficacy of marketing practice	Экономическая эффективность от маркетинговых мероприятий	1) marketing chora-tadbirlarini amalga oshirish samarasining (natijasi) buning uchun sarflangan barcha harajatlar mikdoriga nisbati; 2) marketing majmuasining (marketing-miks) samaradorlik ko'rsatkichi. Natural va qiymat shaklida ulchanadi.
Marketingda tarmoq yondashuvi	Branch marketing orientation	Отраслевая ориентация маркетинга	marketing tizimi subyektlarining nafakat ikkitomonlama (haridor va sotuvchi) emas, balki ko'ptomonlama o'zaro aloqalari jarayonini aks ettirish konsepsiyasi. Tarmoq yondashuvi na sotuvchilar va na haridorlar o'zlariga hamkorni tanlash va ularni almashtirishda erkin emas, chunki resurslar o'zgarganda ularning bir-biriga qaramligi yuzaga keladi, ya'ni aloqalar almashuvi bo'ziladi degan fikrni olga suradi. Marketing tarmogi a'zolari o'rtasida resurslar ayirboshlash "qaramlik" va "xokimlik" manbai hisoblanadi. Marketing tarmogi uchta o'zaro bog'liq tarkibiy qismdan iborat: ishtirokchilar (firmalar), resurslar va faoliyat turlari. Tarmoq yondashuvi resurslarning turli xilligi va ularni ierarxik nazorat qilishni talab qiladi.
Marketing-miks (marketing majmuasi)	Marketing-miks	Комплекс маркетинга	1) marketing tuzilishi; marketing tizimining tarkibiy qismlari, elementlari; marketing tarkib topuvchi jarayonlar; 2) marketing harajatlari tuzilishi; 3) marketing retsepti; tovar yoki xizmatlarni ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazib berish chora-tadbirlarining majmuaviy dasturi.
Marketingni rejalashtirish	Planning of marketing	Планирование маркетинга	marketing rejasini to'zish, tovarlarni sotish hajmining o'sishi va firma foydasini maksimallashtirishga qaratilgan marketing strategiyasini tanlash bilan bog'liq jarayon.
Mikromuhit	micro environment	Микросреда	firma marketing muhitining tarkibiy qismi, bevosita firmaning o'ziga va uning mijozlarga xizmat ko'rsatish imkoniyatlariga munosabatlariga taalluqli kuchlar, ya'ni

			ta'minotchilar, marketing vositachilari, mijozlar, raqobatchilar bilan ifodalanadi.
Motivatsiya	Motivation	Мотивация	1) ehtiyojlarni qondirish bo'yicha qaror qabul qilishda individuumlar harakatini faolashtirish maqsadida ularning motivlarini kuchaytirish jarayoni; 2) haridorning harid qilish qarorini qabul qilish jarayonida uning faolliga ta'sir ko'rsatuvchi majburlovchi harakatlar
Multimedia- texnologiyalar	Multimedia- texnologi	Мультимедийн ые технологии	1) reklama faoliyatini rejalashtirish, tashkil yetish va boshqarish jarayonida foydalaniluvchi zamonaviy audio-, tele-, vizual va virtual kommunikatsiya vositalari majmui; 2) marketingni boshqarish tizimini tashkil yetish tizimiga kiritiluvchi tovar va xizmatlarni harakatlantirish usul va vositalari.
Narx	Price	Цена	1) qiymatning pul ko'rinishida aks ettirilishi, iste'molchilar tovarga ega bo'lish uchun tulashlari lozim bo'lgan pul miqdori. Firma belgilagan narx qabul qilinuvchi taklifning qiymatiga mos kelishi lozim; 2) marketing-majmuasi, marketing-miksning samarali vositasi.
Narx siyosati	pricing policy	Ценовая политика	- narxni va narx hosil bo'lishini boshqarish tadbir va strategiyalari, tovar yoki xizmatlarga ishlab chiqarish harajatlari va bozor kon'yunkturasiga mos keluvchi, haridorni qondiruvchi va rejalashtirilgan foydani keltiruvchi narx belgilash san'ati.
Press-reliz	Press-reliz	Пресс-релиз	gazeta va jurnallar, tele va radio redaksiyalari ularni qiziqtirayotgan ma'lumotlarni olishi mumkin bo'lgan bullenten, pablik rileyshnz vositasi.
Prognozlash (bashorat qilish) usuli	Forecasting for	Прогнозировани е	o'rganilayotgan obyektning o'tmishdagi va hozirgi ma'lumotlarini tahlil qilishga asoslangan ilmiy asoslangan oldindan ko'ra bilish. Turli xil tarkibiy qismlarni prognozlashga asoslangan qisqa muddatli (1,5) yilgacha, o'rta muddatli (5 yil) va uzoq muddatli (10-15 yil) prognozlar mavjud. Taqdim yetish shakliga ko'ra, miqdoriy va sifat prognozlariga, tadqiqot obyektlarini qamrab olish bo'yicha umumiy va qisman prognozlashga taqsimlanadi.
“Reklama piramidasi”	Pyramid of advertising	Рекламная пирамида	asosiy iste'molchilar doiralarning birikuv, ularning reklama qilinayotgan tovarni harid qilishga tayyorligi. Usib borish tartibiga ko'ra quyidagi bosqichlarga taksimlanadi: bexabarlik, xabardor bo'lish, moyillik, afzal ko'rish, harid qilish, qayta harid qilish.

Raqobat	Competition	Конкуренция	1) alohida shaxslar o'rtasida har biri o'zi uchun shaxsan erishini maqsad qilgan bitta yo'nalishdagi, xususan tadbirkorlar o'rtasida kattaroq foyda olish, savdo bozori, xomashyo manbalari uchun ko'rash; 2) moddiy va ma'naviy ne'matlar yaratish, sotish va iste'mol qilish jarayonida bozor tizimi subyektlarining kommunikatsiyasi, ko'rashi, o'zaro aloqalari iqtisodiy jarayoni; 3) bozor munosabatlarining tartibga soluvchisi, FTT va jamoatchilik ishlab chiqarishining samaradorligini kuchaytirish stimulyatori.
Regional marketing	Regional marketing	Региональный маркетинг	1) regionda marketing faoliyatini tashkil yetish; 2) regionning mahalliy, milliy va halqaro investorlarga ko'rsatiluvchi xizmat va tovarlar marketingi; 3) regionning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni boshqarish tizimidagi marketing.
Reklama	Advertising	реклама	1) g'oya, tovar va xizmatlarni ma'lum xomiy nomidan taqdim yetish va taklif qilishning shaxsiy bo'lmagan pulli shakli; 2) tovar va xizmatlar sifatini haridorlarning talab va ehtiyojlari tiliga ugrishga intiluvchi kommunikatsiya shakli.
Reklama auditoriyasi	Advertising audience	Рекламная аудитория	muayyan axborot manbalari orqali elon qilingan reklama xabarlarini eshitishi, kurishi va ukishi mumkin bo'lgan barcha shaxslar.
Reklama samaradorligi	advertising performance	Эффективность рекламы	reklama vositalarining ishlab chiqaruvchi yoki vositachilari manfaatlari yo'lida iste'molchilarga ta'sir ko'rsatish darajasi. Reklama murojaatidan oldin va keyin aniqlanadi. Reklamaning savdo natijalariga ko'rsatuvchi ta'sirini aniqlash (iqtisodiy samaradorlik) reklama harajatlarini avvalgi faoliyat natijalari bo'yicha tovar sotish hajmiga nisbati yordamida aniqlanadi. Bu usulning aniqligi yuqori emas, chunki savdo natijalariga reklamadan tashkari boshqa ko'plab omillar ham ta'sir kursatadi
Servis (xizmat ko'rsatish)	Servis	Оказание услуг	korxona marketing faoliyatining mashinalar, asMavzu-uskunalar va transport vositalarini sotish va ekspluatatsiya qilishni ta'minlovchi bo'limi, kuyi tizimi.
Sifat	Quality	Качество	tovarning muayyan iste'molchilar ehtiyojini qondirish qobiliyatini belgilab beruvchi, kuyilgan talablarga mos keluvchi xususiyatlari majmui. Oldi-sotdi shartnomalarida tomonlar sifat ko'rsatkichlari, uni tekshirish tartibi, tovar sifatining belgilangan talablarga mos

			kelishini tasdiklovchi hujjatlarni taqdim yetish tartibi kelishib olinadi, zarur hollarda tovarni sifati bo'yicha qabul qilish va topshirish shartlari, shuningdek tovar sifati yoki uni saklash muddati bo'yicha kafolatlar belgilab kuyiladi.
Strategik marketing	Strategic marketing	Стратегический маркетинг	1) asosiy iste'molchilar guruhlariga talab va ehtiyojlarini muntazam, sistemali tahlil qilish, shuningdek, kompaniyaga haridorlarning tanlab olingan guruhlariga raqobatchilarga qaraganda yaxshirok xizmat ko'rsatish va shu tariqa raqobatchilik ustunligiga ega bo'lish imkonini beruvchi tovar va xizmatlar konsepsiyasini ishlab chiqish
Strategik rejalashtirish	Strategic planning	Стратегическое планирование	firmaning maqsadlari, uning marketing sohasidagi potensial imkoniyatlari o'rtasidagi strategik muvozanatni yaratish va qo'llab-quvvatlashni boshqarish jarayoni. U firmaning aniq shakllantirilgan dasturi, qo'shimcha vazifa va maqsadlarni ifodalash, soglom xujalik portfeli va o'sish strategiyasiga asoslanadi.
Talab	Demand	Спрос	tovar xo'jaligiga xos bo'lgan va savdo, ayirboshlash sohasida ko'zga tashlanuvchi toifa. Talab bozorda turli xil tovarlar yordamida aks ettirilgan, iste'molchilarning bir-biridan fark qiluvchi ko'p sonli ehtiyojlaridan tarkib topuvchi, doimiy ravishda o'zgarib turuvchi jamoatchilik ehtiyojlari majmuasini aks ettiradi.
Telemarketing -	Telemarketing	Телемаркетинг	marketing turi bo'lib, uni amalga oshirish potensial iste'molchilarga tovar va xizmatlarni real va virtual bozorlardan izlash va harid qilish imkonini beruvchi telekommunikatsiya vositalari va Internet tarmogidan foydalaniladi.
Tovar	Product	Товар	1) eng umumiy ko'rinishda bozorda sotiluvchi mahsulot sifatida ifodalanishi mumkin bo'lgan iqtisodiy toifa, oldi-sotdi obyekt; 2) mahsulotning ma'lum bir haridorlar ehtiyojini qondiruvchi asosiy iste'molchilik tavsifnomalari majmui; 3) iste'molchiga ko'rsatiladigan, mahsulotni to'ldiruvchi va uni sotishni yengillashtiruvchi xizmat va imtiyozlar; 4) mahsulotni urab turuvchi "muhit" (mahsulot dizayni, sifati, markasi, urovi).
Tovar siyosati	Product policy	Товарная политика	tadbirkorlik maqsadlarini belgilash va ularga erishishga yo'naltirilgan tadbir va strategiyalar majmui, yangi tovar yoki tovarlar guruhini bozorga olib kirish

			(innovatsiya), bozorda mavjud bo'lgan tovarlarni zamonaviylashtirish (variatsiya) yoki ishlab chiqarish dasturidan tovar ishlab chiqarishni chiqarib tashlash (eliminatsiya), shuningdek, assortiment siyosatidan iborat.
Tovar va xizmatlar strategiyalari	Product strategy	Продуктовая стратегия	- 1) tovar siyosatining korxonaga tovar xayotiylik davrining istalgan bosqichida foyda olish va savdo hajmining barqaror bo'lishini ta'minlashi mumkin bo'lgan asosiy printsipliyal yo'nalishlari. Tovar strategiyasining asosiy turlari: tovar yoki xizmatlar innovatsiyasi, variatsiyasi, eliminatsiyasi; 2) tovar nomenklaturasini optimallashtirish yo'nalishlarini ishlab chiqish hamda firmaning samarali faoliyat ko'rsatishi va raqobatbardoshligini ta'minlash uchun sharoitlar yaratuvchi tovarlar assortimentini aniqlash.
Taqsimot	Distribution	Распределение	–ishlab chikarish omillari va uning natijalarini iqtisodiyotning turli qism vf subektlari o rtasida taqsimlash jarayoni

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ
МАРКЕТИНГ КАФЕДРАСИ



«ТИЖОРАТ ФАОЛИЯТИ»

фанидан

ИЛОВАЛАР

Самарқанд – 2017

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

САМАРҚАНДИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Руйхатга олинди:

№ 5.4-5.02(7)
29.06.2016 й

Тасдиқлайман:

Ўқув ишлари
проректори

проф. Ахирзаев Қ.Ж.



ТИЖОРАТ ФАОЛИЯТИ

ФАН ДАСТУРИ

Билим соҳаси:
Таълим соҳаси:
Таълим йуналиши:

200 000 – Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқуқ
230 000 – Иқтисод
5230200 – Менежмент (туризм)
5230400 – Маркетинг (туризм)

Самарқанд – 2016

Фаннинг ўқув дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида ишлаб чиқилди.

Институт Илмий Кенгашининг 20__ йил «__» ____, №__-сонли баённомаси билан тасдиқланган.

Тузувчилар:

Маматкулова Ш.Ж. – СамИСИ «Маркетинг» кафедраси доценти, и.ф.н.
Холмаматов Д.Х. - СамИСИ «Маркетинг» кафедраси катта ўқитувчиси

Такризчилар:

Гаирова М. – Чархин ижтимоий-иқтисодий коллежи, “Иқтисодий фанлар”
кафедраси мудири
Файзиев Э. – СамИСИ “Иқтисодиёт” кафедраси катта ўқитувчиси, и.ф.н.

Фан дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг ўқув-услубий кенгашида кўриб чиқилган ва тавсия қилинган (20__ йил «__» ____, №__-сонли баённомаси).

Фаннинг долзарблиги

XX аср инсоният ва фаолияти тарзи-тароватининг ҳамма соҳаларига улкан ўзгаришларни олиб келди. Бу ўзгаришлар фан ва илмий тадқиқотлар, техникани ривожлантириш, янги материаллар, технологиялар яратиш ва ишлаб чиқаришни бошқариш соҳаларида айниқса ёрқин намоён бўлди. Инсоннинг ўзи, яъни моддий бойликларни ишлаб чиқарувчи ва бирга уларни истеъмол қилувчи шахснинг ўзи ҳам сифат жиҳатдан ўзгариб қолди. Одамларнинг фалсафаси, дунёқараши, фикрию-тафаккури ҳам тубдан ўзгарди.

Республиканинг ички ҳаётида ҳам қўлга киритилган муваффақиятлар озмунча эмас. Янгича бозор механизмларини шакллантиришнинг биринчи босқичи бугун, аслида босиб ўтилди, маъжозий қилиб айтганда, бозор тизими биносининг синчлари қадалиб, деворлари кўтарилди. Жумладан, бозор ислоҳоти ва бошқа турдаги ислоҳотлар тўғрисида асосий қонунлар яратилди, турар-жойлар, савдо ва маиший хизмат объектлари, маҳаллий саноат корхоналари кенг миқёсида хусусийлаштирилди.

Халқ фаровонлигини юксалтиришга қаратилган ташаббускори ва ташкилотчиси бўлмиш давлат хусусий мулкчиликка ҳуқуқ бериб, уни ҳимоя остига олди, тадбиркорликни ривожлантиришга йўл очиб берди. Шуниси қувонарлики, кўпгина ишлаб чиқарувчилар ўзларининг хўжалик фаолиятларида иқтисодий эркинлик тажрибасини орттириш билан бирга бозор муносабатлари шароитларида тадбиркор киши ёки бизнесмен зиммасига тушадиган масъулият ҳиссини ҳам сезадиган бўлишди.

Тижорат фаолияти бозорга ўтиш жараёнида савдони ташкил қилиш ва технологияси фанининг ривожланиши асосида вужудга келди. Тижорат асосан ишлаб чиқарувчи ва савдо корхоналари ҳамда истеъмолчилар ўртасидаги товар сотиш билан боғлиқ муносабатларни ўргатадиган фан ҳисобланади. Шунинг учун ҳам улгуржи ва чакана савдодаги сотиш билан боғлиқ муносабатлар мавзуси тижорат курси таркибига киради. Маркетинг ва тижоратнинг объекти бир нарса бўлгани учун ташқи кўринишидан ўхшаб кетади, лекин фан дастурлари бир-биридан фарқ қилиб, айрим соҳаларда бир мунча яқинлашади, маркетингни доира фаолияти кенг ва қарашлар тизими, ёритилиши билан фарқ қилади.

Бозор муносабатларининг тўла ўргатилиши муносабати билан тижорат фаолияти фани янада ривожланади ва тараққий этади. Тижорат фаолиятини амалга оширишда товар ва хизматларнинг сифат кўрсаткичларини, уларни сақлаш тартибини, ташиш, етказиб бериш тартибларини белгилаш муҳим ҳисобланади.

Фаннинг ўқув режасидаги бошқа фанлар билан ўзаро боғлиқлиги вауслугий жиҳатдан узвийлиги

«Тижорат фаолияти» фани ўқув режадаги умумкасбий фан ҳисобланиб, 1-курснинг 5230200-Менежмент (туризм) таълим йўналишига 1-семестрда ва 5230400-Маркетинг (туризм) таълим йўналишига 2-семестрда ўқитилади.

Мазкур фан ижтимоий-иқтисодий фанлар туркумига кириб, бошқа иқтисодий фанларнинг назарий ва услубий асосини ташкил қилади. Бу фан ўз ривожига аниқ йўналишдаги иқтисодий фанлар (Иқтисодий назария, Микроиқтисодиёт, Макроиқтисодиёт, Статистика, Менежмент, Маркетинг, Бухгалтерия ҳисоби, Молия, Инвестицияларни баҳолаш)дан озуқа олади. Тижорат фаолияти фани тадқиқот усуллари бўйича бошқа ижтимоий (Ҳуқуқшунослик, Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, Фалсафа (этика, эстетика, мантик), тарих, социология, сиёсатшунослик, ЎДЖҚНА) фанлар билан ҳам мустаҳкам боғлиқдир.

Фаннинг илм-фан, иқтисодиёт ва ишлаб чиқаришдаги ўрни

“Тижорат фаолияти” фани талабаларда тадбиркорлик фаолиятини олиб бориш, бизнесни бошқариш, бизнес режа ишлаб чиқиш, савдо фаолиятини ташкил этиш, моддий-товар бойликларни тақсимлаш, воситачилик фаолияти, лизинг муносабатлари, сервис соҳаси, ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операцияларини амалга ошириш кўникмасини шакллантиради. Бошқа амалий иқтисодий фанларнинг назарий-услубий асослари тўғрисида билим ҳосил қилади. Шунга кўра, фаннинг ишлаб чиқариш, савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаларида фойда олишни таъминлаш ва бошқаришдаги ўрни муҳим ҳисобланади.

Фанни ўқитишдаги замонавий ахборот ва педагогик технологиялар ҳамда ўқув машғулотларини лойиҳалаш

Талабаларнинг “Иқтисодиёт назарияси” фанини ўзлаштиришлари учун ўқитишнинг илғор ва замонавий усулларида фойдаланиш, янги информацион-педагогик технологияларни татбиқ қилиш муҳим аҳамиятга эгадир. Фанни ўзлаштиришда дарслик, ўқув ва услубий қўлланмалар, маърузалар матнлари, таркатма материаллар, электрон материаллар, кейс-технологияларидан фойдаланилади. Маъруза ва амалий машғулотларида ўқитишнинг интерактив усуллари (визуал, муаммоли, муаллифлик маърузалари, “Ақлий ҳужум”, ФСМУ, БББ, кластер ва бошқалар)дан фойдаланилади.

Фан ўқитувчиси томонидан педагогик ва модулли технология тамойиллари асосида “Тижорат фаолияти” фани ўқув машғулотларининг лойиҳалари ишлаб чиқилади.

Фан модулининг дастури (module syllabus)

Ўқув курсининг тўлиқ номи:	Тижорат фаолияти		
Курснинг қисқача номи:	ТФ	Код: ТФ	
Кафедра:	Тижорат фаолияти		
Ўқитувчи хақида маълумот:	Маматкулова Шоира Жалоловна Холмаматов Диёр Ҳақбердиевич		
Семестр ва ўқув курсининг давомийлиги	1 ва 2 семестр. 32 ҳафта		

Ўқув соатлари ҳажми:	Жами:	130	
	шунингдек:		
	маъруза	38	
	семинар		
	амалий	38	
	мустақил таълим	54	
Ўқув курсининг статуси	Умумқасбий фанлар блоки		
Дастлабки тайёргарлик:	Курс КХК ва АЛ ўтилган “Иқтисодий билим асослари”, “Бизнес ва тадбиркорлик асослари”, “Маркетинг асослари” фанларидан ўзлаштирилган билимларга асосланади.		
Фаннинг предмети ва мазмуни: - талабаларга иқтисодий билимларнинг назарий асосларини, бизнес, тадбиркорлик ва тижорат фаолиятининг асосий тушунчалари ва категорияларини, тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишни ўргантишга йўналтирилган.			
Фанни ўқитишдан мақсад - талабаларга бозор иқтисодиёти чуқурлашиб бораётган бугунги кунда тижорат фаолиятини йўлга қўйиш, унинг тамойиллари, функция ва мақсадлари, улгуржи савдони ташкил этиш, чакана савдо ҳақида билимларни беришдан иборатдир. Шу билан бир қаторда фанни ўқитиш жараёнида талабалар тадбиркорлик фаолияти, бизнес юритиш қоидалари ҳақида билимларни ўзлаштирган бўлиб, ўз мутахассислиги бўйича ечиладиган масалаларга уларни тадбиқ қилиш кўникмаларини ҳосил қилиши керак.			
Фанни вазифаси - талабаларга тижорат фаолиятини олиб бориш, ишлаб чиқариш корхоналарининг тижорат фаолияти, улгуржи ва чакана савдо корхоналарининг тижорат фаолиятини ташкил этиш, ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операцияларини амалга ошириш бўйича назарий-амалий билимларга эга бўлишини таъминлаш.			
“Тижорат фаолияти” ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида талаба: - тижорат тушунчаси, тижорат фаолиятининг пайдо бўлиш тарихи, мақсад ва вазифалари, тижорат фаолиятининг объектлари, субъектлари, тижоратнинг таркибий қисмлари, тижорат категориялари бўйича <i>масаввурга эга бўлиши</i> ; - хўжалик алоқаларини ташкил этиш, улгуржи савдо, унинг моҳияти ва турлари, чакана савдо ҳақида; - олди-сотди шартномаларини тузиш тартибини, улгуржи товар харид қилиш, чакана товар сотишни амалда қўллай <i>билиши ва улардан фойдалана олиши</i> ; - тижорат фаолиятини олиб боришда ахбороти ва реклама, унинг аҳамияти, нарх белгилаш, товар тарқатиш тизимини шакллантириш, товарни самарали силжитиш бўйича <i>кўникмаларга эга бўлиш</i> ; - тижорат фаолиятини самарали ташкил этиш, Ўзбекистонда улугуржи савдони ривожлантириш муаммолари ва ечимлари бўйича <i>малакаларига эга бўлиш керак</i> .			

Курснинг тематик таркиби ва мазмуни			
Мавзу	Маъруза	Амалий (семинар)	Мустақил иш
1. Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуги ва вазифалари	2	2	4
2. Тижорат тушунчаси ва вазифалари	2	2	4
3. Тижоратнинг таркибий қисмлари	2	2	4
4. Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати	2	2	4
5. Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби	2	2	4
6. Улгуржи савдода тижорат фаолияти	6	6	4
7. Чакана савдода тижорат фаолияти	6	6	4
8. Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти	4	4	4
9. Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари	2	2	4
10. Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти.	2	2	6
11. Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари	4	4	4
12. Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар	2	2	4
13. Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари	2	2	4
ЖАМИ	38	38	54
Таълим бериш ва ўқитиш услуги:	Маъруза, амалий машғулотлар, мустақил ишлар (давра суҳбати, кейс стади, мастер-класслар)		
Мустақил ишлар:	Ўқув лойиҳалар, гуруҳли тақдимот, рефератлар, кейслар, докладлар, кроссвордлар, постер, проспект, эссе ва ҳ.к.		

АСОСИЙ ҚИСМ

Ўқув фанининг назарий машғулотлари мазмуни

1-модул. Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуги ва вазифалари

Ўзбекистонда иқтисодий ислохотларнинг чуқурлашиши, модернизация қилиниши ва иқтисодиётни либераллаштирилиши, тижорат фаолияти фанининг келиб чиқиши, услуги, мақсади ва вазифалари. Тижорат фаолияти фанининг

вужудга келиши ва зарурияти. Тижорат фаолияти фанининг қўллаш соҳалари. Тижорат фаолияти фанининг предмети, мазмуни.

Фанда қўлланиладиган услублар, таққослаш. Иқтисодий математик усуллар, лойиҳалаш. Моделлаш. Тижорат фаолияти фанида кўриладиган масалалар. Тижорат фаолияти фанининг асосий вазифалари ва мақсади. Ишлаб чиқариш ва савдо самарадорлигини, савдода фойда даражасини ошириш сифатли савдо хизматини ташкил этиш, харидорлар талабини қондириш.

2-модул. Тижорат фаолияти тушунчаси ва вазифалари

Тижорат тушунчаси, моҳияти. Тижоратнинг вазифалари, вужудга келиш тарихи, қўлланиш соҳаси. Тижорат товар айирбошлашнинг ажралмас жараёни. Тижоратнинг таркибий қисмлари. Бозоргача, бозорга ўтиш ва бозор иқтисодиёти давридаги тижорат, унинг хусусиятлари. Бозорни ўрганиш тижорат фаолиятининг асосидир, талаб ва таклифни ўрганиш, унинг миқдори ва таркибини аниқлаш, ассортимент, нарх ва сифат сиёсати, реклама ва ахборот, харид қилиш, истеъмолни ва ишлаб чиқаришни рағбатлантириш.

Улгуржи ва чакана савдода тижорат хусусиятлари. Тижорат вазифасини олиб борувчи бўлимлар, мутахассислар.

3-модул. Тижорат фаолиятининг таркибий қисмлари

Тижорат тамойиллари. Тижорат категориялари. Тижоратда сир сақлаш. Тижорат таваккалчилиги. Тижоратда рақобат. Тижорат вазиятлари. Тижорат ечимлари. Истеъмолчилар манфаатини ҳимоя қилиш, ўзаро тенглик ва ёрдамлашиш, ҳамкорлик, фойда миқдорини ва даражасини кўпайтириш, савдо маданиятини ошириш принциплари.

Тижорат фаолиятида шароит объектив ва субъектив томонлари. Шароитнинг турлари. Тижорат ечимлари, уларнинг ишлаб чиқариш услублари. Таъсир қилувчи омиллар. Тижорат сири ва уни муҳофоза қилиш, тижорат фаолиятини такомиллаштириш йўллари.

4-модул. Тижорат фаолиятида ассортимент, нарх ва сифат сиёсати

Товар ассортиментининг моҳияти ва турлари. Товар сифати ва уни ошириш йўллари. Маҳсулотнинг бозордаги сифати, рақобатбардошлик кўрсаткичи. Савдо корхоналарида товар ассортиментини таркиб топиши, асосий принциплари. Чакана ва улгуржи савдо корхоналарида товар ассортиментини таркиб топишдаги хусусияти ва товар ассортименти. Товар ассортиментини кенгайтириш ва сифатини ошириш. Корхона обрўси. Нарх тушунчаси ва унинг моҳияти, нарх сиёсати, вазифаси. Талаб ва таклиф мувозанатида нархнинг роли. Нарх сиёсати йўналишлари. Келгусида даромад олишни роли, таъминлаш учун нарх белгилаш. Рақобатда нарх сиёсати. Товар нархига устама ўрнатиш тартиби, чегараланиши. Товар сотиш олиш ва сотишда даромад ва фойдани режалаш. Товар сифати ва уни ошириш учун кураш. Ишлаб чиқариш ва савдо корхоналарида рақобат ва унинг махсули. Корхона маркаси ва обрўси.

5-модул. Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби

Тижоратда хўжалик алоқаларининг моҳияти. Хўжалик алоқаларининг турлари. Савдода хўжалик алоқалари тушунчаси, моҳияти. Хўжалик алоқаларини тартибга солиб турувчи қонунлар, низомлар, фармонлар, корхона устави. Уларнинг мазмуни ва аҳамияти. Давлат буюртмаси тушунчаси моҳияти, қўлланиш соҳалари. Монополияга қарши кураш. Рақобатга йўл очиш.

Оддий ва мураккаб тартибли хўжалик алоқалари, мазмуни. Тўғридан-тўғри хўжалик алоқалари, аҳамияти. Бартерли алоқалар, моҳияти.

Мустақил давлатлар ҳамкорлиги системасида хўжалик алоқалари. Чет эл корхоналари билан хўжалик алоқалари, хусусиятлари. Халқаро нормалар. Лицензия, квота, уларнинг ўрнатиш тартиби, аҳамияти.

Шартноманинг мазмуни, асосий қисми ва хусусияти. Шартнома тузиш жараёни. Томонлар талаби, келиши, келтириш тартиби. Контракт тузиш. Шартнома ва контрактни расмийлаштириш. Ярмаркаларда товар сотиб олиш тартиби, расмийлаштириш.

6-модул. Улгуржи савдода тижорат фаолияти

Улгуржи савдо корхоналарининг тижорат фаолияти. Улгуржи савдонинг моҳияти, аҳамияти ва вазифалари. Улгуржи товар харид қилиш мазмуни. Товар сотиб олиш манбалари ва уларни ўрганиш. Улгуржи харидни расмийлаштириш. Мажбуриятларни бажаришни назорат қилиш ва керакли тадбирий чоралар кўриш. Товар сотиб олишнинг мазмуни ва тўғри ташкил этишнинг аҳамияти. Товар сотиб олиш манбалари: давлат, кооператив, акционер, қўшма, шахсий, якка тартибда ишловчилар, уларни ўрганиш. Товар нархи, сифати ва ассортименти. Ишлаб чиқарувчи ва улгуржи савдо корхоналари билан тўғридан-тўғри сотиб олишнинг афзалликлари ва илғор тажриба. Мустақил мамлакатлар ҳамкорлиги ва бошқа чет эл мамлакатларидан, корхоналаридан товар сотиб олиш тартиби ва хусусиятлари.

Улгуржи товар сотишнинг мазмуни ва уни тўғри ташкил этишнинг аҳамияти. Улгуржи товар сотиш шакллари. Омбор орқали товар сотишни ташкил этиш. Транзит орқали товар сотишни ташкил этиш. Улгуржи корхоналарда товар сотиш фаолияти мазмуни ва тўғри ташкил қилишнинг аҳамияти. Чакана савдо корхоналар билан шартномалар тузиш, шартнома мазмуни.

Улгуржи товар сотиш усуллари. Транзит ва омбор орқали товар сотиш. Транзит усулида товар сотиш тартиби, томонлар вазифаси. Улгуржи корхоналарнинг роли ва вазифаси. Етказиб бериш, назорат ва ҳисоб китоб қилиш шартлари. Намуна заллари, жиҳозлар жойлашиши, товар териш, товарларни рақамлаш. Товар сотувчи савдо агентлари ўрни, жиҳозлари, буюртма қабул қилиш технологияси. ЭХМ қўлланилиши. Товарни етказиб бериш графиклари. Харидорларни қабул қилиш кунлари. Улгуржи корхоналарда қўшимча хизматни ташкил этилиши. Телефон, телеграф, дисплей орқали буюртма қабул қилиш. Айланиб юрувчи савдо агентлари, автомобиллар

орқали товар сотиш. Чет Эл савдосида улгуржи товар сотишни ташкил этилиши.

7-модул. Чакана савдода тижорат фаолияти

Чакана савдо, унинг ўрни ва тижорат вазифалари. Чакана савдо тармоқлари ва уларни хусусиятлари. Чакана савдо корхоналари, ташкилотлари ва тармоқлари, тушунчаси, фаолият турлари, тижорат вазифалари, барпо этиш тартиби. Хужжатлар тайёрлаш, рўйхатдан ўтказиш. Чакана савдонинг мулкӣ шакллари ва савдодаги роли. Хусусий, жамоа, гуруҳ ва бошқа мулкӣ шаклга асосланган чакана савдо корхоналари роли, тузилиши вазифаси, ривожланиши.

Ҳозирги шароитда савдо тармоқларини товарлар билан таъминлаш хусусиятлари. Товар таъминотининг шакллари ва усуллари. Чакана савдо корхоналарининг товар сотиб олиш манбалари, товар ассортиментини таркиб топтиришни режалаштириш. Товар манбаларини ўрганиш, товар миқдори, шароити ассортименти, нарх. Маҳаллий манбалар. Биржа ва ярмаркалардан ва тўғридан-тўғри ишлаб чиқариш корхоналаридан товар сотиб олиш. Бартерни қўллаш. Ташиб келтиришни келишиб олиш.

Товар сотиш усуллари ва турлари. Товар сотишни фаоллаштириш йўллари. Аҳолига товар сотишни ва савдо хизмати кўрсатишни ташкил этилиши, мазмуни. Савдо маданияти тушунчаси, моҳияти. Чакана савдо тармоқларида товар сотиш учун тайёргарлик ишларини олиб бориш, товар ва дўконни тайёрлаш. Ўраш, тозалаш, нархлаш, қадоклаш, дазмоллаш, териш, тахлаш ва ҳоказо. Товар сотиш усуллари вужудга келиши, ривожланиши, моҳияти, афзалликлари. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш, сотиш, ҳозирги ҳолати, ривожланиш имкониятлари. Буюртма ва почта орқали товар сотиш тартиби. Ярмарка бозор ва товар сотишнинг хусусиятлари афзалликлари. Товар сотишнинг айрим қоидалари.

8-модул. Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти

Воситачи корхоналарнинг иқтисодиётдаги ўрни, воситачи корхоналарнинг турлари ва тижорат фаолияти. Дилерлик фаолияти. Дистрибуторлик фаолияти. Брокерлик фаолияти. Савдо агентлари ва уларнинг тижорат фаолияти. Савдо уйлари. Савдо марказлари. Ким ошди савдолари ва аукционлар.

Биржалар ҳақида тушунча ва уларнинг пайдо бўлиш тарихи. Товар биржалари ва вазифалари. Биржа савдоси ва битимлари. Биржа товарлари, уларга қўйиладиган талаблар. Маклериат ва брокерлик конторалари, бошқа биржа воситачилари. Биржаларнинг пайдо бўлиши ва тараққий этиши хусусиятлари. Биржалар бозор иқтисодиётининг маҳсули ва роли. Ўзбекистонда биржаларнинг вужудга келиши ва аҳамияти, биржа турлари, уларнинг роли ва вазифаси. Ўзбекистонда Биржа ва биржалар фаолияти тўғрисидаги қонун, мазмуни ва аҳамияти. Ўзбекистон биржа кенгаши, вазифаси ва роли.

9-модул. Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари

Лизинг тушунчаси. Лизинг хизматининг моҳияти. Лизинг пайдо бўлиши шарт-шароитлари. Тижорат фаолиятида лизинг муносабатларининг субъектлари ва объектлари. Лизинг турлари ва шакллари. Лизинг битими. Лизингнинг асосий функциялари. Асосий лизинг турларининг таснифланиши. Молиявий лизинг. Бевосита ва билвосита лизинг.

Франчайзингнинг тарихи ва ривожланиши. Франчайзинг фаолиятининг мазмуни. Франчайзинг тизимининг таркибий қисмлари. Тижорат фаолиятида франчайзингни ташкил этиш мезонлари. Франчайзер-франчайзи ўзаро муносабатлари.

10-модул. Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти.

Сервис соҳасида тижорат фаолиятини амалга оширилиши. Туризм ва меҳмонхона хўжалигининг тижорат фаолияти. Лицензиялар ва патентлар бозори, уларда амалга ошириладиган тижорат ишлари. Консалтинг хизматлар бозори ва амалга ошириладиган тижорат ишлари. Инжиниринг хизматлари бозори ва амалга ошириладиган тижорат ишлари. Ахборот хизматлар бозори ва амалга ошириладиган тижорат ишлари. Транспорт хизматлар бозори ва амалга ошириладиган тижорат ишлари.

Хизмат кўрсатиш мазмуни, аҳамияти. Қўшимча хизмат турлари. Харидорларга хизмат кўрсатиш моҳияти ва зарурияти. Хизмат кўрсатишнинг турлари. Савдо хизмати. Савдо хизмати кўрсатишни режалаштириш ва ташкил этиш, тадбирий чораларни ишлаб чиқиш, тадқиқ этиш. Умумий овқатланиш корхоналарида хизмат кўрсатиш тартиби. Умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти.

11-модул. Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари

Ўзбекистон Республикасининг ташқи иқтисодий алоқалари ичида халқаро тижорат фаолиятининг ўрни. Халқаро тижорат иши. Халқаро тижорат операциялари мазмуни ва турлари. Халқаро савдонинг шакл ва турлари. Контрагентлар фаолияти. Экспорт-импорт операцияларининг мазмуни. Халқаро тижорат операцияларини амалга ошириш усуллари. Ташқи савдо операцияларининг транспорт таъминоти. Базис транспорт шартлари ва инкотермис.

Халқаро товар биржаларида, аукционларида ва савдоларида тижорат операциялари. Халқаро биржа савдосининг асосий марказлари, биржа битимларининг мақсадлари. Халқаро аукционларнинг моҳияти ва унинг савдо марказлари.

Экспорт-импорт операцияларини тартибга солишнинг савдо-сиёсий воситалари. Божхона таърифи ва назорати орқали тартибга солиш. Антидемпинг божларини қўллаш. Экспорт-импорт операцияларини лиценциялаш.

12-модул. Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар

Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотларнинг ўрни ва аҳамияти. Рекламанинг пайдо бўлиш тарихи ва реклама тушунчаси. Реклама агентлиги ҳақида тушунча. Реклама турларининг таснифи. Реклама фаолиятини режалаштириш. Реклама ва ахборот самарадорлигини аниқлаш. Реклама ва ахборот тушунчаси. Реклама ривожланиши тарихи. Реклама, товар ҳамда хизмат кўрсатишга истеъмол хусусиятлари тўғрисидаги ахборотни етказувчи восита. Реклама, ахборот ва ишлаб чиқарилган маҳсулотни реализация қилиш каналлини танлаш.

Иқтисодийни модернизациялаш ва иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш шароитида савдо рекламаси ва ахбороти ролининг ўсиши. Савдо воситаларидан, ярмарка ва кўргазмалардан фойдаланиш. Реклама ва ахборот самарадорлигини аниқлаш. Реклама бюджетини аниқлаш усуллари.

13-модул. Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари

Тижорат фаолиятини самарадорлиги кўрсаткичлари. Тижорат фаолияти самарадорлигини ошириш. Тижорат фаолиятини режалаштириш соҳасида ва ҳисоботда фойда, даромад ва харажат миқдори ва даражасини аниқлаш. Товар айланиши, асосий фондлардан фойдаланишни ҳисоблаш. Айрим чора тадбирлар (реклама, ярмарка, товарларни намойиш қилиш, тижоратчи ходимлар малакасини ошириш, айрим товарлар сотиш, бартер, четдан товар олиш) самарадорлигини ҳисоблаш. Эксперт баҳолаш имкониятлари.

Харидорлар талабини қондириш, савдо маданияти даражасини аниқлаш усуллари.

Тижорат фаолиятини такомиллаштиришга таъсир қилувчи ижобий ва салбий омиллар.

Бозорни товар билан тўйинтириш, эркин рақобат таркиб топтириш, товар сифатини ошириш ва ташқи бозорга чиқариш. Қонуний нормаларни такомиллаштириш. Тижорат корхоналари ва ташкилотларига имтиёз яратиш.

Амалий машғулотлар

Амалий машғулотларни ташкил этиш бўйича кўрсатма ва тавсиялар

Амалий машғулотларини ўтказишда қуйидаги дидактик тамойилларга амал қилинади:

- амалий машғулотларининг мақсадини аниқ белгилаб олиш;
- ўқитувчининг инновацион педагогик фаолияти бўйича билимларни чуқурлаштириш имкониятларига талабаларда қизиқиш уйғотиш;
- талабада натижани мустақил равишда қўлга киритиш имкониятини таъминлаш;
- талабани назарий-методик жиҳатдан тайёрлаш.

Амалий машғулотлар нафақат аниқ мавзу бўйича билимларни яқунлаш, балки талабаларни тарбиялаш манбаи ҳамдир.

Амалий (семинар) машғулотларнинг тахминий мавзулари

1. Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуги ва вазифалари.

2. Тижорат фаолияти тушунчаси ва вазифалари.
3. Тижорат фаолиятининг таркибий қисмлари
4. Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати
5. Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби
6. Улгуржи савдода тижорат фаолияти
7. Чакана савдода тижорат фаолияти
8. Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти
9. Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари
10. Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти
11. Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти
12. Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари
13. Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар
14. Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари

Лаборатория ишларини ташкил этиш бўйича кўрсатмалар

Фан бўйича лаборатория ишлари намунавий ўқув режада кўзда тутилмаган.

Курс ишини ташкил этиш бўйича услубий кўрсатмалар

Фан бўйича курс иши намунавий ўқув режада режалаштирилмаган

Мустақил таълимни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Талаба мустақил таълимнинг асосий мақсади – ўқитувчининг бевосита раҳбарлиги ва назоратида муайян ўқув ишларини мустақил равишда бажариш учун билим ва кўникмаларни шакллантириш ва ривожлантириш.

Мустақил таълимни ташкил этишнинг шакли

Талаба “Тижорат фаолияти” ўқув фанидан мустақил таълимни ташкил этишда муайян фаннинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланиш тавсия этилади ва жорий назорат сифатида баҳоланади:

1) **мавзулар бўйича конспект** (реферат, такдимот) **тайёрлаш**. Назарий материални пухта ўзлаштиришга ёрдам берувчи бундай усул ўқув материалга диққатни кўпроқ жалб этишга ёрдам беради. Талаба конспект турли назорат ишларига тайёргарлик ишларини осонлаштиради, вақтни тежайди;

2) **ўқитиш ва назорат қилишнинг автоматлаштирилган тизимлари билан ишлаш**. Талабалар маъруза ва амалий машғулотлар давомида олган билимларини ўзлаштиришлари, турли назорат ишларига тайёргарлик кўришлари учун тавсия этилган электрон манбалар, инновацион дарс лойиҳаси намуналари, ўз-ўзини назорат учун тест топшириқлари в.б.

3) **фан бўйича қўшимча адабиётлар билан ишлаш**. Мустақил ўрганиш учун берилган мавзулар бўйича талабалар тавсия этилган асосий адабиётлардан ташқари қўшимча ўқув, илмий адабиётлардан фойдаланадилар. Бунда рус ва хорижий тиллардаги адабиётлардан фойдаланиш рағбатлантирилади;

4) **ИНТЕРНЕТ тармоғидан фойдаланиш.** Фан мавзуларини ўзлаштириш, курс иши, битирув малакавий ишларини ёзишда мавзу бўйича ИНТЕРНЕТ манбаларини топиш, улар билан ишлаш назорат турларининг барчасида қўшимча рейтинг баллари билан рағбатлантирилади;

5) мавзуга оид масалалар, кейс-стадилар ва ўқув лойиҳаларини ишлаб чиқариш ва иштирок этиш;

6) амалиёт турларига асосан материал йиғиш, амалиётдаги мавжуд муаммоларнинг ечимини топиш, ҳисоботлар тайёрлаш;

7) илмий семинар ва анжуманларга тезис ва мақолалар тайёрлаш ва иштирок этиш;

8) мавжуд лаборатория ишларини такомиллаштириш, масофавий (дистанцион) таълим асосида машғулотларни ташкил этиш бўйича методик кўрсатмалар тайёрлаш ва ҳ.к.

Тавсия этилаётган мустақил ишларнинг мавзулари

1. Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуги ва вазифалари.
2. Тижорат тушунчаси ва вазифалари.
3. Тижоратнинг таркибий қисмлари.
4. Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати.
5. Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби.
6. Улгуржи савдода тижорат фаолияти.
7. Чакана савдода тижорат фаолияти.
8. Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти.
9. Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари.
10. Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти.
11. Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари.
12. Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар.
13. Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари.

Дастурнинг информацион услубий таъминоти

Мазкур фанни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий методлари, педагогик ва ахборот-коммуникация технологияларини қўллаш назарда тутилган:

- фандан режалаштирилган барча маъруза мавзулари замонавий компютер технологиялари, Power Point дастури ёрдамида тақдимот ва электрон-дидактик технологияларидан фойдаланилган ҳолда ўтказилади;

- амалий машғулот дарсларида талабалар кейс-стади, муаммоли вазиятлар, амалий масала ва топшириқларни яқка, кичик гуруҳ ва жамоа бўлиб ақлий ҳужум, 3х4, тушунчалар таҳлили, гуруҳли фикрлаш, “иш ўйини” ва бошқа педагогик технологиялардан фойдаланилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Тижорат сири тўғрисида”ги қонуни, 28.08.2014 й.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Рақабат тўғрисида”ги қонуни, 14.03.2012 й.
3. Turdimatov O.S. Yuk va tijorat ishlarini boshqarish. T.: Fan va texnologiya, 2009y.
4. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001 г.
5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. Главы 9,10,11,12. Организация коммерческой деятельности. М.: ИНФРА-М, 2001 г.
6. Normaxmatov R., boshq. Marketing asoslari va tijorat ishi. T.: ILM ZIYO, 2011 у.
7. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М.: ЮНИТИ, 1998 г.
8. Фаттахов А.А. Экономика коммерческо-посреднических организаций. Т.: Мехнат, 1999 г.

Қўшимча адабиётлар

9. Ибрагимов Р.Г. Маркетинг. Дарслик. Тошкент, 2002.
10. Маматкулова Ш.Ж. Тижорат фаолияти, маърузалар курси. Самарқанд, 2003.
11. Маматкулова Ш.Ж., Холмаматов Д. Халқаро тижорат иши. Маърузалар матни. СамИСИ, 2008.
12. Юнусова Р.Т. ва бошқалар. Тижорат ва савдо технологияси. Самарқанд, Зарафшон, 1998.
13. Росситер Дж.Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. Санк-Петербург – Москва, 2000.
14. Дашкова Л.П. Коммерция и технология торговли. М.: ИНФОРМ– 2000.

Интернет сайтлари

1. www.lex.uz – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
2. www.ziynet.uz – Ўзбекистон Республикаси миллий ахборотлар базаси
3. www.stat.uz – Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси расмий сайти

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Рўйхатга олинди:
№ _____

2017 йил “ ____ ” _____

“Тасдиқлайман”
Ўқув ишлари проректори
_____ Қ.Ж. Мирзаев
2017 йил “ ____ ” _____

ТИЖОРАТ ФАОЛИЯТИ

ФАНИНИНГ ИШЧИ ДАСТУРИ

Билим соҳаси:	200000	- Ижтимоий соҳа, иқтисод ва ҳуқуқ
Таълим соҳаси:	230000	- Иқтисод
Таълим йўналиши	5230400	- Маркетинг (тармоқлар ва соҳалар)

Умумий ўқув соати	- 193 соат
Шу жумладан:	
Маъруза машғулотлари	- 56 соат (1-семестр – 28 соат, 2-семестр – 28 соат)
Амалий машғулотлар	- 58 соат (1-семестр – 26 соат, 2-семестр – 32 соат)
Мустақил таълим ва мустақил ишлар	- 79 соат (1-семестр – 38 соат, 2-семестр – 41 соат)

Самарқанд - 2017

Фаннинг ишчи дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув-услугий кенгашининг 2016 йил 29 августдаги 1-сонли мажлис баёни билан тасдиқланган “Тижорат фаолияти” фан дастури асосида тайёрланган.

Фаннинг ишчи дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ўқув-услугий кенгашининг 2017 йил 26-августдаги 1-сонли мажлис баёни билан тасдиқланган.

Тузувчилар: **Маматқулова Ш.Ж.** – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси доценти;
Хожикулов Б.Э. - СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси ассистенти.

Такризчилар: **Холмаматов Д.Х.** – СамИСИ, “Маркетинг” кафедраси катта ўқитувчиси;
Гаирова М. – Чархин ижтимоий-иқтисодий касб-ҳунар коллежининг “Иқтисодиёт ва енгил саноат фанлар” кафедраси мудири.

СамИСИ Иқтисодиёт ва менежмент
факультети декани:

2017 йил “_____” _____ **А.Н.Холикулов**
(имзо)

Маркетинг кафедраси мудири:

2017 йил “_____” _____ **И.Х.Ибрагимов**
(имзо)

1. Ўқув фани ўқитилиши бўйича услубий кўрсатмалар.

Тижорат фаолияти қанчалик самарали олиб борилса, шунчалик асосий тижорат операциялари, моддий шаклда товар айирбошлаш, яъни экспорт-импорт, илмий-техникавий билимлар билан савдо қилиш, уризм соҳаси кабилардаги кўрсаткичлар салмоқли ривожланиб бормоқда. Шунингдек асосий тижорат операцияларининг ривожланиши билан таъминловчи (ёрдамчи) тижорат операцияларига бўлган эҳтиёж ҳам ўсиб боради. Бунинг натижасида ички ва халқаро миқёсда товар ташиш, транспорт-экспедиторлик, юкларни суғурта қилиш, халқаро ташишда юкларни сақлаш ва халқаро ҳисоб-китоб ишларини олиб бориш мамлакат ички ва ташқи иқтисодий кўрсаткичларини ўсиб боришини таъминлайди.

Фанни ўқитишдан мақсад – талабаларнинг тижорат фаолиятига оид таффақурини шакллантириш ва ривожлантириш, ўзининг фикр-мулоҳаза, хулосаларини асосли тарзда аниқ баён этишга ўргатиш ҳамда эгалланган билимлар бўйича кўникма ва малакаларни шакллантиришдир.

Фан бўйича талабаларнинг билим, кўникма ва малакаларига қуйидаги талаблар қўйилади. Талаба:

- тижорат тушунчаси, тижорат фаолиятининг пайдо бўлиш тарихи, мақсад ва вазифалари, тижорат фаолиятининг объектлари, субъектлари, тижоратнинг таркибий қисмлари, тижорат категориялари *бўйича тасаввурга эга бўлиши;*

- хўжалик алоқаларини ташкил этиш, улгуржи савдо, унинг моҳияти ва турлари, чакана савдо ҳақида назарий билимларга эга бўлиши, олди-сотди шартномаларини тузиш тартибини, улгуржи товар харид қилиш, чакана товар сотишни амалда қўллай билиш *бўйича назарий билимларга эга бўлиши ва ахборотдан фойдалана олиши;*

- бозор ва истеъмолчиларни ўрганиш, товарни бозордаги ўрнини ошириш, бозорни сегментлашни *амалда қўллай билиш кўникмаларини эгаллаши;*

- тижорат фаолиятини олиб боришда ахбороти ва реклама, унинг аҳамияти, нарх белгилаш, товар тарқатиш тизимини шакллантириш, товарни самарали силжитиш *бўйича малакаларини эгаллаши;*

- тижорат фаолиятини самарали ташкил этиш, Ўзбекистонда улугуржи савдони ривожлантириш муаммолари ва ечимлари *бўйича компетенцияларга эга бўлиши керак.*

2. Маъруза машғулоти

1-жадвал

№	Маърузалар мавзулари	Дарс соатлари ҳажми
	1-семестр	
1	Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуби ва вазифалари	2
2	Тижорат тушунчаси ва вазифалари	4
3	Тижоратнинг таркибий қисмлари	4
4	Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати	4
5	Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби	4

6	Улгуржи савдода тижорат фаолияти	6
2-семестр		
7	Чакана савдода тижорат фаолияти	6
8	Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти	4
9	Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари	4
10	Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти	6
11	Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари	4
12	Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар	4
13	Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари	4
ЖАМИ		56

Маъруза машғулотлари мультимедиа қурилмалари билан жиҳозланган аудиторияда ўтилади

3. Амалий машғулотлар бўйича кўрсатма ва тавсиялар

2-жадвал

№	Амалий машғулотлар мавзулари	Дарс соатлари ҳажми
1-семестр		
1	Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуги ва вазифалари	2
2	Тижорат тушунчаси ва вазифалари	4
3	Тижоратнинг таркибий қисмлари	4
4	Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати	4
5	Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби	4
6	Улгуржи савдода тижорат фаолияти	6
2-семестр		
7	Чакана савдода тижорат фаолияти	6
8	Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти	4
9	Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари	4
10	Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти	6
11	Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари	6
12	Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар	4
13	Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари	4
ЖАМИ		58

Амалий машғулотлар мультимедиа қурилмалари билан жиҳозланган аудиторияда ҳар бир академик гуруҳга алоҳида ўтилади. Машғулотлар интерфаол усуллар ёрдамида ўтилади, “Кейс-стади”, фан мавзуларига оид масалалар ишлатилади, кейслар ва масалалар мазмуни ўқитувчи томонидан белгиланади. Кўргазмали материаллар ва ахборотлар мультимедиа воситалари ёрдамида узатилади.

Фан бўйича курс иши. Ўқув режада режаслаштирилмаган.

4. Мустақил таълим ва мустақил ишлар

№	Мустақил таълим учун тавсия этиладиган мавзулар	Дарс соатлари ҳажми
1-семестр		
1	Тижорат фаолияти фанининг мазмуни, услуги ва вазифалари	4
2	Тижорат тушунчаси ва вазифалари	6
3	Тижоратнинг таркибий қисмлари	6
4	Тижоратда ассортимент, нарх ва сифат сиёсати	6
5	Хўжалик алоқаларини ўрнатиш, мазмуни, тартиби	8
6	Улгуржи савдода тижорат фаолияти	8
2-семестр		
7	Чакана савдода тижорат фаолияти	6
8	Воситачи корхоналарнинг тижорат фаолияти	6
9	Тижорат фаолиятида лизинг муносабатлари	6
10	Сервис соҳаси, савдо ва умумий овқатланиш корхоналарининг тижорат фаолияти	6
11	Ташқи иқтисодий фаолиятда тижорат операциялари	6
12	Тижорат фаолиятида реклама ва ахборотлар	6
13	Тижорат фаолиятининг самарадорлиги ва уни ошириш йўллари	5
ЖАМИ		79

Талабалар мустақил ишни тайёрлашда ушбу фаннинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланади ва жорий назорат сифатида баҳоланади.

– **Мавзу бўйича конспект (реферат ва тақдимот)** – назарий материалларни пухта ўзлаштиришга ёрдам берувчи бундай усул ўқув материалига асосий диққатни кўпроқ жалб этишга ёрдам беради. Талаба конспекти турли назорат ишларига тайёргарлик ишларини осонлаштиради, вақтни тежайди;

– **Ўқитиш ва назорат қилишнинг автоматлаштирилган тизимлари билан ишлаш** – талаба назарий ва амалий машғулотларда олган билимларини ўзлаштиришлари, турли назорат ишларига тайёргарлик кўришлари учун тавсия этилган электрон манбалар, инновацион дарс лойиҳаси намуналари, ўз-ўзини назорат учун тест топшириқлари ва бошқалар;

– **Фан бўйича қўшимча адабиётлар билан ишлаш** – мустақил ишлаш учун берилган топшириқлар бўйича талабалар тавсия этган асосий адабиётлардан ташқари қўшимча ўқув, илмий адабиётлардан фойдаланади. Бунда рус ва хорижий адабиётлардан фойдаланиш рағбатлантирилади;

– **Интернет тармоғидан фойдаланиш** – фан мавзуларини ўзлаштириш, курс иши, БМИ ёзишда мавзу бўйича интернет манбаларини топиш, улар

ишлаш назорат турларининг барчасида қўшимча рейтинг баллари билан рағбатлантирилади;

– Мавзуга оид масалалар, кейс-стадилар ва ўқув лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва унда иштирок этиш;

– Илмий семинар ва анжуманларга тезис ва мақолалар тайёрлаш ва иштирок этиш;

– Мавжуд лаборатория ишларини такомиллаштириш, масофавий (дистанцион) таълим асосида машғулотларни ташкил этиш бўйича методик кўрсатмалар тайёрлаш ва ҳ.к.

Мустақил таълимни ташкил этиш бўйича услубий кўрсатма ва тавсиялар ишлаб чиқилади. Унда талабаларга асосий маъруза мавзулари бўйича амалий топшириқ, кейс стадилар ечиш услуги ва мустақил ишлаш учун вазифалар белгиланади.

5. Фан бўйича талабалар билимини баҳолаш ва назорат қилиш Меъзонлари

Баҳолаш усуллари	Экспресс тестлар, ёзма ишлар, оғзаки сўров, презентациялар, кейс-стади, фан мавзуларига оид масалалар	
Баҳолаш мезонлари	<i>5 (аъло) баҳо:</i> - хулоса ва қарор қабул қилиш; - ижодий фикрлай олиш; - мустақил мушоҳада юритиш; - олган билимларини амалда қўллай олиш; - моҳиятини тушуниш; - билиш, айтиб бериш; - тасаввурга эга бўлиш. <i>4 (яхши) баҳо:</i> - мустақил мушоҳада юритиш; - олган билимларини амалда қўллай олиш; - моҳиятини тушуниш; - билиш, айтиб бериш; - тасаввурга эга бўлиш. <i>3 (қониқарли) баҳо:</i> - моҳиятини тушуниш; - билиш, айтиб бериш; - тасаввурга эга бўлиш. <i>2 (қониқарсиз) баҳо:</i> - дастурни ўзлаштирмаганлик; - фаннинг моҳиятини билмаслик; - аниқ тасаввурга эга бўлмаслик; - мустақил фикрлай олмаслик.	
	Баҳолаш турлари	Ўтказиш вақти
	Оралик баҳолаш	

	Биринчи оралиқ назорат ёзма иш (амалий машғулоти ўқитувчиси томонидан қабул қилинади).	8-9 ҳафта
	Иккинчи оралиқ назорат (маърузачи ўқитувчиси томонидан қабул қилинади). Иккинчи оралиқ назорат шахсий иш режада кўрсатилган вақтда амалга оширилади. Топшириқлар 2-3 ҳафта оралиғида талабаларга бириктирилади. Гуруҳнинг фаоллиги, берилган топшириқларни назарий ва амалий жиҳатдан ёритилиши, хулосаларнинг мантиқий боғлиқлиги, креатив мулоҳазаларнинг мавжудлиги, ҳуқуқий-норматив ҳужжатларни билиши ва бошқа талабларга мослиги ҳисобга олинади.	
	Якуний баҳолаш	17 ҳафта
	Ёзма иш	
	Жами	

6. Асосий ва қўшимча ўқув адабиётлар ҳамда ахборот манбаалари

Асосий адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Тижорат сири тўғрисида”ги қонуни, 28.08.2014 й.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Рақабат тўғрисида”ги қонуни, 14.03.2012 й.
3. Turdimatov O.S. Yuk va tijorat ishlarini boshqarish. T.: Fan va texnologiya, 2009y.
4. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001 г.
5. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. Главы 9,10,11,12. Организация коммерческой деятельности. М.: ИНФРА-М, 2001 г.
6. Normaxmatov R., boshq. Marketing asoslari va tijorat ishi. T.: ILM ZIYO, 2011 y.
7. Синяева И.М. Паблик рилейшнз в коммерческой деятельности. М.: ЮНИТИ, 1998 г.
8. Фаттахов А.А. Экономика коммерческо-посреднических организаций. Т.: Мехнат, 1999 г.

Қўшимча адабиётлар

1. Ибрагимов Р.Г. Маркетинг. Дарслик. Тошкент, 2002.
2. Маматкулова Ш.Ж. Тижорат фаолияти, маърузалар курси. Самарқанд, 2003.
3. Маматкулова Ш.Ж., Холмаматов Д. Халқаро тижорат иши. Маърузалар матни. СамИСИ, 2008.

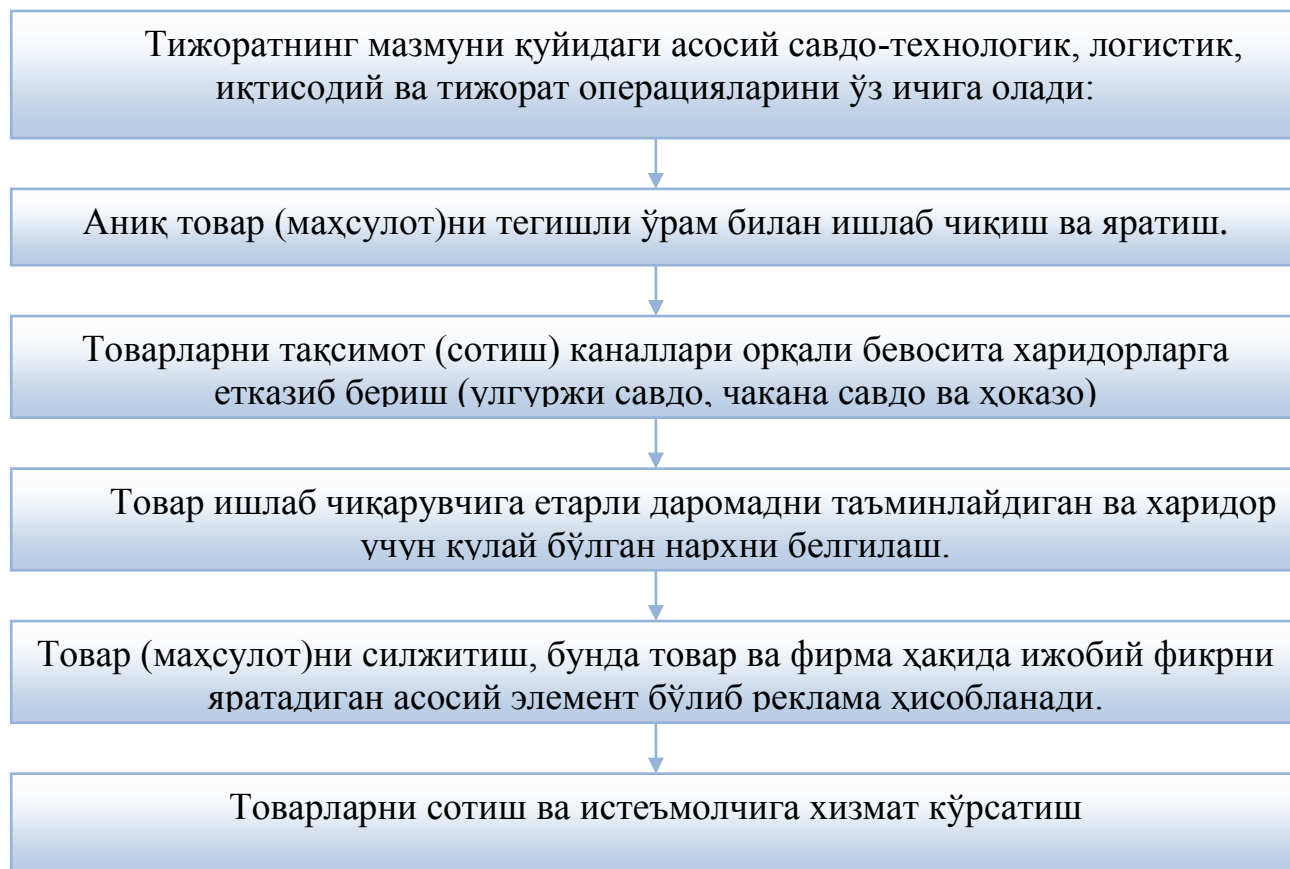
4. Юнусова Р.Т. ва бошқалар. Тижорат ва савдо технологияси. Самарқанд, Зарафшон, 1998.
5. Росситер Дж.Р., Перси Л. Реклама и продвижение товаров. Санк-Петербург – Москва, 2000.
6. Дашкова Л.П. Коммерция и технология торговли. М.: ИНФОРМ– 2000.

Интернет сайтлари

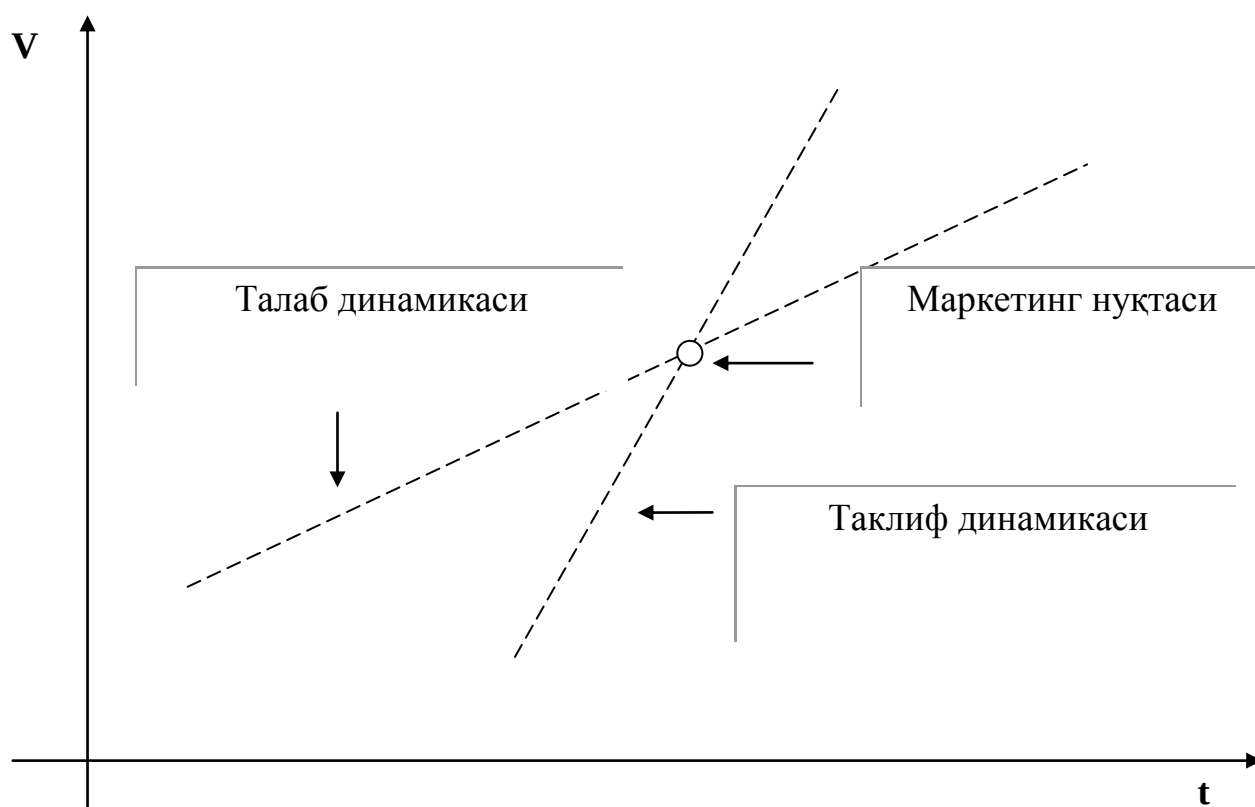
1. www.mail.tdiu.uz – ТДИУ электрон кутубхонаси
2. www.el.tfi.uz –ТМИ электрон кутубхонаси
3. <http://www.elib.me> –электронные учебники по маркетингу
4. <http://www.lex.uz>– Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги
5. <http://www.alleng.ru> – учебник, пособие, справочник по маркетингу.
6. <http://www.aup.ru> –административно-управленческий портал
7. www.ziynet.uz–таълим портали

ТАРҚАТМА МАТЕРИАЛЛАР

Тижоратнинг ривожланиш босқичлари



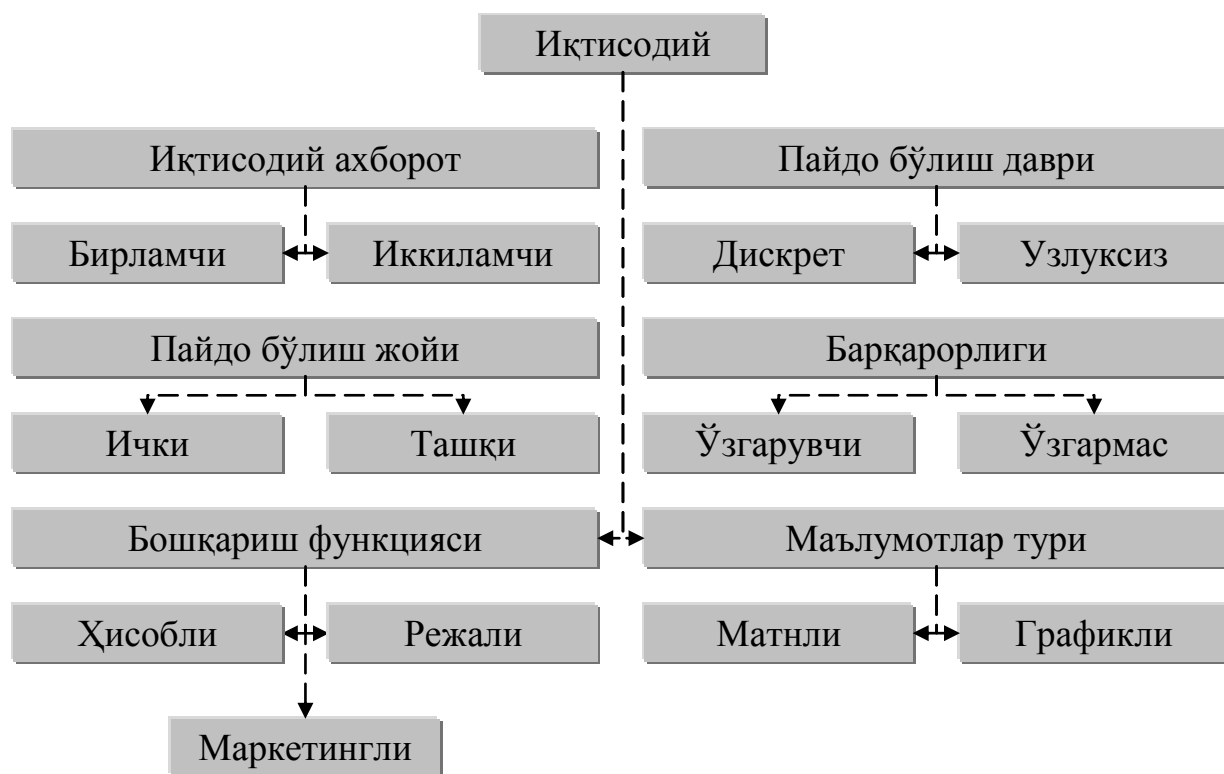
Бошланғич нуқтаси	Воситалар	Бозордаги фаолиятнинг мақсадлари
Харидорларнинг, мақсадли гуруҳларнинг эҳтиёжлари, афзал кўрган нарсалари	Тижорат соҳасидаги тадқиқотлар (тижорат-микс)	Харидорлар эҳтиёжларини барқарор қондириш эвазига фойда олиш



Тижоратда эҳтиёжлар динамикаси

Тижорат тарқалишининг асосий соҳалари

Давр	Қўлланилиш соҳалари
1950-1960 йиллар	Хизматлар тижорати
1970 йиллар	Туристик тижорат ва жойлар тижорати
70-йиллар охири	Молиябанк соҳаси
1980 йиллар	Сиёсий тижорат
1990 йиллар	Ижтимоий соҳа тижорати
90-йиллар охири	Интернет-тижорат



Иқтисодий ахборотнинг таснифланиши



Ахборот тизимининг модели

Иккиламчи ахборотнинг доимий манбалари қуйидагилар:

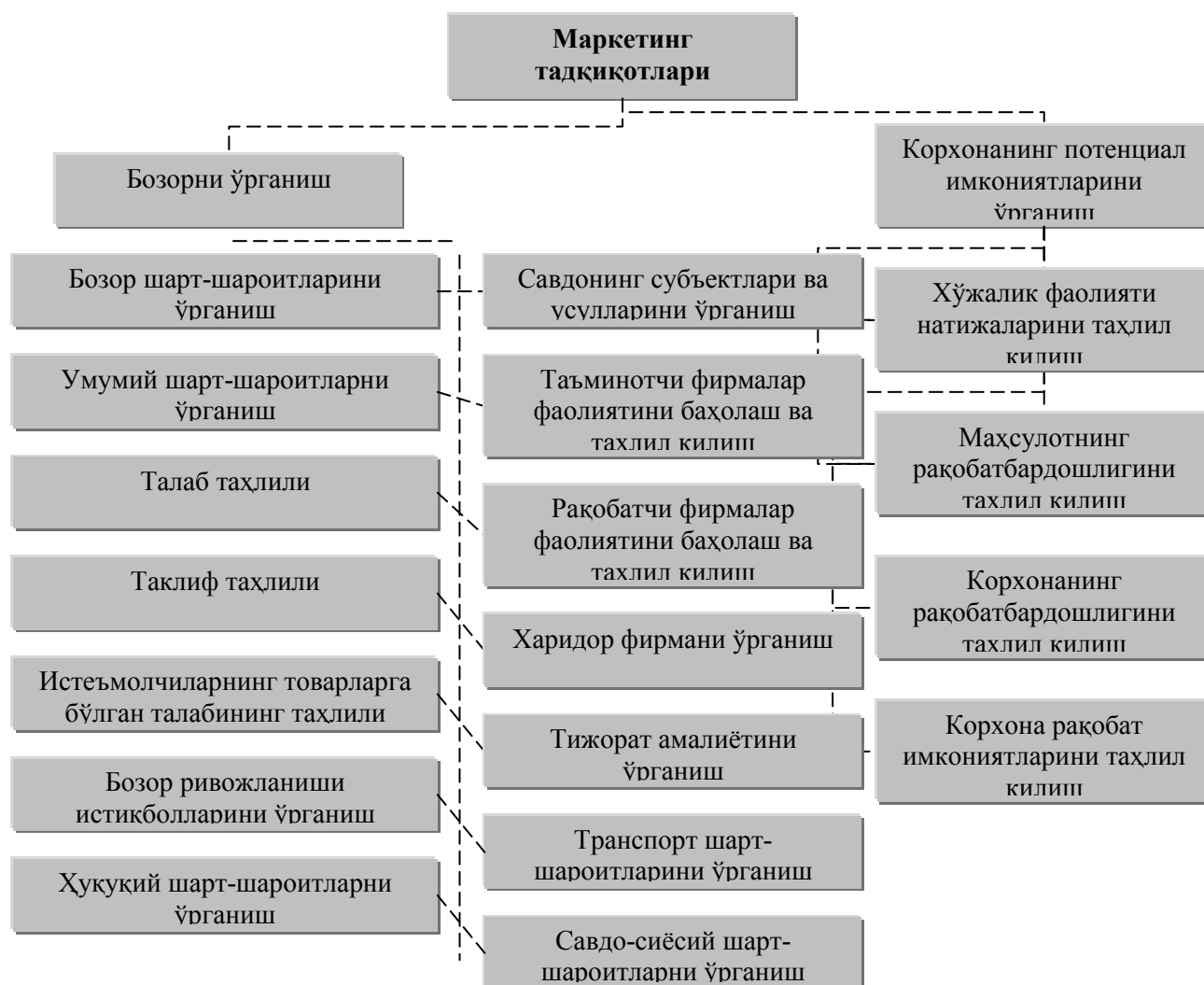
- статистика идораларининг ахборот материаллари;
- давлат бошқаруви органларининг ахборот материаллари;
- савдо палаталари, ассоциация, бирлашмаларнинг ахборотлари;
- халқаро ташкилотлар, банкларнинг нашрлари;
- махсус китоб ва журналлар;
- даврий матбуот маълумотлари;
- маълумот берувчи адабиётлар;
- йирик фирмаларнинг нашрлари;
- компьютер тармоқларининг ресурслари.



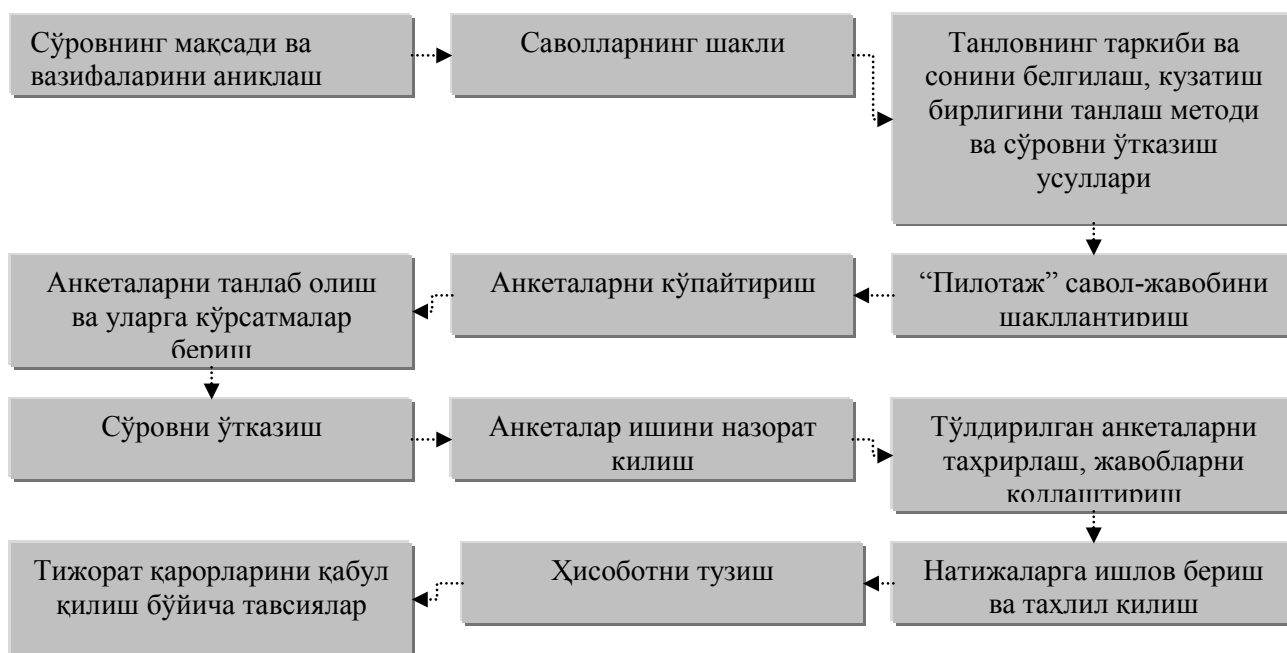
Тижорат тадқиқотлари ўтказиш босқичлари.



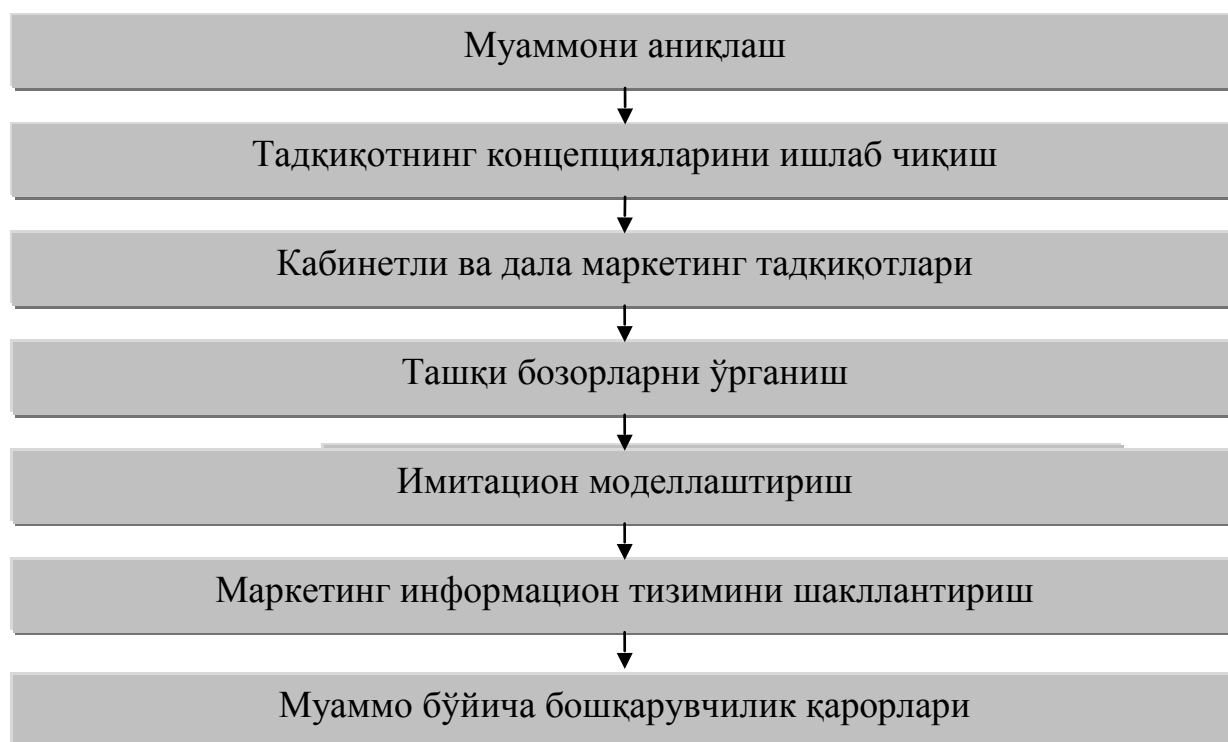
Корхонанинг макро муҳити



Тижорат тадқиқотларининг таркиби



Сўров жараёнини тайёрлаш ва ўтказишнинг асосий босқичлари



ТЕСТЛАР

1. Нима учун ўз-ўзига хизмат кўрсатиш дуконининг самарадорлиги ананавий усулда ишлайдиган дуконлардан юқори бўлади?

1. Анчагина ишларни харидорларни ўзлари бажаради
2. Ишловчилар сони кам бўлади
3. Харидор ўзини эркин хис этади
4. Тасодифий харид қилиш мавжуд бўлади.
5. Ҳаммаси тўғри

2. Дукондан ташқарида сотиш шаклларига қайсилари киради?

1. Бозорларда, ярмаркаларда савдо қилиш
2. Куча ёқаларида, транспортда, корхоналарда савдо қилиш
3. Йиғим терим даврида далаларда савдо қилиш
4. Ҳаммаси тўғри

3. Товарни ташиб келтириш оралиғи (интервали) қандай аниқланади?

1. Товар келтириш умумий муҳлатининг (йил, чорак) товар келтириш (партияси) сонига бўлиш билан топилади
2. Товар келтириш умумий миқдорини товар келтириш (партияси) сонига бўлиш билан топилади
3. Товар келтириш умумий миқдорини бир партия миқдорига бўлиш билан топилади
4. Товарни ташиб келтириш оралиғи (интервали) ўртача ва энг кам (минимал) товар захиралари фарқининг айирмасига тенг
5. Тўғриси 1 ва 2

2. Агар бозор қатнашувчилари ва маҳсулот турлари кўп, нарх назорати қисман, бозорга кириш осонроқ бўлса бу қандай рақобат турига киради?

1. Олигополик
2. Монополистик
3. Соф рақобат
4. Соф монополистик
5. Ҳалол рақобат

5. Агар бозорда товар сотувчилар тўртта, стандарт товарлар, нарх назорати яширин ва ўзаро мавжуд, бошқаларнинг бозорга кириши қийинроқ ва чеклашлар бўлса бу қандай рақобат турига тўғри келади?

1. Соф монополистик
2. Соф рақобат
3. Ғирром рақобат
4. Олигополик
5. Монополистик

6. Товарни ташиб келтириш (партияси) сони қандай аниқланади?

1. Товар келтириш умумий миқдорини энг қулай бир марта (оптимал) келтириш миқдорига бўлиш билан топилади
2. Товар келтириш умумий муҳлатини (йил, чорак) товарни ташиб келтириш оралиғи (интервалига) бўлиш билан топилади
3. Товар келтириш умумий миқдорини умумий муҳлатга бўлиш билан топилади
4. Келтириш оралиғини (интервалини) партия миқдорига купайтириш билан топилади

5. Ҳаммаси нотўғри

7. Нега давлат рақобатга аралашиб уни чеклаб туради?

1. Инсофсиз рақобатни чеклаш учун
2. Корхоналарнинг бирлаштириб ягона тизим (ташкилот) бўлиб кетмаслиги учун
3. Истеъмолчиларни ҳимоя қилиш учун
4. Кичик корхоналарни ҳимоя қилиш учун
5. Ҳаммаси тўғри

8. Рақобат тўғрисида қандай ва қачон Ўзбекистонда қонун қабул қилинди?

1. 1992 йил “Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида”
2. 1997 йил “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”
3. 1996 йил “Монополистик фаолиятни чеклаш тўғрисида”
4. 1993 йил “Рақобат тўғрисида”
5. Тўғри жавоб 1 ва 2

9. Рақобат тўғрисидаги Қонунни бозор қатнашувчилари бузса қанча жарима тўлайдилар?

1. Жисмоний шахслар – 5 дан 7 энг кам иш ҳақи миқдорида
2. Юридик шахслар – 100 дан 500 энг кам иш ҳақи миқдорида
3. Жисмоний шахслар – 10 дан 20 гача энг кам иш ҳақи миқдорида
4. Юридик шахслар – 50 дан 100 гача иш ҳақи миқдорида
5. Тўғриси 1 ва 2.

10. Агар тадбиркор газетада нотўғри реклама берса қанча жарима тўлайди?

1. Юридик шахс – 100 дан 500 энг кам ойлик миқдорида
2. Жисмоний шахс – 5 дан 7 энг кам ойлик миқдорида
3. Тадбиркор шахс – 10 дан 15 энг кам ойлик миқдорида
4. Юридик ва жисмоний шахслар – 10 дан 50 энг кам иш ҳақи миқдорида
5. Ҳаммаси нотўғри

11. Биржа битимлари тарифининг қайсиси тўғри?

1. Биржа савдоси туфайли брокерлар ва брокер конторалар ўртасида тузилган битим
2. Биржа савдосида тузилган ва қайд этилган битимлар
3. Биржада сотувчилар ва харидорлар уртасида тузилган битимлар
4. Биржа орқали тузилган битимлар
5. Ҳаммаси тўғри

12. Бозор қатнашувчиларнинг бозордаги ҳиссаси қандай аниқланиши мумкин?

1. Маълум ҳудудда сотилган айнан товарларининг, шу хилдаги сотилган товарларининг умумий миқдорига бўлган нисбати билан аниқланади
2. 3 шаклидаги чакана товар айланмасининг статистик ҳисоботи ёрдами билан
3. Сотилган товарнинг умумий миқдорини бозор қатнашувчиларига бериши билан
4. Ҳаммаси нотўғри
5. Ҳаммаси тўғри

13. Жамоа мулкига асосланган корхоналар таркибига қўйидагиларни қайсилари киради?

1. Хиссдорлик жамияти, масъулияти чекланган ва чекланмаган жамиятлар
2. Жамоа ташкилотлари, маҳалла корхоналари
3. Турли фондлар ва жамиятлар
4. Кооперативлар
5. Ҳаммаси тўғри

14. Дилер тушунчаси нимани билдиради?

1. Ўз номидан ва ўз мулки асосида савдо фаолият олиб боровчи шахс
2. Ўз мулки асосида бошқалар номидан савдо қилувчи шахс
3. Бошқалар номи ва мулки асосида савдо фаолияти олиб боровчи шахс
4. Бошқа регионларда фирма номидан иш юритувчи шахс
5. Ҳаммаси тўғри

15. Нотижорат корхоналари нима?

1. Асосий мақсади фойда олиш бўлмасдан, аҳолига ижтимоий ёрдам бериш мақсади бўлган корхона
2. Асосан ижтимоий фаолият олиб боровчи корхона
3. Фахрийлар, ногиронлар жамияти
4. Ҳаммаси нотўғри
5. Ҳаммаси тўғри

16. Буюртма орқали чакана товар сотиш қандай шаклларда олиб борилади?

1. Телефон, хат, телетайп орқали буюртма қабул қилиш
2. Кабель телевидениеси орқали буюртма қабул қилиш
3. Харидор манзилига етказиш йўли билан
4. Дўкондан олиб кетиш йўли билан
5. Ҳаммаси тўғри

17. Буюртма орқали чакана товар сотиш қандай шаклларда олиб борилади?

1. Қарзга сотиш
2. Нақд пулга сотиш
3. Чек орқали сотиш
4. Пластик варақаси орқали сотиш
5. Ҳаммаси тўғри

18. Фуқаролар кодексида шартнома шартлари бузилган ҳолда жарима тўлаш миқдорлари қандай кўрсатилади?

1. Томонлар ўзаро келишилган ҳолда шартномада кўрсатадилар
2. Кодексида энг кам иш ҳақи миқдорида кўрсатилган
3. Кодексида битта нархига қараб аниқлаш кўрсатилган
4. Хўжалик судлари томонидан кўрсатилади
5. Ҳаммаси тўғри

19. Рақобатда мавжуд бўлган энг самарали кураш усуллари аниқланг?

1. Сифатли товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш
2. Янги хилдаги товарларни ишлаб чиқариш ва сотиш
3. Янги технологияни жорий қилиш
4. Товар нархини пасайтириш
5. Тўғриси 1,2,3.

20. Улгуржи савдо турларига қайсилари таалукли?

1. Ишлаб чиқарувчиларнинг, воситачи корхоналарнинг, брокер ва агентларнинг улгуржи савдоси
2. Улгуржи корхоналарнинг савдоси
3. Савдо корхонасининг улгуржи савдоси
4. Тўғриси 1,2,3
5. Ҳаммаси тўғри

21. Ишлаб чиқарувчиларнинг улгуржи савдоси тушунчасини қайси бири тўғри?

1. Ишлаб чиқарувчи корхоналар ўз маҳсулотларини истеъмолчиларга тўғридан-тўғри сотиши демакдир
2. Ишлаб чиқарувчи корхоналар ўз маҳсулотини улгуржи асосида сотиши демакдир
3. Ишлаб чиқарувчи корхоналар ўртасидаги улгуржи савдодир
4. Тўғриси 1,3
5. Ҳаммаси тўғри

22. Узоқ муддати тўғридан-тўғри хўжалик алоқалари қайси ҳолатда ўрнатилади?

1. Ишлаб чиқарувчи ва истеъмол корхоналари бир-бирига яқин жойлашган бўлса
2. Ишлаб чиқариш ва истеъмолчи катта миқдорда олди-сотди фаолиятини олиб борса
3. Товар ассортименти кенг бўлмаса
4. Тўғриси 1 ва 2
5. Ҳаммаси тўғри

23. Хўжалик алоқалари қайси муддатларда ўрнатилиши мумкин?

1. Қисқа муддатга
2. 1 йилга
3. Тўғриси 2,3
4. Ҳаммаси тўғри

24. Корхоналар ўртасида шартнома қанча муҳлат мобайнида тузилиши шарт?

1. 1 ой мобайнида
2. Йил охирида
3. Муҳлати чегараланмаган
4. 2 ой мобайнида
5. Ҳаммаси нотўғри

25. Ўзбекистонда биринчи марта қачон ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазини ишга тушган?

1. 1956 йил Тошкент вилоятида
2. 1952 йил Тошкент шаҳрида
3. 1929 йил Тошкент вилоятида
4. 1966 йил Андижон шаҳрида
5. 1962 йил Самарқанд шаҳрида

26. Супермаркетнинг асосий белгиларини аниқланг?

1. Озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларнинг мавжуд бўлиши
2. Савдо майдони 200 м.кв. ва ундан юқори бўлса
3. Жуда кенг ассортиментли товарларнинг бўлиши
4. Савдо майдони 1000 м.кв. ва ундан юқори бўлса

5. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш, буюртма асосида товар сотиш

27. Автомат орқали товар сотиш қачон биринчи марта ташкил этилган?

1. 1988 йил АҚШда
2. 1888 йил АҚШда
3. 1912 йил Францияда
4. 1908 йил Олмонияда
5. 1852 йил Голландияда

28. Савдо корхоналарининг бажараётган ишига қараб турларини аниқланг.

1. Улгуржи, чакана
2. Улгуржи, чакана, воситачи
3. Савдо ишлаб чиқариш
4. Улгуржи ва воситачи
5. Улгуржи, чакана, улгуржи-чакана, савдо-ишлаб чиқариш

29. Савдо корхоналарининг мулкый шаклига қараб турларини тўғри аниқланг.

1. Давлат, жамоа, кўшма, аралаш, шахсий ва чет эл.
2. Давлат, хусусий, хиссадорлик, оилавий, кооператив, ассоциация, концерн
3. Давлат ташкилотлари, кооператив, хусусий, оилавий, маҳаллий, акционер, турли жамиятларнинг савдо корхонаси

30. Коммивояжер тушунчаси нимани билдиради?

1. Товар нусхасини олиб, фирманинг савдо вакили сифатида харидор ахтарувчи шахс
2. Корхона топшириғини бажарувчи, ўз номидан иш кўрувчи шахс
3. Корхонада ишловчи ва товар нусхасини олиб юрувчи, харидорларга улгуржи товар сотувчи шахс.
4. Фирманинг вакили бўлиб, сотадиган ва сотиб оладиган мутахассис
5. Даллоллик қилувчи шахс.

31. Тижорат фаолияти тушунчаси нимани билдиради?

1. Товар харид қилиш фаолиятини билдиради.
2. Товар сотиб олиш ва сотиш жараёнлари йиғиндиси
3. Аҳолига савдо хизмати кўрсатиш фаолияти
4. Тижорат субъектларини бозордаги фаолияти
5. Ишлаб чиқарувчи, савдо корхоналари ва истеъмолчилар ўртасидаги олди-сотди муносабатлари йиғиндиси

32. Тижорат субъектларини аниқланг

1. Улгуржи, ишлаб чиқарувчи, воситачи корхоналар
2. Ишлаб чиқарувчи, воситачи корхоналар ва истеъмолчилар
3. Воситачи корхоналар, савдо ташкилотлари, истеъмолчилар
4. Чакана, улгуржи, воситачи корхоналар
5. Чакана савдо корхоналари, истеъмолчилар

33. Ассоциация тушунчаси нимани билдиради?

1. Кўп тармоқли, молиявий, ташкилий жихатдан бирлашган уюшма
2. Шартнома асосида ихтиёрий тузилган бир ва бир неча турдаги фаолият олиб боровчи уюшма.
3. Жуда катта лойиҳаларни амалга оширувчи вақтинчалик уюшма
4. Шерикчилик асосида ташкил этилган тижорат корхонаси
5. Трестга ўхшаган уюшма

34. Савдо корхонаси тушунчасининг қайси тўғри?

1. Халқ истеъмол товарларини аҳолига сотувчи корхоналар
2. Юридик шахс бўлган, мустақил иш юритадиган ва савдо фаолияти билан шуғулланувчи корхона
3. Ҳукукий шахсга эга бўлган, ўзига қарашли мулк асосида мустақил савдо фаолияти юритадиган субъект
4. Ҳукукий шахсга эга бўлган, хусусий мулкка эга бўлган савдо фаолияти билан шуғулланувчи корхона
5. Ўз мухрига, уставига, мулкига эга бўлган савдо корхона

35. Майда савдо корхонаси қайси муҳлатда ва қаерда регистрациядан ўтиши керак?

1. Ариза бергандан кейин 10 кун ичида туман ҳокимиятидан
2. Туман ҳокимиятига ариза бергандан кейин 3 кун мобайнида
3. Вилоят адлия бошқармасига ариза бергандан кейин 10 кун ичида
4. Вилоят адлия бошқармасига ариза бергандан кейин 1 ой ичида
5. Туман солиқ инспекциясига ариза бергандан кейин 10 кун ичида

37. Савдо уйи тушунчасини аниқланг.

1. Бошқа минтақа ва мамлакатларга ўз товарини киритиш учун, ўз маблағлари ҳисобига айрибошлашни амалга оширувчи воситачилик корхонаси
2. Бошқа мамлакатларда очилган улгуржи савдо корхонаси
3. Экспорт импорт операцияларини бажарувчи чет эл корхонаси
4. Қўп тармоқли ихтисослашган воситачилик корхонаси
5. Йирик компаниялар, корпорацияларга қарашли савдо корхонаси

38. Киз (шуъба) савдо корхонаси тушунчаси нимани билдиради?

1. Корхона статусига эга бўлган бош корхона томонидан назорат қилинадиган ва ёрдам бериладиган савдо корхонаси.
2. Бош корхона ихтиёрида бўлган фирмага айтилади
3. Таркибида 11 дан ортиқ савдо корхонаси бўлган фирма
4. Қисман корхона статусига эга бўлган воситачилик корхонаси
5. Бош корхона томонидан назорат қилинадиган, акцияларнинг назорат пакетига эга бўлган корхона

39. Дистрибьютер нима?

1. Олди-сотди қилувчи, йирик омборларига, транспортига, ахборот ва реклама хизматига эга бўлган воситачилик корхонаси
2. Корхона статусига эга бўлган чет эл савдо фирмаси
3. Савдо уйлари филиали
4. Савдо ишлаб чиқариш концернига қарашли бўлган воситачилик корхонаси
5. Таркибида савдо уйлари, шуъба корхонаси бўлган қўшма корхоналар

40. Тижорат фаолияти фанининг предмети нима?

1. Товарларни олди-сотди ва хизмат кўрсатишда намоён бўладиган муносабатлар мажмуи
2. Товар бозори ва хизмат кўрсатиш соҳасида амалга ошадиган жараёнлар ва иқтисодий муносабатлар
3. Савдо корхоналарида бажариладиган товар айрибошлаш муносабати
4. Тижоратчиларнинг бозордаги фаолияти
5. Олди-сотди жараёнлар мажмуи

41. Чизманинг қайси бири сотишнинг ўз-ўзига хизмат қилиш усулига киради?

1. Кассир – товар – харидор
2. Кассир – харидор товар
3. Товар – кассир – харидор
4. Товар – сотувчи – харидор
5. Харидор – сотувчи – товар

42. Чизманинг қайси бири сотишнинг оддий усулига тўғри келади?

1. Товар – сотувчи – харидор
2. Товар – харидор – сотувчи
3. Сотувчи – товар – харидор
4. Харидор – товар – сотувчи
5. Сотувчи – харидор – товар

43. Шарқ намоёндаларидан М.Воиз Кошифий қаерда яшаган ва тижорат соҳасида нималар деган?

1. XV асрда Хиротда яшаган, сотиш ва сотиб олиш одоби тўғрисида қимматли қоидаларни кўрсатган
2. XI асрда Арабистонда яшаган ва тижорат одоби тўғрисида қимматли қоидаларни олға сурган
3. XII асрда Бухорода яшаган ва савдо одоби тўғрисида асар ёзган.
4. XV асрда Боғдодда яшаган ва савдода ислом шариати тўғрисида фикрларини олға сурган
5. XV асрда Техронда яшаган ва тижоратда ислом шариати тўғрисидаги қоидаларини кўрсатган

44. Нима сабабдан чет эл чакана савдосида магазин омборлар кенг тарқалган?

1. Товар нархлари арзонроқдир
2. Магазин омборларида фойда даражаси ва миқдори кўп бўлади
3. Магазин харажатлари камроқдир
4. Истеъмолга яқин жойлашган
5. Ҳаммаси тўғри

45. Корхоналар тўғрисидаги қонуннинг 32-моддасида нима дейилган?

1. Тижорат сири ва мазмуни
2. Корхоналар маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва сотиш тартиби
3. Корхоналарни тугатиш
4. Корхоналарни молияси ва ҳисоботи
5. Ҳаммаси нотўғри

46. Корхоналар тўғрисидаги қонуннинг 21-22 моддасида нималар тўғрисида сўз боради?

1. Корхоналар ўртасидаги алоқа эркин шартнома асосида олиб борилишига
2. Ихтиерий равишда корхона очиш ва маҳсулот сотиш
3. Эркин ҳолда шартномаларни аниқлаш
4. Четга товар чиқариш эркинлиги
5. Маҳсулот етказиб бериш тартиби

47. Тўлиқ етказиб берилмаган товарларни келгуси муҳлатда етказиб бериш тартиби қандай?

1. Келишилган ҳолда келгуси ойда, чоракликда товар етказилади

2. Тўлиқ етказиб берилмаган товар ассортиментини етказиш шarti
3. Келишилган ҳолда бошқа ассортиментдаги товарни етказиб беради
4. Ҳаммаси тўғри
5. Жарима тўлаб озод бўлади

48. Шартнома тузиш бўйича музокара олиб бориш қанча босқичдан иборат бўлиши мумкин?

1. Музокарага тайёргарлик – 3 босқичдан
2. 2 босқичдан
3. 2 босқичдан
4. 1 босқичдан
5. Мулоқот қилиш

49. Ҳиссадорлик жамияти таркибидан чиқариб мустақил ҳолда кичик корхона ташкил қилиш учун аввало қандай иш бажарилиши керак?

1. Ҳиссадорлик жамиятининг умумий мажлисининг ажратиш тўғрисидаги қарори
2. Туман ҳокимиятига ариза
3. Мулк кўмитасига ариза
4. Корхонани сотиб олиш
5. Ҳаммаси нотўғри

50. Айрим товарларнинг сотиш қоидалари Ўзбекистонда борми?

1. Ҳозирда йўқ
2. Вазирлар маҳкамаси томонидан тасдиқлангани бор
3. Бу тўғрида қонун бор
4. Вазирлик тасдиқлагани бор
5. Тўғриси 1 ва 3