

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

**«Ҳимояга тавсия этилди»**

**“Маркетинг” кафедраси мудири**

\_\_\_\_\_ **И.Ҳ.Ибрагимов**

**баённома** \_\_\_\_ **2016 йил** «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_

**5340300 - «Маркетинг (туризм)» таълим йўналиши**

**МР-312 гуруҳ талабаси Уктамов Мунисжон Уткуровичнинг “Талабни прогнозлаш ва маҳсулот сотиш ҳажмини режалаштиришнинг маркетинг моделини ишлаб чиқиш («Kristal Tuz» хорижий сармояли МЧЖ мисолида)” мавзусидаги**

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

**Илмий раҳбар: катта ўқитувчи**

**Н.Д.Бобоев**

**САМАРҚАНД – 2016**

## Мундарижа

|                 |                                                                                                                |          |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|                 | <b>Кириш.....</b>                                                                                              | <b>3</b> |
| <b>I.Боб.</b>   | <b>Улгуржи савдо ташкилотлари, уларни вазифалари, типлари ва турлари.....</b>                                  |          |
| 1.1.            | Улгуржи савдо корхоналари, уларнинг аҳамияти ва ўрни.....                                                      |          |
| 1.2.            | Улгуржи товар харид қилиш ва сотиш тартиби, шакллари.....                                                      |          |
| 1.3.            | Улгуржи савдони замонавий масалалари.....                                                                      |          |
| <b>II.Боб.</b>  | <b>Улгуржи савдо корхонасининг товар ва ассортимент сиёсати.....</b>                                           |          |
| 2.1.            | Улгуржи савдо корхонасида товар сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг усуллари.....                              | 23       |
| 2.2.            | Улгуржи савдо корхонасида ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг воситалари.....                      |          |
| 2.3.            | Улгуржи савдо корхоналар маркетинг фаолиятининг SWOT таҳлили.....                                              |          |
| <b>III-Боб.</b> | <b>«SAM MEX TREDING» МЧЖ ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишда замонавий маркетинг усуллари жорий қилиш.....</b> |          |
| 3.1.            | «SAM MEX TREDING» МЧЖнинг улгуржи фаолияти ва унинг тавсифи.....                                               |          |
| 3.2.            | «SAM MEX TREDING» МЧЖ товар ассортиментининг БКГ матрицали таҳлили.....                                        |          |

## Кириш

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 харид 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 нақдсиз шаклида харид 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 партиядо тез-тез келтириш керак бўлса.

Улгуржи савдо корхоналари чакана савдо корхоналаридан бир қатор хусусиятларига кўра фарқ қилади. Биринчидан, улгуржи савдо корхонаси рағбатлантиришга, ўз савдо корхонасининг жойлашиш ўрнига ва муҳитига кам эътибор беради, чунки у якуний истеъмолчилар билан эмас балки асосан профессионал мижозлар билан муносабатда бўладилар. Иккинчидан, улгуржи савдо битимлари хажмига кўра одатда чакана савдо битимларидан

каттароқ, улгуржи савдо корхонасининг савдо майдони чакана савдо корхонасиникидан каттароқ бўлади. Учинчидан, ҳуқуқий томонлар ва солиқларга нисбатан ҳукумат улгуржи ва чакана корхоналарига турлича яқинлашади. Умуман олганда, улгуржи савдо корхоналари нимага керак? Ахир ишлаб чиқарувчилар уларни айланиб ўтиши ва бевосита чакана савдо корхоналарига ва якуний истеъмолчиларга сотишлари мумкин эди. Жавоб шундан иборатки, улгуржи савдо корхоналари савдо жараёнининг самарадорлигини таъминлайди.

Улгуржи савдонинг муҳим хусусиятларидан бири унда ягона турдаги товарлар ёки бир типдаги муайян товарлар билангина савдо қилишга ихтисослашади. Айрим улгуржи савдо корхоналари жуда кичик ҳажмдаги битимлар тузиш асосида муваффақиятли хўжалик фаолиятини амалга оширмоқдалар. Бироқ улгуржи савдонинг ушбу хусусияти савдо битимларининг ҳар томонлама ва кенг кўпчилик хусусиятлари билан солиштирилганда, иккинчи даражали бўлиб қолади.

Улгуржи савдонинг хусусиятларига савдо иштирокчиларининг ўзига хослиги ҳам киради. Амалиётда харид қилишнинг иккита мотиви ва шунга мувофиқ товарларни сотиб олишдан иккита мақсад кўзланади.

Биринчиси – харидор товарларни шахсий истеъмолини қондириш ёки саноат корхоналари уларни қайта ишлаб чиқариш бўйича манфаатларини қондириш мақсадида сотиб олади.

Иккинчи мотив ва мақсад – товарлар қайта сотиш учун харид қилинади. Шундай қилиб, улгуржи савдо корхоналари товарларни саноат истеъмолини қондириш ёки қайта сотиш учун жалб қилувчи миқдорлар билан ҳам ишлайди.

Улгуржи савдо ишлаб чиқариш билан истеъмол бозори ўртасидаги кўприк бўлиб, у кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш жараёнини қўллаб қувватловчи асосий воситачи ҳисобланади. Улгуржи савдо корхоналари товар айирбошлаш жараёнини тартибга солувчи ва товар тақсимот каналидага етакчи элемент ҳисобланади. Тақсимот канали фаолиятининг самарадорлиги

кўп жиҳатдан улгуржи савдо корхонасининг фаолият самарадолигига боғлиқ бўлади. Шу сабабдан ҳам танланган мавзу долзарб мавзуга бағишланган.

Битирув малакавий иш таркибан кириш, 3-та боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан ташкил топган.

Ишнинг кириш қисмида муммо кўйилиб, мавзунинг долзарблиги асослаб берилган.

Ишнинг биринчи боби “Улгуржи савдо ташкилотлари, уларни вазифалари, типлари ва турлари”да улгуржи савдо корхоналарининг иқтисодиётдаги аҳамияти ва ўрни, улгуржи товар харид қилиш ва сотиш тартиби, шакллари, улгуржи савдони замонавий масалалари товар бозори тушунчаси ва товар бозори турлари, бозорни турларга ажратишга бўлган турли ёндошувлар, маркетинг тизимида товар тушунчасининг моҳияти ва товарнинг ушбу тизимдаги ўрни, товарнинг ҳаётий даври ва босқичлари баён қилинган.

Ишнинг иккинчи боби “Улгуржи савдо корхонасининг товар ва ассортимент сиёсати”да улгуржи савдо корхонасида товар сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг усуллар, улгуржи савдо корхонасида ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг воситалари ва улгуржи савдо корхоналар маркетинг фаолиятининг SWOT таҳлил қилишнинг назарий асослари ёритилган.

Ишнинг учинчи ««SAM MEX TREDING» МЧЖ ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишда замонавий маркетинг усуллари жорий қилиш» бобида МЧЖнинг улгуржи фаолияти ва унинг тавсифи, «SAM MEX TREDING» МЧЖ товар ассортиментининг БКГ матрицали таҳлили, шунингдек корхона товар оборотининг ривожланиш тенденциялари ўрганилган ва таҳлил қилинган.

Ишнинг хулоса ва тавсиялар қисмида ўтказилган тадқиқот ва таҳлиллар натижасида олинган маълумотлар умумлаштирилиб, хулоса шаклида ифодаланган.

### 1.1. Иқтисодий ўсишни прогнозлаш усуллари

Иқтисодий ўсиш деганда, ишлаб чиқариш масштабининг ҳал қилиниши, маҳсулот ишлаб чиқариш ва миллий даромаднинг ўсиши тушунилади. Иқтисодий ўсиш-бу, ижтимоий умумий ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва функциялаштириш қонуниятидир. Ижтимоий жамият ҳар қандай иқтисодий ўсишга қизиқибгина қолмай, балки ўз эҳтиёжларини энг қулай оладиган юқори даражадаги иқтисодий қучлар ривожланиши билан боғлиқ бўлган иқтисодий ўсишга аинтилади. Иқтисодий ўсиш назарияси иқтисодиёт фанларининг бир қисми сифатида кенгайтирилган назария ва марксча назария омилларига асосланган. Марксча назария омилларига марксча иқтисодий ўсиш ва кенгайтирилган тақрор ишлаб чиқаришни таъминлайдиган меҳнат ва моддий ресурслар ҳамда ишлаб чиқаришда ишлатиладиган табиий ресурслар киритилган.

Иқтисодий ўсиш ҳам назарий, ҳам амалий муносабатда 2 жиҳатдан таҳлил қилиниши ва прогнозлаштирилиши мумкин:

- ҳом ашё омилли ва қийматли;
- миллий даромадни амалий ишлатиш ва захира қилиш ҳолати жиҳатидан бўлиниши бўйича.

Маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ўсишини ҳалқ ҳужалиги даражасидаги иқтисодий ўсишнинг интеграл натижаси сифатида миллий даромад шаклида қуриб чиқиш қулай. Бу уринда таъкидлаб ўтиш жоизки, бир хил маҳсулотнинг ишлаб чиқарилиши, ҳар хил ишчи қучи ва ишлаб чиқариш воситалари қурсатирилган омилларда муҳим урин эгаллаши мумкин. Баъзи омилларнинг ўсишида нафакат иқтисодий ўсиш, балки умуман, минимал ишлаб чиқариш амалга ошмайди.

Бу муносабатнинг даражаси ва охириги умумий маҳсулотнинг ўсиш даражаси кенгайтирилган тақрор ишлаб чиқариш ва иқтисодий ўсиш қурилишлари билан белгиланади.

Ресурсларнинг интенсив ишлатилиши собиқ совет иқтисодиётининг ўсиши турларида асосий белги ҳисобланган. Ресурсларнинг ўсиши ва

иқтисодий ўсишнинг узаро боғлиқлигини куйдагича фаркланади:

- фонд интенсивлиги ёки меҳнат интенсивлиги;
- фонд сизими ёки меҳнат сизими, шу билан бирга нейтрал.

Иқтисодий ўсишни прогнозлаштиришда, макроиқтисоднинг узоқ мудатли ривожланиш моделларини ўз ичига олган турли хил моделлар қўлланилади. Амалиётда маҳсулотни қўпайтириш ёки уни мутлоқ ишлаб чиқаришда бир ёки бир нечта омилларга таянадиган моделлар иқтисодий ўсишни прогнозлаштиришда кенг қўлланилади.

Иқтисодий ўсиш шу ўсиш моделларининг мадсади ишлаб чиқариш динамикаси ва ҳажми ўртасидаги алоқаларни урнатишдан иборат (айланма маҳсулот, охириги умумий маҳсулот, миллий даромад). Битта омил қўриб чиқилаётганда бир омилли моделлар қўлланилади. Масалан, ишлаб чиқариш омиллари ва омилли моделларда ишлаб чиқариш маҳсулотларининг ўсишида қўпчилиги омилларнинг юзага чиқиши ҳисобга олинади.

Маълумки, бу ерда аргументлар омиллари ва функциялари ўртасидаги алоқа қўринишларини урнатиш катта аҳамиятга эга. Амалиёт шуни қўрсатадики, прогнозлашида қўидаги моделлар ишлатилади:

$$y = a_0 + \sum_{i=1}^n$$
$$y = a_0 + x_1^{a_1} x_2^{a_2} \dots x_n^{a_n} = a_0 + \sum_{i=1}^n a_i x_i - \text{тўғри чизикли}$$
$$y = a_0 x_1^{a_1} x_2^{a_2} \dots = a_0 \prod_{i=1}^n x_i^{a_i} - \text{даражали}$$
$$y = a_0 a_1^{x_1} a_2^{x_2} \dots = a_0 \prod_{i=1}^n a_i^{x_i} - \text{кўрсаткичли}$$
$$y = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_2 - \text{параболик}$$
$$y = a_0 + a_1 x_1 + a_2 x_2^2 + a_3 x_3^3 - \text{кўп ўзгариувчили — даражали ва бошқалар.}$$

Иқтисодий ўсишни прогнозлаштиришда, макроиқтисоднинг узоқ мудатли ривожланиш моделларини ўз ичига олган турли хил моделлар қўлланилади. Амалиётда маҳсулотни қўпайтириш ёки уни мутлоқ ишлаб чиқаришда бир ёки бир нечта омилларга таянадиган моделлар иқтисодий

усишни прогнозлаштиришда кеш қўлланилади.

Идтисодий усиш шу усиш моделларининг мадсади ишлаб чидариш динамикаси ва хажми уртасидаги алокаларни урнатишдан иборат (айланмамахсулот, охиргиумумиймахсулот, миллийдаромад). Биттаомилкурибчидилаётгандабиромиллимоделлардулланилади. Масалан, ишлабчидаришомиллариваомиллимоделлардаишлабчидаришмахсулотларинингусиши- дакупгиниомилларнингюзачидишихисобгаолинади.

Маълумки, буердааргументларомилларивафункциялар уртасидагиалодакуринишлариниурнатишкаттаах,амиятгаэга. Амалиёт шуни курсатадики, прогнозлашида куирод куйи- даги моделлар ишлатилади:

Тенглама танлашнинг мезони урта квадратли холатларнинг минимуми ёки купликдаги корреляция коэффиценти хисобланади.

Амалиёт курсатадики, идтисодий усишни прогнозлашти- ришда кенг танилган даражали функция модели куирод ишлатилади.

9.2. Идтисодий усишни прогнозлаштиришда ишлаб чидариш функцияси асосий идтисодий - математик модель сифатида

Ишлаб чидариш функцияси — бу, идтисодий-математик тенглама булиб, ишлаб чидаришнинг усиши билан харажатнинг усиши уртасидаги богсддикни ифодалайди. Математик ишлаб чидариш функцияси турли хил шакилларда булиши мумкин.

Ишлаб чикариш натижалари — чизикли богланишга ухша- ган 1 тадан 8 тагача мураккаб ишлаб чикариш функцияларининг бир неча омилларга борланган даражали функцияларидир.

Биргина иктисодий усиш омилларининг моделлари ишлаб чикариш объектини прогнозлаш системасига, унинг хажмига богаиц булган динамикасига ва бошка бирор омилнинг дина- микасига асосланган. Иктисодий усишни прогнозлаштиришда асосан даражали куринишдаги куп

омилли функциялар кенг кулланилади.

Куп омилли ишлаб чиқариш функцияларида икки омилли ишлаб чиқариш функциясини куриб чиқамиз:

$$y = A_t X_{it}^{\alpha} X_{2t}^{\beta}$$

Бу ерда:  $X_{it}^{\alpha}$  – тўилдаги ишлаб чиқариш фондлари;

$X_{2t}^{\beta}$  – тўилдаги моддий ишлаб чиқаришга кетган меҳнат харажатлари;

$\alpha$  ва  $\beta$  параметрлари  $y$  маҳсулотнинг динамикаси ва ҳажми уртасидаги боғлиқликни характерлайди ва  $X_1$  ва  $X_2$  усишда содир буладиган  $y$  маҳсулотни курсатади.

Бунда:  $\alpha > 0, \beta > 0$ .

$A_t$  параметри ишлаб чиқариш шартларининг узгариши ва кутилмаган модель омиллариининг ҳосил бўлишини ифодалайди.

$\alpha$  ва  $\beta$  катталигига боғлиқлик  $\Sigma$  та ҳолатга эга бўлиши мумкин. Бу ҳолатларнинг ҳар бири иқтисодий усишда уз урнига эга:

1.  $\alpha + \beta > 1$  ишлаб чиқариш омиллари  $n$  мартта усганда курсатади.

2.  $\alpha + \beta > 1$  ифодаси бўйича маҳсулот ишлаб чиқаришнинг усиши ишлаб чиқариш омиллари усишидан секинроқ бўлади, бунда суммареал курсатади. Эффе́ктивлик пасайио, деинтенси́фика́ция содир бўлишини билдиради.

3.  $\alpha + \beta > 1$  ифодаси маҳсулот ишлаб чиқаришнинг ишлаб чиқариш омилларига кетган харажатларга мутаносиб равишда усишини билдиради (паст фонд кайтими  $X_{II}$  билан копланади).

Мультипликатив ишлаб чиқариш функциясининг афзалликлари куйдагилардан иборат:

Агар омиллардан биронтаси 0 га тенг булса, натижа 0 га интилади. Бу математик ифода бўлиб, унга кура, купгина ишлаб чиқаришда анализ қишнганг хамма бошлангач ресурслар катнашади ва бу ресусларсиз маҳсулот ишлаб чиқариш мумкин эмас.

Иқтисодий усишнипрогнозлаштиришнинг эконо́метри́к модели куйдаги

куринишларда бўлиши мумкин:

$$y = a_0 x_1^{a_1} x_2^{a_2} x_3^{a_3}$$

$$x_2 = C_0 + C_1 S_1 + C_2 S_2$$

$$x_1 = b_1 + b_1 z_1 + b_3 z_2$$

$$x_3 = d_0 + d_1 v_1 + d_2 v_2$$

### 9.3. Ишлаб чиқариш кўрсаткичлари ва ўсиши омилларни макроиқтисодий прогнозлаш

Куриб чидилган моделлар келажак иқтисодиётидаги функционал алодаларни етарлича чудур изохлашни талаб дилади. Лекин бошқа кўрсаткичлар билан алодада булмаган алохида кўрсаткичларни модель таркибига кириш ёки кирмаслигидан даъти назар прогнозлаштириш талаб дилинади.

Кўрсаткичлар динамикаси даторининг узгариш тенденциясини излаш вадтинчалик турли хил функциялар ёрдамида утказилади. Бунга охирги умумий махсулотни, фондлар дийматини ва бошдаларни мисол дилиб курсатиш мумкин.

Келажакда иқтисодий ривожланиш шароитларини садлаб долиш учун вадтинчалик функциялар билан ишлаб чидариш динамикасини прогнозлаштиришда топилган бахолар ёки алохида омиллар экстрополяция дилиниши мумкин.

Охирги махсулот динамикасининг кўрсаткичлари

Йиллар вадтинчалик функция тенгламалари.

$$t_1 65,7 \text{ чизидли } y = 40,2 + 10,8t \quad R = 0,56$$

$$t_1 72,2 \text{ даражали } y = 33,8 * t^{0,67} \quad R = 0,49$$

$$t_1 78,0 \text{ курсаткичли } y = 68,616071^t$$

$$t_1 288,5 \text{ паробола } y = 61,9 + 5,04t + 0,30t^2 \quad R = 0,761$$

$$\text{кўп узгарувчанли 3-даражали } y = 54,5 + 8,68t + 0,15t^2 + 0,01t^3 \\ R = 0,763.$$

Маълум бўлдики, экстрополяция моделларининг 5 йилдан 7 йилгача дулланилиши купрод фойдали ва яхши натижалар беради. Такрор ишлаб чидариш шароитлари узгариш билан бу усуллар узод муддатга

дулланилганда анидлик даражаси камаяди. Стратегик нуктаи назаридан бу прогнозлаштиришнинг реал жараёнларини ордага суриш чора - тадбирлари каби дисперсиянинг усишини англатади. Бундай усулларнинг бири МГУА ва корреляцион анализ усуллари булиб, бу усулларда уларнинг шарт-шароитлари кузатилиши шарт.

Мия

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

**«Химояга тавсия этилди»**

**“Маркетинг” кафедраси мудири**

\_\_\_\_\_ **И.Ҳ.Ибрагимов**

**баённома** \_\_\_\_ **2016 йил** « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_

**5340300 - «Маркетинг (туризм)» таълим йўналиши**

**MP-312 гуруҳ талабаси Пардаев Ҳасан Абдисалимовичнинг**  
**“Улгуржисавдо корхонаси ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишда**  
**замонавий маркетинг усулларида фойдаланиш («SAM MEX TREDING»**  
**МЧЖ мисолида)” мавзусидаги**

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

**Илмий раҳбар: катта ўқитувчи**

**Н.Д.Бобоев**

**САМАРҚАНД – 2016**  
**Мундарижа**

|                 |                                                                                                                |          |
|-----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
|                 | <b>Кириш.....</b>                                                                                              | <b>3</b> |
| <b>I.Боб.</b>   | <b>Улгуржи савдо ташкилотлари, уларни вазифалари, типлари ва турлари.....</b>                                  |          |
| 1.1.            | Улгуржи савдо корхоналари, уларнинг аҳамияти ва ўрни.....                                                      |          |
| 1.2.            | Улгуржи товар харид қилиш ва сотиш тартиби, шакллари.....                                                      |          |
| 1.3.            | Улгуржи савдони замонавий масалалари.....                                                                      |          |
| <b>II.Боб.</b>  | <b>Улгуржи савдо корхонасининг товар ва ассортимент сиёсати.....</b>                                           |          |
| 2.1.            | Улгуржи савдо корхонасида товар сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг усуллари.....                              | 23       |
| 2.2.            | Улгуржи савдо корхонасида ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг воситалари.....                      |          |
| 2.3.            | Улгуржи савдо корхоналар маркетинг фаолиятининг SWOT таҳлили.....                                              |          |
| <b>III-Боб.</b> | <b>«SAM MEX TREDING» МЧЖ ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишда замонавий маркетинг усуллари жорий қилиш.....</b> |          |
| 3.1.            | «SAM MEX TREDING» МЧЖнинг улгуржи фаолияти ва унинг тавсифи.....                                               |          |
| 3.2.            | «SAM MEX TREDING» МЧЖ товар ассортиментининг БКГ матрицали таҳлили.....                                        |          |

## **Кириш**

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 харид 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 нақдсиз шаклида харид 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 корхоналари чакана савдо корхоналаридан бир қатор хусусиятларига кўра фарқ қилади. Биринчидан, улгуржи савдо корхонаси рағбатлантиришга, ўз савдо корхонасининг жойлашиш ўрнига ва муҳитига

кам эътибор беради, чунки у якуний истеъмолчилар билан эмас балки асосан профессионал мижозлар билан муносабатда бўладилар. Иккинчидан, улгуржи савдо битимлари хажмига кўра одатда чакана савдо битимларидан каттароқ, улгуржи савдо корхонасининг савдо майдони чакана савдо корхонасиникидан каттароқ бўлади. Учинчидан, ҳуқуқий томонлар ва солиқларга нисбатан ҳукумат улгуржи ва чакана корхоналарига турлича яқинлашади. Умуман олганда, улгуржи савдо корхоналари нимага керак? Ахир ишлаб чиқарувчилар уларни айланиб ўтиши ва бевосита чакана савдо корхоналарига ва якуний истеъмолчиларга сотишлари мумкин эди. Жавоб шундан иборатки, улгуржи савдо корхоналари савдо жараёнининг самарадорлигини таъминлайди.

Улгуржи савдонинг муҳим хусусиятларидан бири унда ягона турдаги товарлар ёки бир типдаги муайян товарлар билангина савдо қилишга ихтисослашади. Айрим улгуржи савдо корхоналари жуда кичик ҳажмдаги битимлар тузиш асосида муваффақиятли хўжалик фаолиятини амалга оширмакдалар. Бироқ улгуржи савдонинг ушбу хусусияти савдо битимларининг ҳар томонлама ва кенг кўпчилик хусусиятлари билан солиштирилганда, иккинчи даражали бўлиб қолади.

Улгуржи савдонинг хусусиятларига савдо иштирокчиларининг ўзига хослиги ҳам киради. Амалиётда харид қилишнинг иккита мотиви ва шунга мувофиқ товарларни сотиб олишдан иккита мақсад кўзланади.

Биринчиси – харидор товарларни шахсий истеъмолини қондириш ёки саноат корхоналари уларни қайта ишлаб чиқариш бўйича манфаатларини қондириш мақсадида сотиб олади.

Иккинчи мотив ва мақсад – товарлар қайта сотиш учун харид қилинади. Шундай қилиб, улгуржи савдо корхоналари товарларни саноат истеъмолини қондириш ёки қайта сотиш учун жалб қилувчи мижозлар билан ҳам ишлайди.

Улгуржи савдо ишлаб чиқариш билан истеъмомол бозори ўртасидаги кўприк бўлиб, у кенгайтирилган такрор ишлаб чиқариш жараёнини қўллаб

қувватловчи асосий воситачи ҳисобланади. Улгуржи савдо корхоналари товар айирбошлаш жараёнини тартибга солувчи ва товар тақсимот каналидага етакчи элемент ҳисобланади. Тақсимот канали фаолиятининг самарадорлиги кўп жиҳатдан улгуржи савдо корхонасининг фаолият самарадорлигига боғлиқ бўлади. Шу сабабдан ҳам танланган мавзу долзарб мавзуга бағишланган.

Битирув малакавий иш таркибан кириш, 3-та боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан ташкил топган.

Ишнинг кириш қисмида муммо қўйилиб, мавзунинг долзарблиги асослаб берилган.

Ишнинг биринчи боби “Улгуржи савдо ташкилотлари, уларни вазифалари, типлари ва турлари”да улгуржи савдо корхоналарининг иқтисодиётдаги аҳамияти ва ўрни, улгуржи товар харид қилиш ва сотиш тартиби, шакллари, улгуржи савдони замонавий масалалари товар бозори тушунчаси ва товар бозори турлари, бозорни турларга ажратишга бўлган турли ёндошувлар, маркетинг тизимида товар тушунчасининг моҳияти ва товарнинг ушбу тизимдаги ўрни, товарнинг ҳаётий даври ва босқичлари баён қилинган.

Ишнинг иккинчи боби “Улгуржи савдо корхонасининг товар ва ассортимент сиёсати”да улгуржи савдо корхонасида товар сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг усуллар, улгуржи савдо корхонасида ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишнинг маркетинг воситалари ва улгуржи савдо корхоналар маркетинг фаолиятининг SWOT таҳлил қилишнинг назарий асослари ёритилган.

Ишнинг учинчи ««SAM MEX TREDING» МЧЖ ассортимент сиёсатини ишлаб чиқишда замонавий маркетинг усуллари жорий қилиш» бобида МЧЖнинг улгуржи фаолияти ва унинг тавсифи, «SAM MEX TREDING» МЧЖ товар ассортиментининг БКГ матрицали таҳлили, шунингдек корхона товар оборотининг ривожланиш тенденциялари ўрганилган ва таҳлил қилинган.

Ишнинг хулоса ва тавсиялар қисмида ўтказилган тадқиқот ва таҳлиллар натижасида олинган маълумотлар умумлаштирилиб, хулоса шаклида ифодаланган.