

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК-ТЕХНОЛОГИЯ
ИНСТИТУТИ**

кўлёзма ҳуқуқида
УДК: 658:339.13[004(575.1)

ЖЎРАЕВ БАХРОМ ЗОКИРЖАНОВИЧ

**НОН ВА ҚАНДОЛАТ МАҲСУЛОТЛАРИ БОЗОРИ
МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИ ВА УНИНГ
РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ (НАМАНГАН
ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА)**

5A230401-“Маркетинг”(тармоқлар ва соҳалар)

МАГИСТР

Академик даражасини олиш учун ёзилган

ДИССЕРТАЦИЯ

Илмий рахбар

и.ф.д., проф.А.Солиев

Наманган – 2014 йил

МУНДАРИЖА

Кириш.....	3
I боб. Истеъмол товарлари бозори ва унинг ривожланиш омиллари...	8
1.1 Истеъмол товарлари бозори моҳияти ва турлари.....	8
1.2 Вилоят истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши ва унга таъсир этувчи омиллар.....	18
II боб. Вилоят нон ва қандолат маҳсулотлари бозори маркетинг тадқиқодлари	25
2.1 Вилоятда нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлили.....	25
2.2 Нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили.....	37
2.3 Нон ва қандолат маҳсулотлари ассортименти ҳамда сифат кўрсаткичлари тадқиқоти.....	49
III боб. Вилоят нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегияларидан фойдаланиш.....	69
3.1 Нон ва қандолат маҳсулотлари рақобатбардошлигини оширишда корхоналарни модернизация ва фаолиятини диверсификация қилишни аҳамиятини ошириш.....	69
3.2 Нон маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналарда ҳалқаро сифатни бошқариш тизимини жорий этиш зарурияти.....	77
3.3 Нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ривожланиш истикболлари	85
Хулоса.....	95
Адабиётлар.....	98
Илова.....	103

КИРИШ:

Диссертация мавзусининг асосланиши ва унинг долбзарблиги:

Президентимиз И.А.Каримов томонидан “Мамлакатимизда истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни тубдан ошириш бўйича ўз вақтида кўрилган чора-тадбирлар ҳам амалий самарасини бераётганли, уларни ишлаб чиқаришни ўсиши 14,4 фоизни ва ялпи саноат ҳажмида уларнинг улуши 35,5 фоизга етганлиги, бундай товарларнинг рақобатдошлиги нафақат ички бозорда, балки ташқи бозорда ҳам тобора ортиб бораётганлиги”¹ 2013-йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаларида алоҳида таъкидлаб ўтилди.

Шу билан бирга, аҳолини озиқ-овқат товарларига бўлган эҳтиёжларини тўлақонли қондириш, экспортбоб маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва озиқ-овқат товарлари импортини қисқартириш, иқтисодиётнинг сифат даражасини янада ошириш ўта долзарб масала бўлиб қолмоқда. Аҳолининг озиқ-овқатларга бўлган эҳтиёжларини ва давлат хавфсизлиги ва барқарорлигини таъминлаб берувчи асосий истеъмол маҳсулотларимиздан бўлган ун, нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожлантириш ҳамда ички бозорда уларнинг рақобатбардошлигини ошириш масалаларини ҳал этиш ҳозирги ўта муҳим вазифалардан бири ҳисобланади.

Татқиқот объекти ва предмети белгиланиши.

Татқиқот объекти сифатида Наманган вилояти ун, нон ва қандолат маҳсулотлари бозори ва ундаги ишлаб чиқарувчи, воситачи ҳамда сотувчи субъектлар фаолияти танланди.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг мамлакатимизни 2013-йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Манба: <http://uza.uz/oz/politics/30441/>

Татқиқот предмети бўлиб, вилоят ун, нон ва қандолат маҳсулотлари бозори субъектларининг ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнларидаги иқтисодий-ижтимоий - бозор муносабатлари мажмуи ҳисобланади.

Татқиқот мақсади ва вазифалари

Татқиқот мақсади - Наманган вилоятида ун, нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини шаклланиши ва ривожланиш босқичларини ўрганиш ҳамда ишлаб чиқарилаётган ун, нон ва қандолат маҳсулотлари рақобатбардошлигини ошириш бўйича илмий-амалий тавсиялар тайёрлашдан иборат.

Қўйилган мақсадга эришиши учун қуйидаги йўналишларни тадқиқ этиш кўзда тутилган:

- Истеъмол товарлари бозори моҳияти ва турларини назарий асосларини очиб бериш;
- Наманган вилоятида истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши ва унга таъсир этувчи омилларни асослаш;
- Истеъмол товарлари бозорининг ҳуқуқий асослари яратилишини ўрганиш;
- Вилоятда нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлил қилиш;
- Нон ва қандолат маҳсулотлари ассортименти ҳамда сифат кўрсаткичлари тадқиқ қилиш;
- Вилоятда нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлил қилиш;
- Нон ва қандолат маҳсулотлари рақобатбардошлигини оширишда корхоналарни модернизация ва фаолиятини диверсификация қилишни аҳамиятини очиб бериш;
- Нон маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналар маҳсулотларини сифат кўрсаткичларини баҳолаш ва уларни ҳалқаро сифатни бошқариш тизимини жорий этиш заруриятини асослаш;

- Нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ривожланиш истиқболларини белгилаш

Тадқиқотнинг асосий масалалари ва фаразлари:

Тадқиқотда қўйилган асосий масала Наманган вилоятининг ун, нон ва қандолат маҳсулотлар бозорини маркетинг тадқиқотлари асосида ўрганиш ва унинг натижалари бўйича қуйидагиларни асослаш:

- Наманган вилоятида ун, нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришини ривожлантириш бўйича илмий-услубий тавсиялар тайёрлаш;

- Наманган вилояти ун, нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини маркетинг тадқиқотлари асосида ўрганиш орқали конъюнктура ўзгаришларига баҳо бериш;

- Вилоятда ишлаб чиқарилаётган ун, нон ва қандолат маҳсулотларининг ассортименти ва сифат кўрсаткичларин баҳолаш орқали ҳалқаро сифатни бошқариш тизимини жорий этиш заруриятини асослаш;

- Вилоятда ишлаб чиқарилаётган ун, нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ривожлантириш стратегияларини белгилаш;

Мавзу бўйича қисқача адабиётлар таҳлили:

Мавзу бўйича қўйилган муаммоларига кўплаб хорижий иқтисодчи олимларнинг асарлари бағишланган. Булардан: Котлер Ф, Борисов Е.Ф, А.И.Добрынина, Г.П.Журавлевой, Л.С.Тарасевича, Романов А.Н ва бошқалар. Республикамиз олимларидан эса ушбу мавзуда кўрилган назарий масалалар моҳияти билан Б.Абдукаримов, Ғуломов С.С., Иватов И.И., Эргашхўжаева Ш., Бекмуродов А.Ш., Солиев А, Қосимова М.С., Пардаев М, Шодмонқулов А. ва бошқаларнинг тадқиқотлари ўрганилди.

Тадқиқотда қўлланилаган услубларнинг қисқача тавсифи:

Диссертация ишида бозор жараёнларини ўрганишнинг умумий ва хусусий усуллари: маркетинг тадқиқотларининг кабинет ва дала тадқиқот усуллари, дедукция, индукция, анализ, синтез, кузатув, статистик таҳлил ва бошқалардан фойдаланилган.

Татқиқот натижаларининг назарий ва амалий аҳамияти:

Татқиқот натижалари бўйича ўрганилган назарий тушунчаларнинг таҳлили ҳамда талқини шу билан бирга, ишлаб чиқилган мулоҳазалар олий таълим муассасалари маркетинг ва бошқа ихтисослик фанларини ўқитиш жараёнидаги маъруза ҳамда амалиёт дарсларида қўлланилиши мумкин.

Назарий тушунчалар, татқиқот натижалари бўйича ишлаб чиқилган илмий-услубий тавсиялар ун, нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи, сотувчи ва воситачи корхоналарнинг маркетинг фаолиятини ривожлантириш бўйича амалий қўлланма сифатида ишлатилиши мумкин.

Диссертацияда берилган тавсиялар ун, нон ва қандолатлар ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг бозор фаолиятларини ривожлантириш, вилоятимиз ун, нон ва қандолатларнинг бозоридаги талаб ва таклиф ўзгаришларини олдиндан аниқлаш ва чакана савдосини ривожлантириш масалаларини ечишда фойдаланиш мумкин.

Татқиқотнинг илмий янгилиги:

- Истеъмол ттоварлари бозорининг моҳияти, турлари ва унинг ривожланишига таъсир этувчи омиллар тизими ўрганилди ва “Озиқ-овқат товарлари бозори” тушунчаси, унинг таркиби, моҳияти ва аҳамияти ёритилиб, бу жараёнларнинг ҳуқуқий асосларини мамлакатимизда шаклланиш жараёнлари тавсифланган;

- Наманган вилоятининг нон қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожланиш кўрсаткичлари таҳлил этилиб, уларни ривожлантирувчи омиллар аниқланган ва тизимлаштирилган;

- Наманган вилоятида ишлаб чиқарилаётган ун, нон ва нон маҳсулотлари сифат кўрсаткичлари, сифатига қўйиладиган меъёр талаблари ва рақобатбардошлик меъзонлари - кўрсаткичлари маркетинг тадқиқотлари асосида аниқланган;

- Наманган вилоятида ун, нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва таклиф ўрганилиб, уларни конъюнктура ўзгаришларига мослаш масалалари тадқиқ этилган ва ёритилган.

- Ун, нон ва нон маҳсулотлари ассортименти тавсифланиб, уларнинг сифатига қўйиладиган меъёр талаблари келтирилган ва ҳалқаро сифатни бошқариш тизимини шакллантириш асослари ишлаб чиқилган.

- Наманган вилоятида ун, нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши, унга таъсир этувчи омиллар маркетинг тадқиқотлари асосида аниқланиб, уларни сотиш усулларини ривожлантириш бўйича таклифлар ишлаб чиқилган;

Диссертациянинг қисқача таркиби:

Диссертация ишининг таркиби кириш, 3 та боб, хулоса, адабиётлар руйхати ва иловалардан иборат.

I боб. Истеъмол товарлари бозори ва унинг ривожланиш омиллари.

1.1. Истеъмол товарлари бозори моҳияти ва турлари.

Иқтисодий-иқтисодий модернизациялаш, диверсификациялаш ва ислохотларни чуқурлаштириш шароитида истеъмол товарлари бозорини ривожлантириш ғоят муҳим аҳамиятга эга бўлиб, у аҳолининг ўсиб бораётган талаб эҳтиёжларини тўла-тўқис қондиришда фаол иштирок этади. Бу жараёнда иқтисодийнинг реал секторини роли ва аҳамияти йилдан-йилга ортиб бормоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг: “...иқтисодийнинг реал сектор корхоналарини қўллаб-қувватлаш бўйича, биринчи навбатда, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, кооперация алоқаларини кенгайтириш, мустаҳкам ҳамкорликни йўлга қўйиш, мамлакатимизда ишлаб чиқарилган маҳсулотларга ички талабни рағбатлантириш масалалари алоҳида ўрин тутди”², деб қайд этиши, иқтисодий соҳалари учун бу жараённинг нечоғлик зарурлигидан далолат беради.

Ҳозирги замон бозорини ривожланиши узоқ тарихий йўлни босиб ўтди. Бир томондан, бозорга давлат йўли билан таъсир кўрсатишнинг жуда хилма-хил шакллари ва усуллари юзага келди, иккинчи томондан, бозорнинг ўзини-ўзи бошқаришига имкон берувчи қонунлар ва қоидалар таркиб топди.

Ҳозирги даврда бозор - ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчиларнинг кўп қиррали мураккаб алоқаларини, уларнинг ўзаро бир-бирларига бўлган таъсирини боғлайдиган бўғин, жамият тараққиётида модда алмашувини таъминлайдиган жараён сифатида шаклланди. Бозор тушунчасига жуда кўплаб таърифларни келтиришимиз мумкин.

² Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва ҳалқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. -Президентимиз Ислон Каримовнинг 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. “Халқ сўзи”, 2010 йил 30 январ

А.Ўлмасов ва А.Ваҳобовлар бозорга қуйидагича таъриф берадилар:
“Бозор – бу харидорлар билан сотувчилар орасидаги иқтисодий алоқалар,
уларни бир – бирига боғлайдиган механизмдир”³.

Бозор – ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар (сотувчилар ва харидорлар) ўртасида пул орқали айирбошлаш жараёнида бўладиган муносабатлар йиғиндисидир.

Бозор – бу ишлаб чиқарувчи (сотувчи) билан истеъмолчи (харидор)ни бир-бирига боғлайдиган, айирбошлаш жараёнига хизмат қиладиган тартиблар, механизмлар ва муассасавий тузилмалардир.

Бозорнинг асосий белгилари сотувчи ва харидорларнинг ўзаро келишуви, эквивалентлилик принципи асосида айирбошлаш, сотувчиларнинг ҳаражатлари қопланиб, фойда олиши ва тўловга қодир бўлган харидорларнинг талабини қондириш ва рақобатчиликдан иборатдир. Бозор иқтисодиётига ўтаётган бошқа ҳамма мамлакатлардаги каби бизнинг мамлакатимизда ҳам, ўтиш даври суронларида айрим адабиётларда бозор тушунчасига енгил-елпи қараб, унинг алмисокдан қолган эски, бир томонлама, ҳозир маъносини йўқотган таърифини кўрсатиш ҳоллари учрамоқда. Турли кишилар томонидан ёзилган мақола ва китобларда бозорга турлича таъриф берилиб, у қизгин мунозараларга сабаб бўлмоқда. Айрим муаллифлар бозорни сотувчи ва харидорлар тартибсиз тўпланиб, жуфт-жуфт, тўп-тўп, гуруҳ-гуруҳ бўлиб, олди-сотди қиладиган жой деб ҳисобласалар, айримлари уни кишиларга ризқу-рўз улашадиган файзу, баракотли, сирли дастурхон деб атайдилар.¹

Бошқа бир гуруҳ муаллифлар эса бозорни ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчиларни, айниқса, содда деҳқонларни алдаш эвазига яшайдиган ва бойийдиган, алдамаса тура олмайдиган муттаҳамлар, тарозидан урадиган қаллоблар, бирга олиб ўнга сотадиган ноинсоф олиб-сотарлар,

³А.Ўлмасов, А.Ваҳобов. Иқтисодиёт назарияси. “Шарқ” нашриёти. Т.: 2010 йил.90 бет.

¹Алимов Б., Шодиев М., Расулов Т., «Шарқона бозор фазилатлари». Т., «Университет», 1996 йил, 17 бет.

фирибгар воситачилар тўпланадиган, кишиларни алдашнинг турли ҳийла-найранглари ишлатиладиган бир нопокиза макон сифатида таърифлайдилар.² Бу таърифлар маълум даражада бозорнинг ижобий ёки салбий томонларини ва унинг олди-сотди қилиш жойи эканлигини ифода этса-да, шу билан бирга, унга тор доирада бир томонлама, юзаки қараш натижаси бўлиб, унинг ҳақиқий ички мазмунини, вазифасини, тутган ўрнини очиқ бера олмайди.

Бозор товарларни ишлаб чиқариш ва айирбошлаш, пулнинг вужудга келиши, уларнинг ривожланиши натижасида келиб чиққан тарихий тушунча бўлиб, ҳозирги даврда кенг тарқалган объектив иқтисодий жараёндир.

Бозор ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар, сотувчилар ва харидорлар ўртасида пул орқали айирбошлаш (олди-сотди) жараёнида бўладиган иқтисодий муносабатлар йиғиндисидир. Бунда бозорнинг моддий асосини жой эмас, балки товар ва пулнинг ҳаракати ташкил этади. Бозор тушунчаси иқтисодиётнинг тўртта фазаси (ишлаб чиқариш, айирбошлаш, тақсимлаш ва истеъмол жараёнлари)дан фақат айирбошлаш жараёнидаги иқтисодий муносабатларни ўз ичига олади. Бозорда ҳеч қандай бойлик яратилмайди, ишлаб чиқарилмайди, кишиларга бахт, ризқу рўз ҳам улашилмайди, лекин унда турли мамлакатларда, жумладан, Ўзбекистонда мавжуд бўлган минглаб корхоналарда ишлаётган миллионлаб кишилар томонидан яратилган товар ва хизматлар, қўчмас мулклар, иқтисодий ресурслар, ишчи кучи пулга сотилади ва сотиб олинади.

Ҳозирги даврдаги бозор мураккаб тузилишга эгадир. Бозорнинг ички тузилиши мураккаб бўлганлиги сабабли уни туркумлашга ҳар хил мезонлар асос қилиб олинади. Булар бозорнинг етуқлик даражаси, сотиладиган ва сотиб олинadиган маҳсулот тури, бозор субъектлари

² Сулаймонов И. «Бозорда тартиб, сотувчида имон бўлса». «Халқ сўзи» газетаси, 1998 йил 26 февраль, 42 сон.

хусусиятлари, бозор миқёси, иқтисодий алоқалар характери ва бошқалар. Бозорнинг етуклик даражасига қараб ривожланмаган бозор, классик (эркин) бозор, ҳозирги замон ривожланган бозорларга бўлинади. Ривожланмаган, шаклланаётган бозор кўпроқ, тасодифий характерга эга бўлиб, унда товарга – товар айирбошлаш усули яъни “товар-товар” жараёнлари кўпроқ қўлланилади. Бозорнинг бу тури тарихан ҳали ҳақиқий пул келиб чиқмаган даврга тўғри келади. Лекин ҳозирги даврда ҳам айрим мамлакатларда пул инқирозга учраб, ижтимоий ишончни йўқотган, бозор иқтисодиётига ўтаётган даврларда ҳам бу бозор амал қилиши мумкин. Эркин (классик) бозор-товар ва хизматларнинг ҳар бир тури бўйича жуда кўп ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар, яъни сотувчилар ва сотиб олувчилардан иборат бўлиб, пул орқали айирбошлаш жараёнида улар ўртасида эркин рақобат келиб чиқади, нархлар талаб ва таклиф ўртасидаги нисбатга қараб эркин шаклланади, рақобатнинг турли усуллари қўлланилади, аҳоли ва ишлаб чиқарувчилар кескин табақалашади. Ҳозирги замон ривожланган бозори — бунда давлат ҳам бозор иштирокчиси бўлиб, у анча тартиблаштирилади ва бошқарилади, турли хил биржалар ва бошқа олди-сотди жараёнига хизмат қилувчи соҳалар ривожланган бўлади, рақобат курашлари, аҳолининг табақалашуви юмшатилиб, уларнинг даромадлари даражаси ўртасидаги фарқлар камаёди.

Бозор ҳудудий жиҳатдан ҳам турлича бўлиши мумкин. Булар маҳаллий бозорлар, миллий бозорлар, ҳудудий бозорлар ва ниҳоят жаҳон бозори.

Сотиладиган ва сотиб олинadиган товар, хизмат турига кўра бозорлар қуйидаги турларга бўлинади: истеъмол товарлари ва хизматлари бозори, ишлаб чиқариш воситалари ва ишчи кучи (ресурслар) бозори, валюта бозори ва фонд биржалари, илмий техника кашфиёти ва ишланмалар бозори.

Муомалага чиқадиган субъектларнинг хусусиятига кўра улгуржи ва чакана савдо тўғрисида гап юритилади. Чакана савдода, асосан, сотиб олувчилар фуқаролар ҳисобланади. Ташкилот ва муассасалар эса сотувчи

ҳисобланади. Улгуржи савдода давлат томонидан истеъмол товарларларини харид қилиш алоҳида ўрин тутди.

Шунингдек, давлат ва кооператив савдо, деҳқон бозори, озиқ-овқат ва ноозиқ овқат товарлари бозорлари ҳам фарқланади. Давлат савдосини давлат, кооператив савдони матлубот кооперациялари амалга оширадид. Истеъмол товарлари бозорининг асосий таркибий қисми озиқ-овқат бозори ҳисобланиб унда озиқ-овқат товарлари савдосини алоҳида фуқаролар, жамоа ва фермер хўжаликлари ҳамда тадбиркарлар ва бошқа кооперативлар амалга оширадид.

Товар ва хизматлар бозори бозорининг асосий таркибий қисми сифатида ноозиқ-овқат товарлари бозори ҳисобланади. Бу бозорда хўжалик субъектларининг барча учта тури: фуқаролар (уй хўжаликлари) давлат ва корхоналар қатнашадид.

Истеъмол товарлари ва хизматлари бозорининг махсус тури интеллектуал товарлар бозоридир. Бу бозорда ақлий меҳнат маҳсули бўлган товарлар - илмий ғоялар, техникавий янгиликлар, санъат ва адабиёт асарлари, ҳар хил ахборотлар олди-сотди қилинадид. Интеллектуал бозор таркибида илмий-техникавий ишланмаларни айирбошлаш катта ўрин тутадид. У амалда патент, лицензия ва ноу-хау сотишдан иборат бўлиб, бу бозорда асосан инновация фирмалари иш кўрадид. Мазкур фирмалар янгиликларни топиш, бозорда сотиш ва ишлаб чиқаришга жорий этиш бўйича хизмат кўрсатадид.

Ишлаб чиқариш воситалари (ресурслар) бозорида товар сифатидаги меҳнат воситалари ва материаллар олди-сотди қилинадид. Бу бозорда машина, асбоб-ускуна, хом ашё, ёқилғи ва материаллар каби ишлаб чиқариш воситалари йирик ҳажмда кўтарасига (улгуржи) сотиладид. Ресурслар бозоридаги товарлар шахсий истеъмолга эмас, ишлаб чиқариш истеъмолига хизмат қиладид, яъни ишлаб чиқариш талабини қондирадид.

Бирок бугунги кунда бош бозор бу – истеъмол товарлари бозоридир. Барча бозорлар истеъмол товарлари бозорини ривожлантириш учунгина хизмат қилади.

Истеъмол товарлари бозори- аҳолининг шахсий эҳтиёжини кондирувчи ва ҳаёт кечириш учун уй-рўзғорини жиҳозлаш мақсадида харид қилинувчи озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотларини олди-сотди муносабатлари мажмуини ўз ичига олади. Истеъмол товарлари бозори ўз навбатида махсус бозорларга: озиқ-овқат, кийим- кечак, хўжалик, маданий моллар ва бошқаларга бўлинади. Бу бозорнинг моддий-техника асоси(инфраструктураси) бўлиб: улгуржи савдо базалари, дўконлар, ошхона, чойхона, дорихона, дехқон бозорлари ва барча чакана савдо-сотиқ билан шуғулланувчи шаҳобчалар ҳисобланади.

Истеъмол товарлари бозори- «Ҳазрати инсон» учун, унинг фаровон ҳаётини таъминлаш мақсадида ташкил этилади, шунинг учун ҳам Бош бозор дейилади. Қолган ҳамма бозорлар, ана шу истеъмол товарлари бозорининг мўл-кўлчилигини, унда талаб ва таклиф таносиблигини таъминлашга қаратилган асосий омил ҳисобланади.

Истеъмол товарлари бозори орқали савдо ривожланади ва унинг натижасида мамлакат ривожланади. Мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий сиёсати истеъмол товарлари бозорини ривожлантиришга қаратилади. Чунки мамлакат аҳолисининг фаровонлиги фақат истеъмол товарлари бозорининг ривожланганлик даражаси билан белгиланади.

Истеъмол товарлари бозорининг сиғими-ҳажми туман, шаҳар вилоят ва мамлакат миқёсида чакана товар айланиш (сотиш) кўрсаткичи билан аниқланади. Истеъмол товарлари бозори ўзининг ҳолатига қараб икки хилга: «тақчил(сотувчилар)» ва «тўйинган(хоридорлар)» бозорига бўлинади.

«Сотувчилар бозори»да товарлар камчил, уларга сотувчилар хоҳлаган баҳосини қўяди, талаб таклифга қараганда анча юқори ва монополлашган бўлади. Бундай бозор мамлакатда макроиқтисодий мутаносиблик

бузилганда ва аҳоли турмушида ҳар хил салбий ҳолатлар борлигида шаклланади.

«Тўйинган бозор»ни ташкил этиш бозор иқтисодиётига ўтишнинг асосий мақсади. Бундай бозорда харидор-истеъмолчи «Подшо» - товарлар мўл-кўллиги таъминланган, талаб ва таклиф мутаносибликка яқинлашган, бўлиб баҳолар кўп ўзгармайди. Бозордаги асосий муаммо-фақат харидорни жалб қилиш ва унга қулайликлар яратиш орқали кўпроқ товар сотиш. «Харидорлар бозорида»-товар ишлаб чиқарувчилар орасида рақобат кучаяди ва унда ютиб чиқишингиз асосий воситаси бу - **маркетингдир**.

Маркетинг воситалари асосида истеъмол товарлари бозори ҳаракатга келади. Унинг ифодаси улгуржи ва чакана савдода ўз аксини топади.

Шу ўринда “маркетинг” тушунчасини моҳиятини ёритиш лозим.

Маркетинг - илм-фан сифатида миллий ва жаҳон бозорларида **«Талаб ва таклиф»** ўртасида мувозанат ўрнатишнинг асосий воситаси бўлиб хизмат қилади.

Ҳозир бозор иқтисодиёти юқори даражага кўтарилган мамлакатларда, маркетинг тамойиллари оддий уй-рўзғор хўжалигидан бошлаб, то космосдан самарали фойдаланишгача бўлган жараёнларда бизнес фалсафаси сифатида қўлланилмоқда. Шунинг учун, маркетингнинг инсонни икки мингдан ортиқ фаолиятига мос келадиган таърифи (хиллари) яратилган. Унинг ўқитилиши ва тадқиқотлари жуда кенг миқёсда йўлга қўйилган⁴.

Маркетингни таърифи олимлар томонидан турлича талқин қилинмоқда ва унинг натижасида маркетингни фаолият доираси юқори даражага кўтарилмоқда.

Маркетинг - бозорда вужудга келадиган иқтисодий муносабатларни фаоллаштириш услубларини, товарларни ишлаб чиқариш ҳамда сотиш муаммоларини яхлит, тизимли ечиш услубларини, бозорда вужудга

⁴А.Солиев. Маркетинг.Тошкент «Art-flex».2010 йил. 15 бет.

келадиган ўзгаришларга тезда мослашиш, истеъмолчиларга табақали ёндашиш, рақобатбардош янги товарларни вужудга келтириш ва уларни ишлаб чиқаришни ташкил этиш, конъюнктурани ўрганиш ва башорат қилиш ҳамда таъсирчан рекламани ривожлантириш масалаларини ўрганишни ўз олдига мақсад қилиб қўйгандир⁵.

Маркетинг – корхона ва ташкилотларнинг бозор иқтисодий конъюнктурасини, истеъмолчиларнинг аниқ талабини ва ишлаб чиқарилувчи товар ва хизматларни унга мослаштиришни ўрганишга йўналтирилган ишлаб чиқариш–савдо, илмий-техникавий фаолиятни бошқаришнинг бозор концепциясидир.

1960 йилда Америка Маркетинг Ассоциацияси маркетинга “Товар ва хизматларни ишлаб чиқарувчидан истеъмолчи томон ҳаракатини бошқарувчи тадбиркорлик фаолияти” деб таъриф беради⁶.

1985 йилда Америка Маркетинг Ассоциацияси томонидан маркетингни кенг доираси махсус тан олинди ва маркетинг таърифи қуйидагича ўзгартирилди : «Маркетинг-айрибошлаш йўли билан алоҳида шахсларнинг ва ташкилотларнинг талабларини қондирувчи ғоялар, товарлар ва хизматлар ишлаб чиқаришни режалаштириш ва амалга ошириш, нарх белгилаш, товарлар ҳаракати ва сотиш жараёнларидан иборат». Янги таърифдан кўриниб турибдики, маркетинг фақат тадбиркорлик фаолияти билан чегараланиб қолмайди. Унга нотижорат ташкилотлар фаолиятини ёки маҳсулотлар каби ғоялар, хизматлар маркетингини ҳам киритиш мумкин.

Маркетинг – инсон фаолияти ҳам бўлиб, бозорда самарали натижага эришиш жараёнини англатади. Маркетинг шунингдек, мақсади инсон эҳтиёжлари ва талабларини қондириш бўлган айрибошлашни амалга ошириш учун бозор билан ишлаш ҳамдир.

⁵“Маркетинг”. ТДИУ ўқув мажмуаси. Тошкент 2010 йил.

⁶ www.Wikipedia.org/marketing/

Маркетинг - бу истеъмол жамиятининг архитекторидир, яъни бу харидорлар истеъмолчиларни тижорий жиҳатдан эксплуатация қиладиган бозор тизимидир. Тобора кўпроқ ва янада кўпроқ товар сотиш учун янги эҳтиёжларни муттасил ташкил қилиб бориш лозим.⁷

Таниқли Америка олими - маркетинг Ф.Котлер маркетингнинг таърифини қуйидагича ифодалайди: “Маркетинг - товарларни яратиш, таклиф этиш ва айрабошлаш асосида айрим олинган киши ва гуруҳларнинг талаб ва эҳтиёжларини қондиришга қаратилган иқтисодий ва бошқарув жараёнидир⁸”.

Бошқарув муаммолари бўйича етакчи назарийчи олимлардан бири Петер Друккернинг таърифи эса қуйидагича: “Маркетингнинг мақсади сотишга қаратилган ҳаракатларни йўқ қилишдан иборатдир. Унинг мақсади харидорларни шундай ўрганиш ва тушунишдан иборатки, товар ва хизматлар унинг талабига айнан мос тушиб, пировардида ўзини-ўзи сотади”.

Француз маркетинг мактабида қўлланиладиган таъриф ҳам Петер Друккер таърифига жуда яқин туради. Унга кўра: «Маркетинг -бу сотишни таъминлаш ва сотувга товарлар ва хизматларни истемолчиларнинг талабига мос ҳолда чиқариш орқали уларнинг талабини қондириш мақсадида ўтказиладиган чора-тадбирлар мажмуидир».

Юқоридаги таърифлардан келиб чиқиб бизнинг фикримизча **маркетинг бу – жамият эҳтиёжларини қондириш васитаси сифатида бозорни шакллантириш, унга таъсир этиш ва бошқариш жараёнларининг мажмуаси ёки концепцияси деб таърифлаш мумкин.**

Олимлар томонидан жаҳон адабиётларида маркетингни 2000 дан ортиқ таърифлари келтирилган. Бу эса маркетинг бозор турларига қараб таърифланишини акс эттиради. Шундан келиб чиқиб истеъмол товарлари бозорининг маркетинги алоҳида аҳамиятга эга. Истеъмол товарлари

⁷ Бўтаев Ш.А. «Стратегик маркетинг» фанидан маърузалар матни, ТДАИ, 2007

⁸ Ф.Котлер. Маркетинг менежмент. М.1999 ИНФРА й. 28 ст

бозорида маркетингини амал қилишини истеъмол таварлари маркетинги деб атаса бўлади.

Истеъмол товарлари бозорини моҳиятини янада яхшироқ тушуниш учун “истеъмол товари” тушунчасини изохлаш лозим.

Товар – бутун маркетинг комплексининг асосидир. Агар товар харидорнинг талабини қондирмаса, у ҳолда маркетинг тадбирлари учун ҳеч қандай қўшимча ҳаражатлар рақобатли бозорда унинг мавқеини яхшилаш олмайди. Энди эса маркетингда товар қандай таърифланишини келтирамиз.

Товар деб маълум бир эҳтиёжни қондириш мақсадида бозорга сотиб олиш, фойдаланиш ва истеъмол қилиш учун таклиф этилаётган маҳсулот тушунилади. Маҳсулотга нарх белгиланиши ва бозорга таклиф этилиши биланоқ товарга айланади.

Истеъмол товарлари – бу бевосита инсонларнинг шахсий эҳтиёжларини қондиришга мўлжалланган энг зарур товарлардир.

Истеъмол товарлари бозорини ривожланиши улгуржи ва чакана савдо билан боғлиқ жараён ҳисобланади.

Чакана савдо аҳолига тўғридан-тўғри товар сотиш ва хизмат қилиш билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик фаолиятини ўз ичига олади. Чакана савдо товарлар ассортиментининг шаклланишида қатнашади, харидорларга товарлар сифат кўрсаткичлари тўғрисида ахборотлар беради, товарларни сақлаш, қўшимча ишлаш, баҳоларини ўрнатиш ва бошқа вазифаларни бажаради.

Улгуржи савдо ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи (чакана савдо ва товарни охириги истеъмолчилари) ўртасидаги умумлашган воситачи ҳисобланади. Улгуржи савдо фирмалари товарни ишлаб чиқарувчи ёки бошқа воситачилардан улгуржисига сотиб олиб, ўзининг вазифаларига мувофиқ бошқа воситачилар; чакана савдо корхоналари ёки хусусий савдо тадбиркорларига, ишлаб чиқарувчи, хизмат кўрсатувчиларга етказиб беради.

1.2. Вилоят истеъмол товарлари бозорининг ривожланиши ва унга таъсир этувчи омиллар

Истеъмол товарлари ишлаб чиқаришнинг истеъмол талабини шакллантиришдаги таъсири икки жиҳатдан кўзга ташланади, яъни товар ишлаб чиқариш кўламининг кенгайиши хўжаликларда аҳолининг бандлигини оширади, табиийки бу ҳол одамларнинг пул даромадларини ҳам оширади. Шу билан бирга, аҳолининг талабларини кондиритишнинг моддий асоси сифатида товар таклифи ҳажмини оширади.

Истеъмол товарлари бозорининг асосий таркибий қисми бўлиб талаб, таклиф ва баҳо ҳисобланиб, улар доимо бир -бири билан диалектик алоқада бўлади. Талаб ва таклиф орасидаги пропорция ижтимоий ишлаб чиқариш жараёнида ишлаб чиқариш воситалари ва истеъмол буюмлари меҳнат унумдорлигининг ўсиши жадаллиги ва аҳолининг даромади билан баҳоларнинг умумий даражаси ва алоҳида товарларнинг баҳоси билан боғлиқ. Бунга асосан, эҳтиёжларнинг усиб бориши конуни катта таъсир кўрсатади. Чунки бунинг таъсирида ҳаридорларнинг бозордаги товарлар ассортиманти ва сифатига бўлган талаби кучаяди.

Юқоридаги мулоҳазалардан келиб чиқиб фойдаланган ҳолда Наманган вилоятида истеъмол товарлари бозорининг ривожланиш даражаси ва унга таъсир этувчи омилларни таҳлил этамиз.

Вилоят истеъмол товарлари бозорини ривожлантиришга қаратилган ислохотларни амалга оширишда, мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устувор йўналишлари, шунингдек, Инқирозга қарши дастурлар доирасида қабул қилинган қатор Ҳукумат қарорлари топшириқларини бажарилишига асосий эътибор қаратилганлиги натижасида вилоят иқтисодиётининг барча соҳаларида барқарор ўсиш суръатлари таъминланиб келинмоқда. Иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини модернизациялаш, техник ва технологик жиҳатдан янгилаш, ишлаб чиқариш ва бозор инфратузилмаларини яхшилаш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, хизмат кўрсатиш ва сервис

соҳасини ривожлантиришга қаратилган чора-тадбирлар натижасида 2012-йил якуни билан ялпи ҳудудий маҳсулотнинг (ЯХМ) ўсиш суръати 2011-йилга нисбатан 12,4 фоизга, саноат ишлаб чиқариш ҳажми 14,9 фоизга, кишлоқ хўжалиги 6,5 фоиз, капитал қуйилмалар 3,9 фоиз, қурилиш ишлари 31,3 фоиз, чакана савдо айланмаси 20,0 фоиз ва пуллик хизматлар ҳажмини 16,1 фоизга ўсишига эришилди.

1.2.1-жадвал

**Наманган вилоятида 2012-йилда саноат ва ҳалқ истеъмол моллари
ишлаб чиқариш ҳажми**

Шаҳар, туманлар номи	Саноат		Ҳалқ истеъмоли моллари	
	млн.сўм	% (солиштирма нархда)	млн.сўм	% (солиштирма нархда)
Вилоят бўйича	1289310,0	114,9	819227,9	113,1
Наманган ш.	561089,3	108,4	417423,0	108,8
Мингбулоқ	34724,2	136,4	5106,8	138,5
Косонсой	31559,5	108,1	18805,8	117,5
Наманган	112119,6	141,5	76149,0	140,3
Норин	45544,6	151,0	20857,9	316,5
Поп	94121,0	117,6	34877,1	107,5
Тўрақўрғон	61241,9	104,7	18195,8	103,5
Уйчи	86067,1	117,9	31570,8	104,9
Учқўрғон	151795,2	110,4	104805,7	106,8
Чортоқ	21092,7	155,7	15244,4	126,2
Чуст	55209,1	110,2	34759,7	114,7
Янгиқўрғон	34745,8	122,4	41431,7	105,1

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Саноат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмлари металлургия саноатида 1547,0 млн.сўмни (ўсиш суръати 172,8%), машинасозлик ва метални қайта ишлаш саноатида 58,7 млрд.сўмни (2,5 марта), ёғочни қайта ишлаш саноатида 17,8 млрд.сўмни (140,2%), қурилиш материаллари саноатида 31,5 млрд.сўмни (147,8%), енгил саноат тармоғида 333,2 млрд сўмни (119,0%), озиқ-овқат саноатида 204,4 млрд.сўмни (115,1%), дон маҳсулотлари саноатида 73,3 млрд.сўмни (111,2%), полиграфия саноати 1328,4 млн.сўмни (156,3%) ташкил этган

холда умумий саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги энг юқори салмоғи енгил саноат (44,5%) ва озиқ-овқат саноати (27,3%) тармоқлари ҳиссасига тўғри келди.

1.2.2-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, саноат корхоналари томондан 2011-йилда 1051773 млн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, бу кўрсаткич 2012-йилда 1289310 минг сўмлик маҳсулот ишалб чиқарилган. Вилоятда кичик корхоналарнинг саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги улуши йилдан-йилга ортиб бормоқда. 2011-йилда кичик корхоналар томонидан 175280,1 млн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, бу кўрсаткич 2012-йилда 241431,6 млн. сўмга етди (1.2.2-жадвал).

1.2.2-жадвал

**Наманган вилояти саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг
бозор субъекталари бўйича таҳлили.**

(млн.сўм)

	Амалдаги нархларда		2012-йилни 2011-йилга нисбатан фоиз ҳисобида (солиштирма нархларда)
	2012-йил	2011-йил	
Жами саноат	1289310,0	1051773,0	114,9
шу жумладан:			
Йирик саноат корхоналари	688818,2	619148,0	104,4
Микрофирмалар	95170,6	85821,2	116,0
Кичик корхоналар	241431,6	175280,1	119,5
Якка тартибдаги меҳнат фаолияти бўйича	104514,8	84111,6	119,0
Ёрдамчи саноат	85497,0	39126,0	208,2
Уй хўжалиги	73877,8	48286,1	147,0

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Вилоятда кичик корхоналарнинг саноат маҳсулотлари ишлаб чиқаришдаги улуши йилдан-йилга ортиб бормоқда. 2011-йилда кичик корхоналар томонидан 175280,1 млн. сўмлик саноат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, бу кўрсаткич 2012-йилда 241431,6 млн. сўмга етди (1.2.2-жадвал).

Наманган вилоятида ҳалқ истеъмоли моллари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари йилдан-йилга ортиб бормоқда. 2009 йилда вилоят бўйича 329,7 млрд. сўмни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2012-йилга келиб 819,2 млрд. сўмни ташкил этди.

1.2.3-жадвал

Наманган вилоятида ҳалқ истеъмоли моллари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари

(млрд сўм)

Шаҳар, туманлар	2009 йил	2010 йил	2011-йил	2012-йил
Вилоят бўйича	329,7	441,7	651,7	819,2
Наманган ш.	190,4	233,0	350,7	417,4
Мингбулоқ	1,9	3,8	4,5	5,1
Косонсой	7,5	15,7	15,9	18,8
Наманган	22,3	36,8	47,8	76,1
Норин	2,4	5,7	5,5	20,8
Поп	11,8	7,6	23,2	34,8
Тўрақўрғон	9,5	10,2	7,3	18,1
Уйчи	5,3	15,0	27,7	31,5
Учқўрғон	43,5	69,3	90,7	104,8
Чортоқ	12,	15,2	11,5	15,2
Чуст	9,9	16,7	27,6	34,7
Янгиқўрғон	13,7	13,5	39,3	41,4

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Вилоятда саноатнинг етакчи тармоқларидан енгил саноатда тўқимачилик, пахта тозалаш, пойабзал, мебел ишлаб чиқариш, озиқ-овқат ҳамда қишлоқ хўжалик маҳсулотларини қайта ишлаш тармоқлари, машинасозлик ва метални қайта ишлаш, қурилиш материаллари ишлаб чиқариш тармоқларига қарашли корхоналар ривожланиб, саноат ва ҳалқ истеъмоли моллари ишлаб чиқаришда салмоқли ҳиссаларини қўшиб келмоқда.

Вилоятдаги йирик саноат корхоналарида ишлаб чиқилган қўшимча тадбирларга асосан 2012-йил якуни билан электр энергия, хом-ашё ва

материаллар сарфи нормаларини тушириш, транспорт харажатларини қисқартириш, бошқарув аппарати харажатларини камайтириш, маҳаллийлаштириш дастурига кириш орқали солиқ тўловларидан бўлган имтиёзлар, ишлаб чиқариш жараёнларини узлуксизлигини таъминлаш ва йўқотишларни камайтириш ҳисобига ушбу корхоналар томонидан 15,4 млрд.сўм тежаб қолинди.

1.2.4-жадвал

Наманган вилоятида ҳалқ истеъмол товарлари ишлаб чиқаришни бозор субъектлари бўйича таълили

(Млн. сўм)

	2012-йил	2011-йил	2012-йилни 2011-йилга нисбатан фоиз ҳисобида
Ҳалқ истеъмоли моллари - жами	819227,9	724177,9	113,1
шу жумладан:			
Йирик саноат корхоналари	376815,2	352809,7	106,8
Микрофирмалар	76809,9	57745,1	133,0
Кичик корхоналар	151767,2	136928,6	110,8
Якка тартибдаги меҳнат фаолияти бўйича	104514,8	85876,5	121,7
Ёрдамчи саноат	35442,9	41369,3	85,7
Уй хўжалиги	73877,8	49448,7	149,4
Истеъмол турлари бўйича - жами	819227,9	724177,9	113,1
Озиқ-овқат моллари	497990,1	445559,7	111,8
Нооziқ-овқат моллари	279564,7	248632,9	112,4
Енгил саноат моллари	124660,6	107220,9	116,3
Вино ва ароқ маҳсулотлари	41673,1	29985,2	139,0

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Наманган вилоятида 2011-йилда чарм маҳсулотидан пойабзал 605 минг жуфт ишлаб чиқарилган бўлса, 2012-йилда эса 769 минг жуфтга етган. Бу кўрсаткич 2009 йилда 279,4 минг жуфт, 2010 йилда 412 минг жуфтни ташкил этган. Озиқ-овқат саноатида ҳам ўсиш кузатилган.

Жумладан, 2012-йилда гўшт 6649 тн, нон ва нон маҳсулотлари 46895 тн, сут ва сут маҳсулотлари 25438 тн ишлаб чиқарилган.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 14 августдаги “2009-2012-йилларда Наманган вилоятида саноатни ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизация қилиш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарорига мувофиқ 2009-2012-йилларда вилоятда жами 129 та лойиҳаларни амалга ошириш белгиланган бўлиб, 2010 йилнинг ўзида жами 56 та лойиҳаларни амалга оширилди, ушбу лойиҳаларга 34,2 млрд сўм ва 9,1 млн доллар маблағлар ўзлаштирилиб, қўшимча 2706 та янги иш ўринлари яратилишига эришилди.

Шунингдек, озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва ички бозорни тўлдириш дастурига (ПҚ-1047-сонли қарор) кўра вилоят аҳолисини арзон ва сифатли қишлоқ хўжалик маҳсулотлари билан таъминлашни янада яхшилаш мақсадида 2012-йилда 188 минг тонна картошка, 529,4 минг тонна сабзавот, 56,9 минг тонна полиз, 157,9 минг тонна мева, 87,5 минг тонна узум ишлаб чиқарилиб, белгиланган прогноз ортиғи билан бажарилди.

Маҳаллий ноозик-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш кенгайтириш (ПҚ-1050-сонли қарор) дастури асосида вилоятда ноозик-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш бўйича корхоналарда кенгайтириш, модернизация, техник ва технологик қайта жиҳозлаш ишлари олиб борилиб, янги турдаги маҳсулотлар жумладан, тайёр мато, тайёр тикувчилик маҳсулотлари, спорт кийимлари ва пойабзали, галантерея маҳсулотлари, уй-хўжалик моллари, маиший-маданий фойдаланишга мўлжалланган ноозик-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни йўлга қўйилмоқда.

Жумладан, 2012-2013-йилларда 23 та лойиҳалар амалга оширилиб, шундан 13 таси модернизация, техник ва технологик жиҳатдан янгиланган бўлса, 10 таси янги ташкил этилди. Лойиҳаларни амалга оширишда жами 14,2 млрд.сўм маблағлар ўзлаштирилиб шундан 10,7 млрд.сўм ёки қарийиб

75,4 фоизи лойиҳа ташаббускорларининг ўз маблағлари ҳисобига бажарилди (3,5 млрд сўм банк кредити) асосийси бу корхоналарда 694 та янги иш ўринлари яратилди.

1.2.5-жадвал

**Наманган вилоятида Саноат ва истеъмол товарлари
ассортименти бўйича ишлаб чиқаришни ривожланиши.**

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиг	2010	2011	2012
- чарм маҳсулотидан пойабзал,	минг жуфт	412,0	605,0	769,0
Озиқ-овқат саноати				
- гўшт	Тонна	5789,0	6256,0	6649,0
- нон ва нон маҳсулотлари	Тонна	42032,0	46187,0	46895,0
- сут ва сут маҳсулотлари	Тонна	23443,0	24781,0	25438,0
- қуруқ сут	Тонна	301,0	290,0	293,0
- консервалар,	минг шартли банка	38009,0	42810,0	45249,0
- тозаланган ўсимлик ёғи	Тонна	11925,0	12846,0	12953,0
- тозаланмаган ўсимлик ёғи	Тонна	13002,0	12094,0	11984,0
- макарон маҳсулотлари	Тонна	2560,0	2497,0	2378,0
- қуруқ мева	Тонна	1085,0	1138,0	1287,0
- қуруқ сабзавот	Тонна	1595,0	1738,0	1821,0
- ароқ ва ароқ-ликёр маҳсулотлари,	м.дал	184,0	218,0	221,0
- вино	минг дал	272,0	281,0	293,0
- маъданли сув	минг ярим литр	208045, 0	210491, 0	214679, 0

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

II боб Вилоят нон ва қандолат маҳсулотлари бозори маркетинг тадқиқодлари .

2.1. Вилоятда нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили

Истеъмол товарлари бозорни ҳаракатга келтирувчи асосий омиллардан бири ва унинг таркибий қисми – талаб ҳисобланади.

Талаб - тўловга қобил эҳтиёж бўлиб, у маълум бир давр мобайнида баъзи нархларда ҳаридорлар томонидан сотиб олиниши мумкин бўлган маҳсулотларни белгилайди. Аҳоли талаби ва истеъмоли ўртасида маълум бир фарқ бор. Аҳолининг истеъмоли деганда унинг барча манбаларидан олган истеъмол товарлари ва хизматлари йиғиндиси тушунилади. Мамлакатда талабга нисбатан истеъмол ҳажми катта бўлади. Бунинг сабаби шундаки:

- ишлаб чарилган истеъмол товарларининг ҳаммаси ҳам бозорга олиб чиқиб пулга сотилавермайди;

- қишлоқ аҳолиси, шаҳар аҳолиси ҳам агар имконияти бўлса, айрим маҳсулотлар билан ўз - ўзини таъминлаши мумкин.

- кишилар ўз эҳтиёжларининг маълум бир қисмини ижтимоий фондлар ҳисобига бепул ёки имтиёзли нархда қондириши мумкин.

Мана шу омиллар ҳисобига истеъмол ҳажми талаб ҳажмидан катта бўлади. Истеъмол ва талабнинг ривожланишининг қуйидаги умумий қонунятлари мавжуд:

- нормал шароитида ривожланаётган ҳар қандай жамиятда истеъмол ўсиб боради;

- мамлакатнинг иқтисодий салоҳияти ошган сари истеъмолнинг таркиби такомиллашиб боради. Бунда озиқ-овқат маҳсулотларининг салмоғи ошиб, ноозиқ-овқат товарларининг салмоғи кўтарилиб боради;

- фан ва техника тараққиёти натижасида ноозик-овқат товарларининг истеъмолида мураккаб, замонавий, қимматбаҳо буюмларнинг салмоғи ошиб боради.

Талабнинг шундай моҳияти борки, бунда барча омиллар ўзгармаган нархларнинг пасайиши талаб ҳажмининг ошишига олиб келади. Ёки аксинча, нархларнинг ўсиб бориши эса талаб ҳажмини пасайишига олиб келади. Бундан кўринадики, нарх-наво ҳамда талаб ўртасида бевосита боғлиқлик бор. Буни талаб қонуни деб атаймиз. Бу ерда талаб қонунининг қуйидаги хусиятларини таъкидлаш жоиздир:

-истеъмолчилар учун нарх уларнинг харид қилинишини ривожлантирадиган тўсиқ ҳисобланади. Юқори нархлар истеъмолчиларнинг харид қилиш хоҳишини пасайтирса, паст нархлар сотиб олиш хоҳишини пасайтиради;

-истеъмол нафлилик (қониқиш) даражасининг пасайиб бориш қонуни, яъни бир марта сотиб олинган маҳсулотни кейинчалик ҳам сотиб яхши ҳоллари камайиб боради ёки истеъмолчилар бу товарларнинг нархлари пасайсагина қайтадан харид қилиши мумкин.

Талабга нарх - наводан ташқари бошқа омиллар ҳам таъсир кўрсатади. Бу омиллар қуйидагилардан иборат:

-истеъмолчиларнинг диди ва талаб афзалликлари;

-бозордаги истеъмолчилар сони;

-истеъмолчиларнинг пул даромадлари;

-бир-бирига боғлиқ бўлган товарлар нархи;

- келажакдаги нарх-наво ва даромадларга нисбатан истеъмолчиларнинг хоҳишларива х.к

Ўтиш даври иқтисодиётининг хусусиятлари юқоридаги омиллар ичида истеъмолчиларнинг пул даромадлари алоҳида аҳамият касб эканлигини белгилаб бермоқда. Ҳозирги кунда истеъмолчиларнинг ўзини тутиши нафақат индивидуал дид ёки афзалликларга боғлиқ бўлмасдан, балки истеъмолнинг минимал меъёрини сақлаб қолиш заруриятидан келиб

чиқади. Шундай қилиб, талаб нихоятда ўзгарувчан ижтимоий - иқтисодий ўзгаришларга ўга таъсирчан категория бўлиб ҳисобланади. Унинг бу хусусияти талабнинг истиқболини, келгусидаги ривожланишини аниқлаш ва уни бошқариш ирмкониятларини яратади. Талабнинг шаклланишига куйидаги омиллар таъсир кўрсатади (2.1.1-жадвал):

1. Келиб чиқиши бўйича;
2. Талабга таъсирлиги бўйича;
3. Улчаш имкониятлари бўйича;

2.1.1-жадвал

Талабга таъсир қилувчи омиллар⁹

Таснифланиш аломатлари	Омилларнинг турлари
I. Келиб чиқиш табиати бўйича	1. 1. Иқтисодий 1.2. Ижтимоий 1.3. Демографик 1.4. Табиий – иқлим шароити 1.5. Тарихий – миллий
II. Талабга таъсир қилиш характери бўйича	2.1. Умумий 2.2. Махсус (хусусий) характердаги
III. Талабга таъсир қилиш даражасини ўлчаш, миқдорлаш бўйича	3.1. Бевосита (тўғридан – тўғри) 3.2. Билвосита ўлчанувчи

Келиб чиқиши бўйича омиллар 5 га бўлинади:

- Иқтисодий омиллар - аҳолининг пул даромадлари ва уларнинг итимоий гурухларга тақсимланиши, чакана савдо, товарлар таркиби, ҳажми, аҳолини ижтимоий ҳимоя қилиш фондлари, аҳолининг шахсий хужаликларидан олаётган маҳсулотлари ва узоқ; муддат ишлатиладиган уй-рузғор товарлари билан таъминланганлиги ва бошқалар;

- ижтимоий омиллар - аҳолининг ижтимоий ва малакалари бўйича таркиби, уларнинг билим ва маданий савиялари;

⁹ Б.Абдукаримов. Ички савдо иқтисодиёти. Т.; “иқтисод-молия”. 2010 йил 158-б,

- демографик омиллар - аҳоли сони, миллий таркиби, жинси, ёши, оила ва ўртача ҳажми, шаҳар ва қишлоқ. ҳудудларининг тоифаси ва хоказо.

- табиий иқлим шароитлари - йил давомида фасллар, ҳудуднинг рельефи ва бошқалар;- миллий - тарихий омиллар - миллий удумлар, урф - одатлар, анъаналар, турмуш шароитлари ва боихалар.

2.1.2 - жадвал

Омилларнинг намоён бўлиш аломатлари¹⁰.

1.1. Иқтисодий -	Миллий даромадни миқдори, тақсимланиши; аҳолининг даромади ва аҳоли гуруҳларига тақсимланиши; баҳонинг миқдори; аҳолини айрим товарлар билан таъминланганлиги (автомобил, телевизор, ҳ олодильник, мебел).
1.2. Ижтимоий -	Давлатнинг тақсимои сиёсати; жамиятни социал таркиби; аҳолининг моддий фаровонлиги; мода, эстетик (дид), истеъмол маданияти.
1.3. Демографик -	Аҳолини сони, таркиби; оила сони таркиби; қишлоқ ва шаҳар аҳолиси; миграцион жараён.
1.4. Табиий – иқлимий -	Табиий- иқлимий шарт – шароит
1.5. Тарихий – миллий -	Миллий урф – одат; Менталитет; Яшаш тартиби ва ҳ.к.
2.1. Умумий -	Аҳолини даромади; Ҳаражатлари; Аҳолини сони; Баҳо.
2.2. Махсус (хусусий) -	Айрим товарларга талабни шакллантирувчи омиллар. Масалан: уй – жой қурулиши; электрлаштириш; газлаштириш; сув таъминоти ва ҳ.к.
3.1. Бевосита -	Бунга юқорида келтирилган таъсир даражасини ўлчаш мумкин бўлган омиллар
3.2. Билвосита -	Мода, истеъмолчиларни ҳулки; ҳоббийси ва ҳ.к.

¹⁰ .Абдукаримов. Ички савдо иқтисодиёти. Т.; “иқтисод-молия” . 2010 йил 158-б,

Талабни шакллантириш омиллари ўз таъсири бўйича умумий ва хусусий булади. Талаб шаклланишининг барча жараёнларига таъсир этувчи умумий хилларга: даромад даражаси, аҳоли сони ва товарга бўлган бадаллар киради.

Наманган вилоятининг истеъмол товарлари бозори ва унинг таркибини таҳлил қилганимизда қуйидаги ҳолатлар аниқланди (2.1.3-жадвал). Наманган вилоятининг аҳоли жон бошига чакана савдо айланмасининг 2010 – 2012-йиллар давомида ўсиш кўрсаткичлари бир бирига яқин. Бироқ, унинг таркиби эса яъни озиқ-овқатларнинг жами жакана савдо айланмасидаги улуши Республиканинг ўртача кўрсаткичларидан юқори. Шунингдек 2010-2012-йилларда Республиканинг истеъмол товарлари бозорида озиқ-овқат товарларининг улуши 48,4 % ни ташкил этиб 2012-йилда 49,2 %ни ташкил этган бўлиб унинг янада ўсишини кузатишимиз мумкин. Бироқ, Наманган вилоятида эса бунинг акси бўлиб 2012-йилда истеъмол товарлари бозорида озиқ-овқатларнинг улуши 31,9 % ни ташкил этиб 2010 йилга нисбатан 5,3 % га яна қисқарган. Фикримизча, бунинг асосий сабаби асосий турдаги озиқ-овқат маҳсулотлари оила хўжаликларида ўз эҳтиёжи учун ишлаб чиқарилиб истеъмол қилинишидир. Республиканинг ўртача кўрсаткичини юқорилиги асосан Тошкент шаҳри ва вилоят марказларидаги аҳолини озиқ-овқат истеъмоли нисбатан юқори. Наманган вилоятининг аҳоли жон бошига озиқ-овқат товарлари истеъмоли ҳажми Республикаимизнинг умумий кўрсаткичидан паст ва 2012-йилда Республикада аҳоли жон бошига озиқ-овқат чакана савдоси 610,1 минг сўмни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич Наманган вилоятида атига 345,3 минг сўмни ташкил этган. Шунинингдек, Республикада ҳам Вилоятимизда ҳам чакана савдонинг 2010-2012-йиллардаги ўсиши 165 % ни ташкил этган.

Вилоятимизда нон ва нон маҳсулотлари бозорининг ўзгаришлари ҳолатларини таҳлил қилганимизда эса қуйидагилар аниқланди. Аҳоли жон бошига нон маҳсулотлари савдоси Республикаимизда 2010-2012-йиллар

давомида 155 % га, вилоятимизда эса 141 % га ўсиган. Вилоятда нон маҳсулотларининг жами озиқ-овқат чакана савдосидаги улуши Республиканинг умумий кўрсаткичидан юқори бўлиб 2010 йилда 3,2 % ни ташкил этган бўлса 2012-йилда 3,4 % ни ташкил этган. Бу кўрсаткич ўз навбатида бошқа озиқ-овқат товарларига нисбатан нон истеъмолини ўсганлигини тасдиқлайди. Бироқ, Республиканинг ўртача кўрсаткичидан нон маҳсулотлари истеъмоли Наманган вилоятида пастлигича қолмоқда. Аҳоли жон бошига 2010 йилда Республикада 10,5 минг сўмлик нон истеъмол қилинган бўлса вилоятда бу кўрсаткич 6,9 минг сўмни ташкил этган, 2012-йилда эса Республикада 16,3 минг сўмни ташкил этган бўлса, Наманган вилоятида 9,7 минг сўмни ташкил этган ҳолос. Биз бу кўрсаткичларни фақат нисбий деб ҳисоблаймиз. Сабаби вилоятимизнинг аксарият оилалари нон ва нон маҳсулотларини оила хўжаликларида ўзининг истеъмоли учун ишлаб чиқаради ва бу кўрсаткичлар вилоятнинг статистик кўрсаткичларида акс эттирилмайди (2.1.3-жадвал). Юқоридаги ҳолат ун, ёрма ва макарон маҳсулотлари чакана савдоси таҳлилидан ҳам аниқлашимиз мумкин. Республикада аҳоли жон бошига ун, ёрма ва макарон маҳсулотлари чакана савдоси 45,8 минг сўмни ташкил этган бўлса 2012-йилда 64,1 минг сўм бўлиб 139,8 %га ўсган. Вилоятда эса бу кўрсаткичлар тегишли равишда 2010 йилда 34 минг сўм, 2012-йилда 11,2 минг сўм бўлиб 93,6 % га пастлаган. Бироқ вилоятимизда ун, ёрма ва макарон маҳсулотларининг жами озиқ-овқатлар чакана савдосидаги улуши Республиканинг ўртача кўрсаткичидан юқори. Жами аҳоли жон бошига озиқ-овқатлар чакана савдосида ун, ёрма ва макарон маҳсулотларининг улуши Республикада 2010 йилда 6,1 %ни, 2012-йилда 5,2 %ни ташкил этган бўлса, вилоятимизда бу кўрсаткич 2010 йилда 15,8 % ни, 2012-йилда 11,2 % бўлган.

Ўзбекистон ва Наманган вилояти истеъмол товарлари бозорда талаб ҳажми ва таркиби таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил		2012-йил		Ўсиши	
		Ўзбекистон	Наманган	Ўзбекистон	Наманган	Ўзбекистон	Наманган
1.Бозорнинг ҳажми:	Млрд сўм	21872,8	1297,0	36946,4	2166,2	103,0	107,2
2. Аҳоли жон бошига сотилди	Минг сўм	765,7	559,2	1240,8	897,9	162,0	160,6
Жумладан: 3.Озиқ-овқат товарлари ҳажми	Млрд сўм	10583,7	485,3	18166,4	692,0	103,0	107,2
бозордаги улуши	%	48,4	37,4	49,2	31,9	103,0	107,2
3.2. аҳоли жон бошига озиқ-овқат чакана савдо айланмаси	Минг сўм	370,5	209,3	610,1	285,9	164,7	136,6
3.3. Нон ва нон маҳсулотлари сотилди жами	млн.сўм	306,9	15618,2	490,5	23623,8	159,8	151,3
	тонна	772,0	16,8	720,0	16,6	93,3	98,8
аҳоли жон бошига нон маҳсулотлари сотилди	сўм	10538,9	6915,3	16353,3	9759,5	155,2	141,1
Озиқ-овқатлардаги улуши	%	2,9	3,2	2,7	3,4	93,1	106,1
ун, ёрма (дуккакларни қўшган ҳолда), макарон маҳсулотлари.	Млрд сўм	1334,2	76,7	1921,2	77,2	144,0	100,6
ун, ёрма (дуккакларни қўшган ҳолда), макарон маҳсулотлари ҳоли жон бошига сотилди.	Минг сўм	45,8	34,0	64,1	31,9	139,8	93,9
Озиқ-овқатлардаги улуши	%	6,1	15,8	5,2	11,2	85,2	70,6
3.4.Қандолат маҳсулотлари сотилди жами	Млрд сўм	222,2577	14,4	399,6608	22	179,8	152,8
3.4.Қандолат маҳсулотлари аҳоли жон бошига сотилди жами	минг сум	7,6	6,4	13,3	9,1	174,6	142,5
Озиқ-овқатдаги улуши	%	2,1	3,0	2,2	3,2	104,8	107,1

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Вилоятда қандолат маҳсулотларини истеъмол қилиш даражаси Республикамизнинг ўртача кўрсаткичлардан яхши эканлиги аниқланди. Сабаби жами озиқ-овқат истеъмолида қандолат маҳсулотларининг улуши 2010 йилда Республикада 2,1 % ни ташкил этган бўлса, вилоятимизда бу кўрсаткич 3 % ни, 2012-йилда эса Республикада 2,2 % ни ташкил этган бўлса вилоятимизда бу кўрсаткич 3,2 % га тўғри келган. Қандолат маҳсулотлари истеъмолининг ўсиши Республикамизнинг ўртача кўрсаткичларидан паст эканлиги тадқиқотлар наижасида аниқланди.

Юқоридаги таҳлилий маълумотлардан биз қуйидаги хулосаларни чиқаришимиз мумкин:

- Наманган вилояти истеъмол товарлари бозорида озиқ-овқатларнинг улуши Республикамизнинг ўртача кўрсаткичидан паст бўлиб бошқа вилоятларига нисбатан истеъмол таркиби юқори ва бозор ривожланган;

- Нон ва нон маҳсулотлари истеъмоли эса Республикамизнинг ўртача кўрсаткичларидан паст бўлиб, унинг асосий сабаби нон ва нон маҳсулотлари ўй хўжаликларида ўз истеъмоли учун ишлаб чиқариш ривожланган;

- ун, ёрма ва макарон маҳсулотлари истеъмоли Республикамизнинг ўртача истеъмолидан юқори бўлиб ундан тайёрланадиган маҳсулотлар ҳам ўй хўжалигида ўзининг истеъмоли учун ишлаб чиқарилади;

- қандолат маҳсулотлари истеъмоли эса республикамизнинг ўртача кўрсаткичларидан юқори бўлиб унинг савдоси яхши ривожланган

Вилоятда 2012-йилда 2008 йилга нисбатан қандолат маҳсулотларини нархлари 2,2 мартага, ун 2 марта, нон ва нон маҳсулотлари 2,2 мартага ўсган. Агар 5 йил жавомида ўртача ўсиш фоизларини аниқлаганимизда қандолат маҳсулотларини нархлари 122,1 %, ун 121,0 %, нон ва нон маҳсулотлари нархи эса 124,6 %га ўсган (2.1.4-жадвал).

Вилоятда нон ва нон маҳсулотлари чакана савдосининг асосий қисми шаҳар ва туман марказларидаги чакана савдо шаҳобчалари ҳамда бозор комплекслари, умумий овқатланиш шаҳобчалари, маҳаллалар гузарлари

нонвойлари ҳиссасига тўғри келади. Нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ташкилий тузилиши ва уларнинг улушини таҳлили статистик ҳисобатларда қайд этилмайди. Шунга кўра уларни аниқлаш учун сациологик ва анкета тадқиқотлардан кенг фойдаланилади.

2.1.4-жадвал

Наманган вилоятида қандолат, ун ва нон маҳсулотларининг ўртача нархининг ўзгариш динамикаси

№	Маҳсулотлар	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011- йил	2012- йил	2012/20 08 га нисбат ан ўсиши (марта)	ўртача ўсиш (%)
1	Қандолат маҳсулотлари	3046,7	3359,3	4367, 4	6009,8	6639,6	2,2	122,1
2	Ун	487,0	537,7	607,1	925,3	1003,5	2	121,0
3	Нон ва нон маҳсулотлари	513,5	588	929,1	1126,1	1180,3	2,2	124,6

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Рационал истеъмол — илмий асосланган чегараларга мос равишда аҳолининг товар ва хизматлар истеъмоли. У аҳоли эҳтиётларининг тўлиқ кондирилишини таъминлайди ва шахснинг ҳар томонлама гармоник ривожланишини юзага келтиради. Унинг миқдорий ҳажми махсус рационал истеъмол нормаларни ишлаб чиқиш йўли билан аниқланса, умум миқёси яъни масштаби — рационал истеъмол савати ва рационал бюджети ёрдамида ўрнатилади.

Рационал истеъмол нормалари инсонни оқилона эҳтиёжларини кондиритиш учун зарур бўлган фан томонидан тавсия этилган айрим моддий бойлик ва хизматлар истеъмолидир. Улар асосий озиқ-овқат маҳсулотлари бўйича (физиологик нормалар), уст - бош ва кейим кечак бўйича ва ишлаб чиқариш характеридаги моддий хизматлар бўйича ишлаб чиқилади. Узоқ муддат фойдаланиладаган товарлар бўйича ҳам аҳолининг рационал таъминланганлиги нормативлари мавжуддир.

Озиқ - овқат маҳсулотлари, кийим-кечак ва айрим тур хизматлар бўйича рационал нормалар аҳоли жон боши ҳисобида ҳисобланса, аҳолининг узоқ муддат фойдаланидиган товар бўйича рационал таъминланганлик – 100 та оила ёки 1000 аҳолига нисбатан ҳисобланади.

Озиқ-овқат маҳсулотлари истеъмолининг физиологик нормалари аҳоли ёши ва жинси бўйича ҳамда табиий иқлимий зоналардаги гуруҳлар бўйича дефферинцияланади.

Рационал истеъмол нормалари ишлаб чиқилган товарлар улуши умум давлат ва кооператив савдо чакана товарообороти ҳажмини 7 % дан ортиқдир. Вақт-вақти билан ушбу нормалар қайта кўриб чиқилади (5-10 йилда 1 мартда).

Ҳозирги кунда аҳоли жон бошига йилик озиқ - овқат ва кийим - кечак маҳсулотлари бўйича қуйидаги нормалар ўрнатилган: гўшт ва гўшт маҳсулотлари - 73 кг, балиқ - 18,2 кг, сут ва сут маҳсулотлари – 413 кг, тухум – 274 дона, ўсимлик мойи – 9,1 кг, шакар 40,5 кг, нон ва нон маҳсулотлари ун шаклида 129 кг, картошка – 97 кг, сабзавотлар -146, мева – 114 кг, барча турдаги матолар – 58 м, ички трикотаж – 8,25 дона, пойафзал - 3,3 жуфт¹¹.

Наманган вилоятини жами талабини қондирилишини рационал нормага мослигини аниқлаш учун жами ун, нон ва макарон маҳсулотлари истеъмолини аҳоли жон бошига ҳисоблаш орқали таққослаш мумкин.

Бироқ статистик ҳисоботларда нон ва нон маҳсулотлари чакана савдоси ун шаклида кўрсатилмайди. Шунинг учун биз белгиланган стандарт талаблари ва базорларда сотилаётган нон ва нон маҳсулотларининг ўртача оғирлигини тадқиқ қилган ҳолда, шунингдек оила ҳўжаликларида истеъмол қилинаётган нон ва нон маҳсулотлари ҳисобини сўров анкеталари ўтказган ҳолда аниқлашимиз мумкин. Бунинг учун стандарт меъёрлари ҳамда корхоналарда ишлаб чиқарилаётган нон ва

¹¹ Ш.С.Салимов. истеъмол иқтисодиёти. Самарқанд -2008 й. Маърузалар матни. Манба.
<http://uz.denemetr.com/download/docs-76265/768-76265.doc>

макарон маҳсулотлари ишлаб чиқаришга сарф этилаётган 1 кг маҳсулот учун ун миқдорини аниқлаб олиш лозим. Бизнинг тадқиқотларимизга кўра ўртача 1 кг нонга 0,41 кг, макаронга эса 0,92 кг ун сарфи меъёрлари аниқланди.

2.1.5-жадвал

Наманган вилоятида ун ва нон маҳсулотлари билан аҳоли жон бошига рационал истеъмол нормаларини қондирилиши таҳлили

кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2012-йил	2013-йил
Аҳоли жон бошига нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо айланмаси ун ҳисобида	кг	7,4	6,8
Аҳоли жон бошига ун маҳсулотлари истеъмоли	Кг	12,7	11,5
Аҳоли жон бошига макарон маҳсулотлари истеъмоли	Кг	2	2,3
Жами	Кг	22,1	20,6
Рационал меъёр	Кг	129	129
Фарқи	+/-	106	108
Рационал меъёр бўйича қондирилиш даражаси	%	17	16

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

2.1.5-жадвал маълумотларига кўра вилоятда статистик ҳисоб бўйича 2012-йилда истеъмол меъёрлари бўйича нон ва нон маҳсулотлари билан аҳолини қондирилиш даражаси 17 %, 2013-йилда эса 16 % ни ташкл этмоқда.

Бироқ бу кўрсаткичлар нисбий ҳисобланиб доимий равишда янгиланиб борилади. Бозор иқтисодиёти шароитида истеъмол рационал истеъмолга яқинлашиб боради. Замонавий жамият бу соҳада чоралар мажмуасини ишлаб чиқариб уни ҳаётга тадбиқ этади. Мазкур жараённи тафсифловчи миқдорий кўрсаткичлардан бири бўлиб айрим товарларни ҳақиқий

истеъмолининг рационал нормаларга яқинлашишида намоён бўлмоқда. Озиқ-овқат маҳсулотлари бўйича масалан озиқлантириш кучи катта бўлган маҳсулотларини (гўшт,сут,тухум)нинг истеъмоли кўпайиши натижасида озиқ кучи кам бўлган (картошка, нон) маҳсулотлари истеъмолининг камайишида намоён бўлади. Натижада озиқ-овқат маҳсулотларининг ҳақиқий истеъмоли рационал нормаларга яқинлашиб боради.

Вилоятда нон ва нон маҳсулотлари билан таъминланишини баланс таҳлили орқали ун, нон, макарон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талабни кондирилиш даражасини таҳлил қилиш ва талаб ва мутаносиблигига баҳо бериш мумкин.

Вилоятда қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш 2010-2012-йилар давомида 7 мартага ўсганлигини ҳисобига аҳолини жон бошига ишлаб чиқариш 0,1 кг га ортган. Шунингдек, ун маҳсулотлари ишлаб чиқариш эса талаб ҳажмига нисбатан 2010 йилда аҳоли жон бошига 9,2 кг, 2012-йилда 16,6 кг ортиқча. Нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш эса 2010 йилда талабга нисбатан 1,7 кг.га, 2012-йилда эса 2,9 кг.га кўп. Таҳлилий маълумотлар вилоятда ишлаб чиқарилаётган ун, нон ва қандолат маҳсулотлари истеъмол бозорида юқори рақобат мухити шаклланганлигини англатади. (2.1.6-жадвал). Бундан қуйидагиларни хулоса қилиш мумкин:

Вилоятимизда нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш кенг ривожланган ва уларнинг савдоси ҳам шунга мувофиқ равишда ривожланмоқда. Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида рақобат мухитини шаклланганлиги уларнинг сифатини яхшиланиб боришига ва ўз навбатида уларни таъминоти масалаларида ривожланиш юқори эканлигидан далолат бермоқда.

2.1.6-жадвал

Наманган вилоятида 2010-2012-йилларда истеъмол товарларини аҳоли жон бошига ишлаб чиқариш ва сотиш кўрсаткичларинг баланс таҳлил

кг

Кўрсаткичлар	2010 йил	2012- йил	Ўсиши
1.1.Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди	0,2	1,4	700
1.2.Қандолат маҳсулотлари чакана савдо айланмаси	1,4	1,3	92,9
Фарқи (1.1-1.2)	-1,2	0,1	
2.1.ун маҳсулотлари ишлаб чиқарилди	40,5	28,4	70,1
2.2.ун маҳсулотлари чакана савдо айланмаси	31,3	11,8	37,7
Фарқи (2.1-2.2)	9,2	16,6	
3.1.нон маҳсулотлари ишлаб чиқарилди	9,1	9,7	106,6
3.2.нон маҳсулотлари чакана савдо айланмаси	7,4	6,8	91,9
Фарқи (3.1-3.2)	1,7	2,9	

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

2.2. Вилоятда нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлили

Ун ва нон маҳсулотлари аҳолини бирламчи яъни физиологик эҳтиёжларини қондирувчи асосий товар ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Аҳолини ватанимизда ишлаб чиқарилган ун ва нон маҳсулотлари билан таъминлашни яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2003 йил 25 мартдаги 155-сонли қарори билан “Ўздонмаҳсулот” АК га қуйидаги вазифалар белгилаб берилган:

- улгуржи ва чакана савдода сотилаётган ун ва нон маҳсулотларига бўлган истеъмол талабини чуқур ўрганишни ташкил этиш;

- корхона томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ассортиментини аҳоли талабига мувофиқ оқилона ўзгартириш;

- улгуржи ва чакана савдо тизимида уннинг турли навларига ва нон маҳсулотлари турларига бўлган ички истеъмол талабини ўрганиш;

- истеъмол талаби прогнозини ишлаб чиқиш ва шу асосда озуқабоп буғдой ва ун ресурсларидан оқилона фойдаланиш тизимини жорий этиш;

- ички ва ташқи бозорларда, биринчи навбатда чегарадош давлатлар бозорларида ғалла, ун ва нон маҳсулотлари бозори конъюнктураси мониторингини ташкил этиш;

Озиқ-овқат саноати мамлакатимиз иқтисодиётининг муҳим таркибий қисми ҳисобланади ва унда аҳолининг бирламчи ва асосий эҳтиёжларини қондирувчи товарлар яратилади. Шунинг учун ҳам мамлакатимиз озиқ-овқат саноатини ривожлантириш иқтисодиётнинг бош соҳаси ҳисобланади. Нон саноати эса озиқ-овқат саноатининг энг муҳим тармоғидир. Ноннинг турли навларини, буханка, булка ва тешиккулча, пар-ҳез, диабетик ва шифобахш нон турларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган. Ўзбекистонда новвойлик қадимий тарихга ва бой анъаналарга эга. Нон деярли ҳар бир оилада тайёрланишига қарамай, шаҳарлар ва йирик қишлоқларда йирик новвойхоналар аҳолининг ёпилган нонга бўлган эҳтиёжларини таъминлашда муҳим мавқеда турган. Новвойлик касб-хунарнинг ноёб тури сифатида ривожланган. 1929 йилда Самарқанд ва Тошкент шаҳарларида дастлабки нон пиширадиган саноат корхоналари қурилгач, новвойчилик озиқ-овқат саноати тармоғига айланди. Кейинги йилларда Қўқон (1930), Қарши (1936), Термиз (1940), Бухоро (1946), Урганч (1955), Наманган (1961) каби йирик шаҳар ҳамда шаҳарча, туман марказлари, йирик қишлоқларда нон заводлари, новвойхоналар қурилди. Ўзбекистонда нон саноати европача нон хилларини ишлаб чиқарадиган нон заводалари ва новвойхоналарни қуриш йўналишида ривожланди. 1960—1985 йилларда Тошкент, Жиззах, Нукус, Ангрен каби шаҳарларда катта (100т/сутка) ва ўрта (30 т/сутка) қувватга эга бўлган 15 та нон заводалари қурилиб ишга туширилди. Нон саноати корхоналарида миллий нонларни саноат усулида ишлаб чиқариш имкониятини берадиган печлар (Брувералихов, Данько-Семёнов печлари) ўрнатилди.

Ҳозир «Ўздонмаҳсулот» ДАК тизимида ҳар бир суткада 3 т дан 120 т гача нон ишлаб чиқариш қувватига эга бўлган 200 дан ортиқ катта, ўрта ва кичик нон корхоналар фаолият кўрсатади. Уларда дунёдаги энг илғор «Винклер» (Германия) ва «Экмасан» (Туркия) каби фирмаларнинг

замонавий жиҳозлари ўрнатилган. Ҳозир «Тансиқ нон» (Тошкент), «Бухоро нон», «Самарқанд нон», «Нукус нон», «Ризқ» (Андижон), «Қарши нон» акциядорлик жамиятлари тизимдаги йирик нонзоводлари ҳисобланади. Нон ишлаб чиқариш корхоналари фақатгина йирик шаҳарларда эмас, балки қишлоқ жойларида ҳам ривожланган. Кейинчалик, «Ўзбекбирлашув» акциядорлик компанияси таркибида 844 та нон ишлаб чиқариш цехлари, 3 мингга яқин тандир (новвойхона) ва кичик корхоналар фаолият юритди ва ҳозирда ҳам фаолият юритиб келмоқда. Улар томонидан йилиг 200 минг тонна нон маҳсулотлари тайёрланди. Ўзбекистон нон саноати корхоналарида 300 хилдан кўпроқ нон ишлаб чиқарилади. Жаҳонда Италия, Германия, Туркия, АҚШ, Хитой ва бошқа мамлакатларда нон саноати ривожланган. Киши бошига ўртача йилик нон истеъмол қилиш кўрсаткичлари Италия, Дания, Германияда 70—82 кг ни, Буюк Британия ва Францияда 42—45 кг ни ташкил этади, Ўзбекистонда¹² эса бу кўрсаткич 26 кг ни ташкил этади.

Наманган вилоятида 2014 йилда 200 та озиқ-овқат саноати корхоналари фаолият юритиб улардан 31 таси қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи ва 51 таси нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи субъектлардир. Вилоятда 3 та йирик дон маҳсулотларини қайта ишлаб нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи қуйидаги йирик корхоналар фаолият юритмоқда: “Намангандонмаҳсулотлари” АЖ, “Учкўрғондонмаҳсулотлари” АЖ ҳамда “Попдонмаҳсулотлари” АЖ. Наманган шаҳридаги “Мўжиза-Н” МЧЖ корхонаси шаҳар аҳолисини нон ва нон маҳсулотлари билан таъминловчи корхонадир. Аммо вилоятда нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ўрганишдан олдин вилоятнинг истеъмол товарлари бозоридаги жами таклиф ҳажми ва унинг таркибини таҳлил қилиш лозим деб ҳисоблаймиз (2.2.1-дажвал).

¹² Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг йиллик статистик тўплами. Т.2012-йил, 151 б

2.2.1-жадвал

Ўзбекистон ва Наманган вилояти истеъмол товарлари бозорида 2010-2012-йилларда таклиф ҳажми ва таркиби

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил		2012-йил		Ўсиши	
		Ўзбек	Нам	Ўзбек	Нам	Ўзбек	Нам
1	2	3	4	5	6	7	8
Ялпи ҳудудий маҳсулот	Млрд сўм	62388,3	2578,5	96589,8	3759,2	154,8	145,8
Саноатнинг ўрни	%	23,9	9,1	24	9,9		
Жами истеъмол товарлари ишлаб чиқариш	Млрд сўм	11780,1	441,9	18292,7	819,2	155,3	185,4
аҳоли жон бошига	Минг сўм	404,5	195,7	609,9	338,4	150,8	173,0
Ишлаб чиқарилган истеъмол товарларининг чакана савдо айланмасидаги улуши	%	53,9	34,1	49,5	37,8		
Жами озиқ-овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш	Млрд сўм	4010,1	279,6	6513,1	539,6	162,4	193,0
Жами аҳоли жон бошига озиқ- овқат истеъмол товарлари ишлаб чиқариш	Минг сўм	137,7	123,8	217,2	222,9	157,7	180,1
Жами ноозиқ-овқат товарлари ишлаб чиқариш	Млрд сўм	7770,0	162,3	11779,6	279,6	151,6	172,3
Аҳоли жон бошига ноозиқ- овқатлар товарлари ишлаб чиқариш	Минг сўм	266,8	7,2	392,7	11,6	147,2	160,7
ишлаб чиқарилган озиқ-овқатларнинг, озиқ-овқат чакана савдо айланишидаги улуши	%	37,9	57,6	35,9	78,0		
ишлаб чиқарилган ноозиқ- овқатларнинг, ноозиқ-овқат чакана савдо айланишидаги улуши	%	2,4	0,9	2,1	0,8		

1	2	3	4	5	6	7	8
3.4.Қандолат махсулотлари чакана савдода сотилди	тонна	86000	3305,3	92000	3312,1	107,0	100,2
3.4.Қандолат махсулотлари ишлаб чиқарилди	тонна	10320	459	11040	3490	107,0	760,3
3.4.Қандолат махсулотлари ишлаб чиқарилди аҳоли жон бошига	кг	0,35	0,20	0,37	1,4	103,9	709,4
3.4.Ишлаб чиқарилган қандолатни унинг чакана савдо айланмасидаги улуши	%	12	13,9	12	105,4		
3.4.Нон махсулотлари чакана савдода сотилди	тонна	772000	16810,9	720000	16687,8	93,3	99,3
аҳоли жон бошига	кг	26,5	7,4	24,0	6,9	90,6	92,6
3.4.нон махсулотлари ишлаб чиқарилди	тонна	912900	20655,0	1062000,00	23675,5	116,3	114,6
аҳоли жон бошига	кг	31,3	9,1	35,4	9,8	113,0	106,9
Ун махсулотлари ишлаб чиқарилди	тонна	1579800	20671,6	1820300	40379,9	115,2	195,3
Ун махсулотлари ишлаб чиқарилди	Минг сўм	958938600	12547639,48	1782073700	39531969,41		
Ун махсулотлари ишлаб чиқарилди аҳоли жон бошига	кг	54,2	9,2	60,7	16,7	111,9	182,3
	минг сум	32,9	5,6	59,4	16,3	180,4	294,0
ишлаб чиқарилган унларнинг чакана савдо айланмасидаги улуши	%	71,9	16,3	92,8	51,2		

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

2.2.2-жадвал

Наманган вилоятида ғалла, ун ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлили

Йиллар	Ғалла (тонна)	Ун (тонна)	Макарон (тонна)	Нон (тонна)	Қандолат маҳсулотлари
2008	408600	136144	2023	52115	168
2009	434800	139921	3536	52467	410
2010	441000	140723	2560	42032	459
2011	439205	152875	2556	55237	868
2012	439205	210988,0	7035	83543	3490
2012-йилда 2008 йилга нисбатан (марта, %)	107	155	3,4 марта	160	20,7 марта
5 йилда ўртача ўсиш (%)	101,8	112,5	155,6	115,9	236,8

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Наманган вилоятида 2008 йилда 408600 тонна ғалла етиштирилиб, удан 136144 тонна ун ишлаб чиқарилган бўлса, 2012-йилда ғалла етиштириш ҳажми 107 % га, удан ун ишлаб чиқариш 155 % га ўсган. Вилоятда нон, макарон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи субъекталарни кўпайиши ва ишлаб чиқаришни кенгайтирилиши натижасида нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш 2012-йилда 2008 йилга нисбатан 160 % га, макарон маҳсулотлари ишлаб чиқариш 3,4 мартага ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш эса 20 мартага ўсган. 2008-2012-йилларда маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ўртача ўсишига эътибор қаратганимизда 5 йилда йилига ун маҳсулотлари ишлаб чиқариш 112,5 % га, макарон маҳсулотлари ишлаб чиқариш 155,6 % га, нон ишлаб чиқариш 115,9 % га, қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш эса 2,3 мартага ўсган. (2.2.2-жадвал)

2.2.3-жадвал

**Наманган вилоятида аҳоли жон бошига ғалла, ун ва нон маҳсулотлари
ишлаб чиқариш кўрсаткичлари**

Йиллар	аҳоли сони	Ғалла (тонна)	Ун (тонна)	Макарон (тонна)	Нон (тонна)	қандола т маҳсуло тлари
2008	2174,3	187,9	62,6	0,9	24,0	0,1
2009	2217,2	196,1	63,1	1,6	23,7	0,2
2010	2258,5	195,3	62,3	1,1	18,6	0,2
2011	2379,5	184,6	64,2	1,1	23,2	0,4
2012	2420,6	181,4	87,2	2,9	34,5	1,4
2012-йилда 2008 йилга нисбатан (марта, %)	111,1	97	139,2	3,1 марта	144,4	18 марта
5 йилда ўртача ўсиш (%)	102,73	99,19	109,58	151,95	112,70	230,99

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Наманган вилоятида 2008 йилда аҳоли жон бошига ун маҳсулоти ишлаб чиқариш 2011-йилга қадар бир меъёрга сақланган, бироқ 2012-йилга аҳоли жон бошига ун ишлаб чиқариш 87,2 кг ни ташкил этиб 5 йил давомида 139,2 %ни, ўртача ўсиш эса 109,5 %ни ташкил этган. Шунингдек, 2008 йилда нон ишлаб чиқариш аҳоли жон бошига 24 кг ни ташкил этган бўлса, 2012-йилда 34,5 кг.ни, макарон ишлаб чиқариш эса 2008 йилда 0,9 кг.ни ташкил этиб, 2012-йилда бу кўрсаткич 34,5 кг.га ўсган. Вилоятда қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш 2008 йилда аҳоли жон бошига атига 100 грамни ташкил этган бўлса, бу кўрсаткич 2012-йилда 1,4 кгни ташкил этиб йилига ўртача ўсиш кўрсаткичи 2,3 мартага тўғри келган (2.2.3-жадвал).

Вилоятда ун, нон ва макарон маҳсулотларини ишлаб чиқаришда бозор субъектларининг ўрни таҳлил қилинганда қуйидагича ҳолат аниқланди.

2.2.4-жадвал.

2.2.4-жадвал

Наманган вилоятида ун, нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи бозор субъектларининг улуши таҳлили

бозор субъектлари	2008 йил		2012-йил	
	тонна	жамига нисбатан улуши (%)	2012-йил	жамига нисбатан улуши (%)
Ун ишлаб чиқариш				
"Учқурғондонмаҳсулотлари" АЖ	56434,0	41,5	71450,0	33,9
"Попдонмаҳсулотлари" АЖ	17086,0	12,5	25041,0	11,9
"Намангандонмаҳсулотлари" АЖ	30024,0	22,1	24929,0	11,8
Якка тартибдаги тадбиркорлик	0,0	0,0	16330,0	7,7
Уй хўжалиги	32600,0	23,9	73070,0	34,6
Кичик корхоналар	0,0	0,0	168,0	0,1
Жами:	136144,0	100,0	210988,0	100,0
нон ишлаб чиқариш				
"Намангандонмаҳсулотлари" а.ж	1082,0	2,1	1955,0	2,3
"Попдонмаҳсулотлари" а.ж	0,0	0,0	551,0	0,7
"Учқўрғондонмаҳсулотлари" а.ж	0,0	0,0	742,0	0,9
"Мужица Н"	14866,0	28,5	0	0,0
Уй хўжалиги	22700,0	43,6	52180,0	62,5
Якка тартибдаги меҳнат фаолияти	3980,0	7,6	12385,0	14,8
Кичик корхоналар	3217,0	6,2	8510,0	10,2
Микрофирмалар	5500,0	10,6	3360,0	4,0
Ёрдамчи хўжалик	770,0	1,5	3860,0	4,6
Жами:	52115,0	100,0	83543,0	100,0
Қандолат ишлаб чиқариш				
Учқурғонёғ ОАЖ			37	1,1
Якка тартибдаги меҳнат фаолияти			2350	67,3
Уй хўжалиги	84,0	50,0	190,0	5,4
Кичик корхоналар	8,0	4,8	440,0	12,6
Ёрдамчи хўжалик	1,0	0,6	3,0	0,1
Микрофирмалар	75,0	44,6	470,0	13,5
Жами:	168,0	100,0	3490,0	100,0

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Ун ишлаб чиқариш бўйича 2008 йилда энг юқори улуш 41,5 % “Учқўрғондонмаҳсулотлари ОАЖга тегишли бўлган бўлса, 2012-йилда уй хўжаликларининг улуши 2008 йилдаги 23,9 %дан, 34,6 % га ўсган. Ун ишлаб чиқариш бўйича йирик корхоналар (Намангандонмаҳсулотлари” АЖ, “Учқўрғондонмаҳсулотлари” АЖ ҳамда “Попдонмаҳсулотлари”

АЖ)ларнинг ишлаб чиқаришдаги улуши 2008 йилдаги 76,1 %дан, 57,5 % га, ёки 18,5 % га қисқариб, кичик бизнесни улуши ошган.

Ўзбекистон Республикасининг 1995 йил 1 январда Ўзбекбирлашув тизимидаги нон пишириш корхоналарининг барча активлари ва пасивлари билан «Ўздонмахсулот» давлат корпорацияси таркибига ихтиёрий равишда ўтказиш бўйича махсус қарори қабул қилинди. Шунга кўра вилоятлардаги кўплаб нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш корхонлари “Намангандонмахсулотлари” АЖ, “Учқўрғондонмахсулотлари” АЖ ҳамда “Попдонмахсулотлари” АЖларга ўтказилди. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 25 мартдаги 155-сонли **“Аҳолини ватанимизда ишлаб чиқарилган ун ва нон маҳсулотлари билан таъминлашни яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”**ги қарорига асосан улгуржи ва чакана савдода сотилаётган ун ва нон маҳсулотларига бўлган истеъмол талабини чуқур ўрганишни ташкил этиш, «Ўздонмахсулот» давлат-акциядорлик корпорацияси корхоналари томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ассортиментини аҳоли талабига мувофиқ оқилona ўзгартириш каби масаллар ижросини таъминлаш учун “Намангандонмахсулотлари” АЖ, “Учқўрғондонмахсулотлари” АЖ ҳамда “Попдонмахсулотлари” АЖларнинг нон цехларида модернизациялаш дастурлари амалга оширилди. Натижада йирик корхонлар қошида нон ишлаб чиқариш йўлга қўйилди.

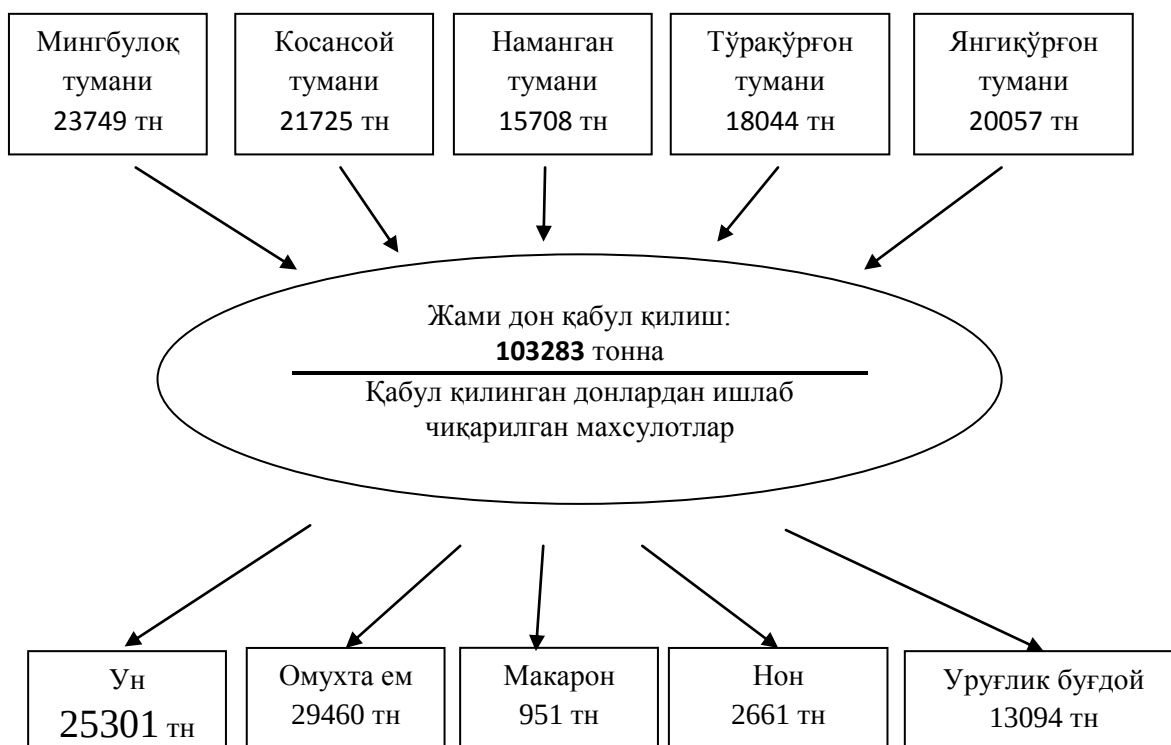
Вилоятда 2008 йилда йирик корхоналарнинг нон ишлаб чиқаришдаги улуши 2,1 %ни ташкил этиб жами 2082 тонна сифатли нон маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2012-йилда 3248 тоннага кўпайгани ҳолди, вилоят ишлаб чиқаришидаги улуши 4 %ни ташкил этди.

Юқоридаги қарорлар ижросини таъминлашда “Учқўрғондонмахсулотлари” АЖ тонидан қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш йўлга қўйилиб 2012-йилда 37 тоннадан зиёд ишлаб чиқарилди.

Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда 2012-йилда энг катта -13,5 % улуш микрофирмалар ҳиссасига тўғри келиб, улар томонидан 470

тоннадан ортиқ қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди. Кичик корхоналар томонидан 2008 йилда атига 8 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса 2012-йилга келиб 440 тоннани ташкил этди.

Наманган вилоятида етиштирилган дон маҳсулотлари захирасини ғамлаш, уни сақлаш ва қайта ишлаш тизимида “Намангандонмаҳсулотлари” ОАЖ етакчи корхоналардан бири ҳисобаланади.



3-расм. “Намангандонмаҳсулотлари” ОАЖнинг 2013-йилда маҳсулот ишлаб чиқариш қўрсаткичлари ва унинг Наманган вилояти туманлари бўйича тақсимооти

Корхона вилоятдаги 5 туманлардан, жумладан, Мингбулок, Косансой, Наманган, Тўрақўрғон ва Янгиқўрғон туманларидан дон қабул қилиб олиб, ишлаб чиқаришга таёрлайди ва қайта ишлаб, уч турдаги – олий, биринчи ва иккинчи навли ун маҳсулотлари, омухта ем, нон ва макарон маҳсулотлари ишлаб чиқаради ҳамда уруғлик тайёрлаш, бошқа донни қайта ишловчи корхоналаридан келтирилган ёрма маҳсулотларини қабул қилиш ва сотишга ихтисослаштирилган.

“Намангандонмахсулотлари” ОАЖ томонидан 2013-йилда фермер хўжаликларидан 103283 тонна дон махсулотларини харид қилган. Харид қилинган дон махсулотларидан 2013-йилда ун 23749 тн, омухта ем 29460 тн, макарон 951 тн, нон 2661 тн ишлаб чиқарилиб, 13094 тн уруғлик буғдой тайёрланди. **(1-расм)**

Корхона 2010 йилда 26208 млн сўмлик махсулот ишлаб чиқарган бўлса 2013-йилда бў кўрсаткич 39167 млн сўмни ташкил этиб 2010 йилга нисбатан 149,4 % ўсишга эришган. Қиймат жиҳатидан махсулот ишлаб чиқаришнинг ортган бироқ, миқдор жиҳатидан 2010 йилга нисбатан 2013-йилда ун ишлаб чиқариш 75,1 %га, макарон махсулотлари ишлаб чиқариш 99,6 %га , уруғлик буғдой тайёрлаш эса 90,6 % га пастлаган. Корхонада нон ва нон махсулотлари ишлаб чиқариш эса 2010 йилга нисбатан 2013-йилда 107 %га, омухта ем ишлаб чиқариш 182,5 %га ўсган. Корхонанинг нон цехида амалга оширилган модернизациялаш дастурларини бажарилишини нон ва нон махсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини ортишига олиб келди. (2.2.5-жадвал)

“Намангандонмахсулотлари” ОАЖда жами ишчилар 542 кишини ташкил этиб, шундан касаначилик меҳнати билан шуғулланувчилар 55 кишини ташкил этади, касаначилар, асосан, корхона ишчиларига махсулотлар етказиб бериш асосида фаолият кўрсатмоқда. Улар томонидан 8 млн 11 минг сўмлик махсулот ишлаб чиқарилди.

Корхонада 2013-йилда махсулот ишлаб чиқариш рентабеллик даражаси 14,0 %, умумий корхона рентабеллиги эса 0,4 % га тўғри келган. Молиявий ҳисоботлар натижаси таҳлилига кўра корхона кам рентабелли ҳисобланади. Корхонда 2013-йилда жами 542 нафар ишчи ходимлар меҳнат қилиб, меҳнат унумдорлиги ўртача битта ишловчига 69 млн 691 минг сўмни ташкил қилди. Корхона ўзининг ишлаб чиқариш фойдаланиш даражаси юқори эмас. Сабаби тегирмон цехида ишлаб чиқариш қувватларидан фойдаланиш даражаси атига 44.5 % ни, омухта-ем цехида 98.2 % ни ташкил этган.

2.2.5-жадвал

“Намангандонмаҳсулотлари” ОАЖнинг маҳсулот ишлаб чиқариш кўрсаткичлари таҳлили

Млн сўм

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил	2013-йил	2013-йилда 2010 йилга нисбатан ўсиш (%)
Маҳсулот ишлаб чиқариш	Млн сўм	26208	39167	149,4
Ун	тонна	33700,0	25301	75,1
Омухта ем	тонна	16142	29460	182,5
Нон маҳсулотлари	тонна	2486,0	2661	107,0
Макарон	тонна	955	951	99,6
уруғлик буғдой	тонна	14553	13094	90,0

Манба: “Намангандонмаҳсулотлари” ОАЖ маълумотлари асосида тайёрланди

Корхонада ишлаб чиқаришни кенгайтириш ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012-йил 7 мартдаги “Саноатда ишлаб чиқариш ҳаражатларини қисқартириш ва маҳсулот таннархини пасайтиришга доир кўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги 64-сонли қарори ижросини таъминлаш мақсадида ишлаб чиқариладиган маҳсулотлар таннархини 10,1 фоизга ёки 282,7 млн.сумга қисқартириш бўйича чора-тадбирлар комплекси ишлаб чиқилди ва улар қуйидаги йўналишлардан иборат бўлди:

- Хом-ашё ва материаллардан оқилона фойдаланиш, технологик жараёнларни оптималлаштириш, донни қайта ишлаб ун маҳсулоти олишда меъёрни 75 % урнига 75,5 % га ошириш ҳисобига қилинадиган иқтисод 57,3 млн. сўм;
- Электр-энергия сарфини 4,1 % га камайтириш, тегирмон, омухта-ем цехларини бўш ҳолатда ишлатмаслик, қувватдан фойдаланиш миқдорини ошириш, электр-энергияси кўп сарфланадиган двигателларни, чироқларни

урнига электр-энергия кам сарфлайдиганларига алмаштириш ҳисобига 7,5 млн.сум тежамкорлик этиш.

в) Технологик ускуналардан самарали фойдаланишни ташкил этиш натижасида ортиқча эҳтиёт қисмлар сотиб олмаслик, айрим деталларни корхонани ўзида тайёрлаш ҳисобига 33,0 млн.сум иқтисод қилиш;

г) Иш ўринларини қайта кўриб чиқиш, фуқароларни ишга кўп олмаслик, ортиқча штатлар сонининг камайтириш ҳисобига 28,6 млн.сўм иқтисод қилиш;

д) Донни қабул қилишда, фермер хўжалигидан дон қабул қилиш шаҳобчасигача бўлган масофаларни қайта кўриб чиқиш, транспорт харажатларини камайтириш донни тўкилиб-сочилишларига, исрофгарчиликларга йўл қўймаслик ҳисобига 27,5 млн.сўм иқтисод қилиш;

е) Фойдаланилмай ётган асосий воситаларни, бино ва иншоотларни сотиш, консервация қилиш амартизация, таъмирлаш харажатларини мақбуллаштириш ҳисобига қилинадиган тежамкорлик 93,6 млн.сўм.

ж) Айланма маблағлардан мақсадли фойдаланишни таъминлаш, давр харажатларини, МБА харажатларини хомийлик ва хайрия мақсадларидаги харажатларни камайтириш, жарима ва пенялар ҳисобланишига йўл қўймаслик, корхона молиявий ахволини яхшилаш ҳисобига 38,6 млн.сўм иқтисод қилиш.

2.3. Нон ва қандолат маҳсулотлари ассортименти ҳамда сифат кўрсаткичлари тадқиқоти

Товарлар ассортименти деб бирор белги бўйича бир-бирига ўхшаш товарлар турларининг йиғиндисига айтилади. Одатда турли ўлчовдаги ва кўринишдаги бир хил функционал хусусиятларга эга товарлар ассортиментни ташкил қилади.

Умуман, товарлар “Саноат ассортименти” («ишлаб чиқариш ассортименти») ва савдо ассортиментига бўлинади. ГОСТга мувофиқ «товарлар ассортименти» тушунчасини «товар ассортименти» ва «товар

номенклатураси» тушунчалари билан адаштирмаслик лозим. Бунда «товар номенклатураси» тушунчаси маркетологлар орасида мустаҳкам ўрнашиб олган бўлиб, ассортимент билан бир хил маънода фойдаланилади.

Товар номенклатураси бу барча товарлар ва уларнинг турлари рўйхати, ассортимент ҳақида гапирганда эса маълум бир тарзда гуруҳланган товарлар кўзда тутилади.

Товарлар ассортиментининг ГОСТ таърифига кўра кенг тавсифлаш мумкин, чунки биз кундалик турмушда масалан, кийим-кечак ассортименти, ширинликлар ассортименти ва ҳоказолар ҳақида гапиришга ўрганиб қолганмиз. Айтиш мумкинки, маҳаллий даражада «ассортимент» тушунчасига биз икки хил маъно киритамиз: бир томонидан, ассортимент, бу компания ишлаб чиқарадиган барча маҳсулотлар, бошқа томонидан эса, ассортимент, бу компания ишлаб чиқарадиган нарсаларнинг бирон-бир қисми. Кейинги ҳолатда товарлар кенгайтирилган ассортименти ҳақида гапириш тўғрироқ бўлади Рус тилида «ассортимент» деб битта ёки бир нечта ўхшаш, истеъмол қийматига эга товар гуруҳларига мансуб товарларни айтиш қабул қилинган.

Инглиз тилида assortment («ассортимент») товарларнинг битта гуруҳга, «product-mix» (у ҳам «ассортимент») эса — турли гуруҳларга мансублигини англатади.

«Йириклаштирилган» ва «ёйилган» товарлар ассортименти тушунчасини киритамиз. Атамаларни аниқроқ белгилаб олиш учун «ассортимент гуруҳи» тушунчаси асосан товар ва хизматларнинг савдо ассортиментиغا нисбатан, «товарлар гуруҳи» эса — товарлар саноат ассортиментиغا нисбатан ишлатилади.

Маҳсулот сифати - бу маҳсулотнинг ўз функциясига кўра айрим эҳтиёжларни қондиришини таъминлай оладиган хусусиятлари йиғиндисидир.

Маълумки, озиқ-овқат маҳсулотлари инсоннинг ҳаёт фаолиятида асосий роль йўнайди. Шунинг учун ҳам уларнинг сифати нафақат

бозордаги рақобат курашида ғолиб бўлиш, балки инсоннинг асосий физиологик эҳтиёжларини самарали қондириш учун ҳам керак.

Озиқ-овқат товарлари сифати бир қатор белгиларга ва меъёрлар мувофиқ бўлиши, тегишли стандарт талабларига мос ишлаб чиқарилиши талаб этилади.

Стандарт - мамлакатнинг барча ишлаб чиқариш ва савдо ташкилотлари итоат қилишлари зарур бўлган қонундир. Стандартлар ишлаб чиқаришни рационализация қилиш ва маҳсулот сифатини ошириш учун хизмат қилади.

Стандартлар ишлаб чиқаришга таъсир этади, ҳозирги замон техника ютуқларини яна ҳам тўлароқ ўзлаштиришга мажбур қилади, меҳнат унумдорлигини оширишга ёрдам беради. Бироқ, стандартлар аввалдан белгилаб берилган, ўзгармас қатъий бир нарса бўлмай, ишлаб чиқаришнинг яхшиланиши, аҳолининг маҳсулотлар сифати ва ассортиментиға талаби оша бориши натижасида тайёр маҳсулотлар сифатиға яна ҳам юқорироқ талаб қўядиган янги стандартлар билан алмаштириб турилади.

Ҳозирги вақтда Ўзбекистон Республикасида озиқ-овқат товарларига стандартлар Ўзбекистон Республикаси стандартлаштириш давлат қўмитаси томонидан ишлаб чиқилади.

Стандарт талаби билан белгиланадиган товарларнинг сифат кўрсаткичлари уларнинг озиқлик қийматини, лаззатлилиқ хусусиятларини, зарарсизлигини ва янгилигини, умуман маҳсулот сифатини кафолатлайди. Стандартлар ҳаридорларнинг ҳуқуқларини химоя қилади. Умуман давлат стандарти орқали ҳалқ истеъмоли товарларининг сифатини фан-техника тараққиёти даражаси, ҳалқ ҳўжалиги, аҳоли ва жаҳон бозори талабларига мос ҳолда бошқариш амалға оширилади.

Нон ва нон маҳсулотларининг асосий хом-ашёси бугдой энг кимматли дон экинларидан ҳисобланади. Экилиш вақтиға қараб, у кузги ва баҳорги, тузилишиға қараб эса юмшоқ ва қаттиқ турларға бўлинади. Бўғдойнинг

каттиқ нави юмшоғига кўра сифатлироқ бўлади, чунки унда оксил моддалар анча кўп бўлади. Қаттиқ бўғдой дони шишасимон, чузиқроқ, юмшоқ бўғдой эса унли, шакли юмалоқ бўлади. Бўғдойдан манний ёрмаси ҳамда силлиқланган бўғдой ёрмаси ишлаб чиқарилади.

Ун эса асосан, бўғдой ва жавдардан, баъзан арпа, маккажўхори, сули, нўхат, соя ва баъзи бошқа экинлардан тортилади.

Ун икки усул билан: дағал ёки оддий ва майин ёки навлаб тортиш усули билан олинади. Дағал тортилганда дон вальц ёки тегирмон тошида бир йўла ун қилинади. Бундай усул билан, асосан, жавдар уни олинади.

Бўғдой уни (кепакли ундан ташқари), одатда, майин тортиш усули билан олинади. Майин тортиш усулининг моҳияти шундан иборатки, унда бўғдой дони бегона аралашмалардан тозалангандан кейин ёрма қилиб янчилади, ёрма йирик-майдалигига қараб навларга ажратилгач, яна алоҳида-алоҳида тортилади. Ун бир неча нав қилиб тортилишига қараб, майин тортиш бир ҳил навли, икки ҳил навли ва уч ҳил навли бўлиши мумкин.

Ун тур, тип ва навларга бўлинади. Уннинг тури ун олинган дон экини билан белгиланади. Нима мақсадга мўлжалланганлигига қараб уннинг турлари типларга (нонбоп, макаронбоп ва бошқаларга), унинг тур ва типлари эса сифатига қараб, товар навларига бўлинади.

Наманган вилояти корхоналарида асосан бўғдойдан ун тортилади ва уни бўғдой уни деб атаймиз. Ун тортиш саноати қуйидаги навлардаги бўғдой уни тайёрлайди: крупчатка, аёло навли ун, 1-, 2-навлар ва жайдари ун.

Ўзбекистон Республикасида бўғдой уни Гост 26574-85 стандарт талаблари асосида ишлаб чиқарилади.

Бўғдой уни сифати “Донмахсулотлари илмий ишлаб чиқариш маркази” томонидан тасдиқланган o’zDSt 1172:2009 стандарт талаблари асосида ишлаб чиқарилиб уларга қуйидаги техник шартлар белгилаб берилган.

**Уннинг оргоналептик ва физик-кимёвий хусусиятлари
кўрсаткичлари**

Кўрсаткичлар номи	Белгиланган нормалар ва кўрсаткичлар
Таъми	Буғдой уни таркиби ўзгача таъмига эга бўлмаслиги, нордон ёки ачқимтир ва тахир бўлмаслиги керак
Хиди	Ўзгача хидсиз, намиққан, димиққан, моғорлангмаган бўлиши керак
Менерал аралашмалари мавжудлиги, 1 кг ун таркибида мг: 0,4 мг дан ошмаган ва ҳажми 0,3 ммдан кам бўлмаган микдорда	3,0
Зараркурандалар билан зарарданиш ҳолати	Йўл қўйилмайди

Манба: O'zDSt. Наманган вилоят бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Крупчатка. Қаттиқ ва юмшоқ бўғдойлар аралашмасидан тайёрланади. Бу ун бир текис майда зарралардан иборат бўлиб, ҳамир қорилганда яхши кўпчийди, унда кўпи билан 0,6% қўл ва ёпишқоқлиги камида 30%, ранги кремсимон оқ, бўлиб, кепаги бўлмайди дейиш мумкин.

Олий навли ун жуда майин тортилган, деярли қобик аралашмаган оппоқ ёки хиёл сарғиш рангли ундир. Бунда кўпи билан 0,55% қўл ва камида 28% хўл елим бўлади.(2.3.2-жадвал)

1- нав ун юмшоқ ва қаттиқ бўғдойни майин тортиб олинади. Тортилганда доннинг ўзак қисмида 2—3% кепаги қолади. 1-нав унда 0,75% қўл ва ёпишқоқлиги 30% дан кам бўлмайди.

2- нав ун ҳам юмшоқ ва қаттиқ бўғдойнинг аралашмасидан, аммо йирикроқ қилиб тортилади, унинг ранги сарғиш-қўл ранг, оқ товланади; 10—12% гача кепак 1,4% гача қўл ва ёпишқоқлиги камида 25% бўлади.

Ун маҳсулотлари сифатига қўйиладиган талаблар

Ун нави	Ранги	номлик % дан кам эмас.	РЗ-БПЛ	Клейкавийлиги	ИДҚ прибори бўйича клейкавийлиги, % дан кам эмас	Тортилиш даражаси			Бузилиш дарадаси “ЧП”, кам эмас
						Йириклига, % ГОСТ 4403 бўйича	Элакдаги қолдиги НД (2) бўйича кам эмас	Полиимид матоли элакдан ўтгани ГОСТ 4403	
Крупчатка	Оқ рангли	0,60	-	30	2-гарухдан кам эмас	Мос келиши	-	Ўтган	185
Олий навли	Оқ рангли	0,55		25			-		185
1-нав	Оқ рангли	0,75		28					15
Ўзбекистон	Оқ рангли	1,15		25					160
2-нав	Оқ рангли	1,25		23					160
Обойний	Оқ рангли	2 % кас эмас		20					160

Манба: О'zDSt Наманган вилоят бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Жайдари ун аралашмалардан тозаланган бўғдой донини дағал тортиб олинади, кепаги эланмайди. Бу нав унда 20% гача майдаланган кепак 1,9% гача қўл, ёпишқоқлиги эса, камида 20% бўлади.

Нон бўғдой ва жавдар унидан ёпилади. Тўйимлилигини ошириш мақсадида айрим нав нонларга сут, ёғ, шакар, тухум, қиём, солод, майиз сингари маҳсулотлар, таъмлилик хусусиятини яхшилаш мақсадида эса кўкнори уруғи, седана, кашнич сепилади, арпабодён, ваниль, ванилин ва бошқалар солинади.

Нон ишлаб чиқариш— ҳомашёни тайёрлаш ва ўлчаш, ҳамир қориш ва ошириш, ҳамирни формага солиш ва тинитиш, пишириш ва совитишдан иборат. Нон тайёрлашнинг ҳар қайси жараёни тайёр маҳсулотнинг сифатига катта таъсир этади. Масалан, унни чала элаш нонга бошқа нарсаларнинг қўшилиб кетишига сабаб бўлади, ҳамир яхши қорилмаса “қовушмайди”, яхши ошмаган ҳамирнинг нони берч бўлиб қолади ва ҳоказо.

Пишиб чиққан нон совитилади, чунки иссиқ нон оғир бўлади ва шакли тез бузилади. Нон заводлари ва новвойхоналар пишиб чиққан, тортиладиган нонни камида 3 соат, жайдари нонни 4 соат сақлаб туришлари шарт.

Ноннинг чиқиши—бу тайёр ноннинг ун, сув ва бошқа ҳом ашёларнинг оғирлигига нисбатан процент ҳисобида ифодаланган оғирлигидир. Чиқиши ҳамир рецептурасига, уннинг сифати, ноннинг намлиги, тортилиши, формаси ва бошқа омилларга боғлиқ.

Пишиб чиққан нонни бир қатор хусуяилари бўйича ассортиментларга бўлиш мумкин ва улардан баъзиларини кўриб чиқамиз.

Оби нон деб, нон оғирлиги билан (нон рецептурасига кирадиган бошқа маҳсулотларни ҳисобга олмаган ҳолда) сарфланган ун ўртасидаги фарқнинг процент билан ифодаланишига айтилади. Кўпайиш ҳамир қориш учун унга қушилган сув ҳисобига бўлади. Йирик нон маҳсулотларида майдасига қараганда обиси ортиқ бўлади. Формали ноннинг обиси печда

ёпилган нондан кўра кўпроқ, кайноқ сувга қорилган ҳамирдан тайёрланган ноннинг обиси бошқасидан кўра кўп бўлади.

Уннинг турига қараб нон бўғдой, жавдар, жавдар-бўғдой нонларига бўлинади. Рецепттурага қараб оддий, яхшиланган ва ёғли; пиширилиш усулига қараб формали ва печда ёпилган, сотилиш усулига қараб, тортиб сотиладиган ва доналаб сотиладиган ҳилларга бўлинади.

Бўғдой нон. Оддий бўғдой нони (тортиб ва доналаб сотиладиган), яхшиланган бўғдой нон (тортиб ва доналаб сотиладиган), батон, булка, турли булочкалар ва ёғ-сутга қорилган ҳамирдан тайёрланган маҳсулотлардир.

Бўғдой нонининг оддий ҳили 1- ва 2-нав ва жайдари ундан тайёрланади.

1- нав ундан тайёрланган бўғдой нон ҳам печда ва ҳам формали қилиб, ҳам тортилиб ва ҳам доналаб сотиладиган қилиб пиширилган, ғовак-ғовак чучук (кислоталилири кам) бўлади.

2- нав бўғдой ундан тайёрланган нон формали ёки печда ёпилган 3 кг гача оғирликдаги катта юмалоқ нондир. У тортилиб ва доналаб сотиладиган бўлиб, ўта ғовак-ғоваклиги ва кислотаси камлиги билан фарқ қилади.

Жайдари бўғдой ундан тайёрланган нон формали ёки печда ёпилган, оғирлиги кўпи билан 4 кг бўлган юмалоқ булка нон ёки оғирлиги 0,5-1 кг лик доналаб сотиладиган формали турларда бўлади, ғоваклилиги ўртача ва кислоталилиги кўп бўлади.

Бўғдой нонининг асосий яхшиланган турлари қуйидагилардир:

Кепаксиз нон олий нав ундан шакар қўшиб (4%) формада ва печда, оғирлиги 2,5 кг лик қилиб пиширилади. Жуда ғовак-ғовак ва чучук (кислотаси кам) бўлади.

Майизли кепаксиз нон олий нав бўғдой ундан тайёрланади, ҳамирга шакар (4—5%), қиём (2%), майиз (10%) ва маргарин (2%) қўшилади.

Горчицали кепаксиз нон (формали ва печда) тортиб ва доналаб сотиладиган қилиб, 1-нав унга горчица ёғи (8%) ва шакар (6%) қўшиб пиширилади. Горчицали нон ўта ғовак-ғовақ кислоталилиги ўртача бўлади, у овалсимон ёки юмалоқ шаклда тайёрланади.

Ширин нон 2-нав бўғдой уни (90%) билан жавдар уни (10%) аралашмасидан тайёрланади. Ҳамирга қиём (10%), солод (2,5%), кашнич (0,2%) қўшилади, у формада ва печда, тортиб ва доналаб сотиладиган қилиб тайёрланади.

Булка ва ҳилма-ҳил булочкалар ҳам батон ҳамиридан тайёрланиб, унга шакар ва булкаларнинг тўйимлилик қиммати ва таъмини яхшиловчи бошқа маҳсулотлар қўшилади. Улар ўта ғовак-ғовақ кислоталилири кам бўлади. Лекин батондан фарқ қилиб, оғирлиги 50 г дан 200 г гача турли формада чиқарилади. Городской, сайка, рус булкаси, кўкнорли, ўрилган ҳала, кўкнорли ўрилма, калач ва ҳилма-ҳил булочкалар (бурама булка; ғозам булка, рожок, тароксимон, тақасимон ва бошқа булкалар) энг кўп тайёрланадиган булкалардир.

Сутли-ёғли нонлар. Олий ва 1-нав унга кўпроқ миқдор шакар (7—30%), ёғ (3,5—24%), тухум ва бошқа маҳсулотлар қўшиб тайёрланади. Сутли маҳсулотлар ассортиментига: ёғли ширин булка, ўрама булка, устрица, ватрушка, ўрилма, балиқсимон, сумкасимон, оққушсимон булкалар киради.

Пархезбоп нонлар. Бундай маҳсулотларга махсус рецепт бўйича тайёрланган ва турли касалликларга мубтало бўлган кишиларга мўлжалланган нон маҳсулотлари киради.

Ноннинг пархезбоп навларига: *оқсилли-кепакли* ва пишиқ бўғдой унидан тайёрлангач нонлар киради, уларда ҳазм бўладиган углеводлар жуда кам миқдорда бўлиб, қанд касалига учраган кишиларга мўлжалланади.

Ноннинг миллий навларига: озарбайжон чураги, арманча матнакаш, лаваш ва доғиқ шоти, мадаури, тандир юмалоғи ва бошқалар киради.

2.3.3-жадвал

Нон ассортиментларига стандарт талаблари бўйича оғирлик меъёрлари

Нон ассортименти	Оғирлиги, кг		
	Олий навли ундан	1-сорт ундан	2-сорт ундан
Гижда	0,22; 0,4	0,2; 0,35	0,4
Оби-нон	0,22; 0,3; 0,4	0,2; 0,33	0,3; 0,4
Патир “Баҳор”	0,1; 0,2	0,4	
Тўй патир	0,35	0,2; 0,3; 0,4	
“Деноу” патир	0,4		
Бахт патири	0,5		
Бухоро нон	0,6		
тандир		0,25; 0,45	
Ёғли тандир	0,15		
“Коинот” патири	0,07		
Эсталик	0,4; 0,8	0,4; 0,8	
Қарши нон		0,2; 0,45	
Кулча		0,4	
Чап-чап		0,3	
Патир эсталик		0,22; 0,4	
Патир		0,2; 0,3; 0,4	
Тошкент патир		0,22; 0,4	
Гижда нон		0,6	
Мехмон-нон		0,3	
Ширин – нон		0,35	
Пахта-нон		0,27	
Ширмой нон		0,35	
Сутли нон		0,2; 0,45	
Тўй нон		0,2;	
Хоразм нон		0,3; 0,4; 0,6	
Нонвой нон		0,5	
Наманган нон		0,3; 0,4	

Манба: ГОСТ 27842-88 асосида тайёрланди.

Миллий нонлар. Ноннинг одатдаги навларидан ташқари, айрим республикаларда миллий навлари ҳам ишлаб чиқарилади. Улар одатдаги навлардан ҳамирининг таркиби, тайёрлаш жараёни, пишириш воситалари (тандир нони, шакли, ўлчами, ташқи беаги, таъми ва бошқалари) билан фарқланади.

Бугдой унидан тайёрланган нон ГОСТ 27842-88 стандарт талаблари бўйича қолипчи нонлар ҳамда О'зДСт 589:2012 стандарт меъёр талаблари асосида Ўзбекистонда ишлаб чиқарилаётган бошқа нонлар ассортиментлари ишлаб чиқарилади.

Нон ва қандолат маҳсулотларининг сифатини таснифлашнинг органалептик усули асосан қуйидаги кўрсаткичлар бўйича баҳоланади (2.3.4-жадвал)

2.3.4-жадвал

Нон сифатини органалептик усулда баҳолаш тавсифи

№	кўрсаткичлар	Тавсифи
1	Ташқи кўриниши ҳолати	овалсимон, туртбурчак, айланасимон, таги текис ва ўсти қалқиб чиққан бўлиши, ушлаб, кесиб, синдириб ейишга қулай бўлиши керак
2	Нон устки қисми, сирти ҳолати	ранги тиниқ, оқ-сарик ёки жигарранг, оч қизғиш ёки қизғиш бўлиши, устига седана ёки бошқа хид берувчи ёки чиройли қилувчи зираворлар сепилган бўлиши, печда куйган ҳолатлари, моғорланиши бўлмаслиги керак
3	Юмшоқлик ҳолати	юмшоқ лекин, ёпишқоқ ҳолатда бўлмаслиги керак, зич, эгилувчан, уқаланиб кетмаслиги ва клейкавийлик ҳолатини сақлаган ҳолда бўлиши керак, куйиб қотган жойлари бўлмаслиги керак
4	Хиди	нон хиди ёқимли, зираворлар хиди билан қоришган, хушбўй бўлиши керак
5	Таъми	ноннинг тузи ва унга қўшилган зироварлар меъёрида бўлиши, ширин бироқ кўнгилга тегадиган даражада ширин бўлмаслиги лозим.

Манба: О'зДСт Наманган вилоят бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Ноннинг физик-кимёвий усулда сифатини текшириш лаборатория усулида олиб борилади. Нон ишлаб чиқарувчи корхоналар эса лаборатория усулида унинг стандарт талабларига мувофиқлигига баҳо берилади.

Лаборатория усулида ноннинг мағзи текширилади ва таркибидаги ёғ, шакар ва кимёвий моддалар ва озуқалилик қийматлари аниқланади. Асосий кўрсаткичлар сифатида асосан қуйидагидар: намлилиги, кислотлилиги ва оғирлигига кўра зичлиги (2.3.5-жадвал).

Нон қуйидаги ҳолатлардан ташқари бўлиши талаб этилади.

нон ғарч-ғурч қилган, куйган, ичи бўш, яхши қорилмаган, бошқа нарсалар аралашган бўлмаслиги керак. Бундай нонлар санитария жиҳатидан яроқсиз ҳисобланади.

2.3.5-жадвал

Ноннинг физик-кимёвий хусусиятлари тавсифи

№	кўрсаткичлар	Тавсифи
1	намлилиги	Нон намлиги унга сингиб кетиши ва юмшоқлигига мос келиши керак, намлилик юмшоқликни таъминлаши, хазм қилишга мос бўлиши ва намлиликни сақланиш вақтлари узун бўлиши талаб этилади. Намлик олий навли нонда 29-30 %, биринчи навли нонда эса 30-39 %ни ташкил этилиши белгиланган.
2	кислотлиги	инсон организмида нон хазм бўлиш жараёнида ажраладиган кислотасига мос бўлиши ва хазм қилиниш муддатлари аниқ ифодаланиши лозим. Хавнинг ўзгариши кислотникни оширишига олиб келувчи ҳолатлар ҳам аниқланади ва бу кўрсаткичлар меъёр талабларида бўлиши лозим.
3	оғирлигига кўра зичлиги	нонни сифати номлиги камайиши билан пастлаб боради ва бундай нон сифати паслаб боради. Моғорланиш ҳолати текширилади. Эгилувчанлиги, ушатилиши. Оғирлиги ва зичлиги намлилига боғлиқ бўлиб уни сақланиш жараёни, намлиликни сақлаш даражаси нон оғирли ва зичлигини белгилаб беради

Манба: O'zDSt Наманган вилоят бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

- картошка касаллиги бўлмаслиги керак. Агар текширувда бу ҳолат аниқланса бундай маҳсулотлари йўқ қилинади.

Қандолат маҳсулотлари қуйидаги группаларга бўлинади: мева ва резавор-мева маҳсулотлари, шоколад ва какао кўкуни, карамель маҳсулотлари, конфетлар, ундан тайёрланган қандолат маҳсулотлари, шарқ миллий ширинликлари, пархезли ва қандолат маҳсулотлари.

Қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришда шакар, ёғ, сут, тухум, асал, мева ва сабзавотлар ҳамда ҳушбўй ва бўёқ; моддалар каби турли ҳом ашё ишлатилади.

2.3.6-жадвал

Ноннинг ассотименти бўйича физик ва кимёвий хусусиятларига қўйиладиган талаблар

Маҳсулотлар номи	Кислотнилик даражаси (кўп эмас)	Зичлига % дан кам эмас	Аралашмалар миқдори %	Шакар миқдори
оби нон				
1-нав	3,0	42	-	-
2-нав	3,5	42	-	-
3-нав	4,0	42,5	-	-
Ойла нон			-	-
1-нав	3,5	43		
2-нав	3,5	42		
Гижда нон				
1-нав	3,0	42		
2-нав	3,5	42		
3-нав	4,0	42,5		
Қарши нон	3,5	41		
Кулча	3	40		
Ангрен	3	40	3,0(+,-)0,5	
Наманган	3	42	3,0(+,-)0,5	
Чап-чап	3,5	42		
Пиёзли нон	3	42	2.2 (+,-)0,5	
Ширмой нон	3,5	35	2,0(+,-)0,5	4,0(+,-)1,5
Тўй нон	3	38	7,0(+,-)0,5	
Пахта нон	3	42	2,0(+,-)0,5	
Ширин нон	3	41	2,5(+,-)0,5	6,0 (+,-) 1,0

Манба: ГОСТ 27842-88 асосида тайёрланди.

Қандолат маҳсулотлари таркибида қанд кўп, сув кам, шу сабабли у хушхўр ва юқори калорияли бўлади, ёқимли таъм ва хушбўй ҳиди билан организмда яхши ҳазм бўлади.

Қандолатлар ассортименти кўп ва уларнинг стандарт талаблари ҳам шунга мувофиқ турли хилдир.

Мармелад мева ва резавор-мевали ҳамда желели қилиб ишлаб чиқарилади.

Мева ва резавор-мевали мармелад олма мармелади ва пат мармелади тарзида ишлаб чиқарилади.

Олма мармелади олма пюресига шакар аралаштириб қайнатиш ва унга бошқа мевалардан олинган пюре, озуқа бўёқ моддалар, ҳушбўй эссенсия ва кислоталар қўшиш йўли билан тайёрланади. Ҳосил бўлган масса колипларга солинади ва қурилади. Олма мармелади шаклдор кесма ва қатламли мармеладларга бўлинади. Шаклдор мармеладлар ҳар ҳил буюмлар шаклида ишлаб чиқарилади, баъзан унга олхури пюреси қўшилади.

Мармеладнинг таъми ва ҳиди шу мармеладнинг номига хос бўлиши керак бундан ташқари шакли тўғри, расми ва четлари аниқ, қинғир-қийшиқликдан ҳоли, қуйқаланмайдиган, ғадир-будурсиз ва нуқсонсиз бўлиши керак

Сарҳил, янги мармеладнинг сирти юпка кристалл пўстли ёки бир текисда шакар ёхуд қанд талқони сепилган бўлади. Мармеладнинг таркибидаги умумий қанд (инверт қандга қиёсан ҳисоблаганда) 60—89%, намлиги турига қараб 10—33%ни ташкил этиши керак Мармеладга бегона қўшилмалар қўшилишига йўл қўйилмайди.

Пастила — мева ва резавор-мева пюресини тухум оқили, шакар, патока, агар ҳамда ҳар ҳил ҳушбўй таъм ва бўёқ моддалари билан аралаштиришдан ҳосил бўладиган маҳсулотдир. Пастила унга қўшилган желеловчи массага кўра ёпишқоқ моддали ва қайнатма бўлади.

Пастиланинг таъми ва ҳиди ўз турига ҳос бўлиши керак; бир ҳил рангли (оқ, оқ-пушти ёки сариқ); тузилиши майда ғовакли; юмшоқ, осонлик билан синадиган бўлиши; четлари ва қирралари букилмаган тўғри шаклли; сирти силлиқ (зефирники тарам-тарам) юпка кристалл пўстли; бир текисда қанд талқони сепилган бўлиши керак Пастилага бегона қўшилмалар қўшилишига ва таркибидаги шакарнинг тишда ғижирлашига йўл қўймаслик керак. Пастиланинг намлиги турига қараб 12 дан 25% гача, таркибидаги умумий шакарнинг миқдори 78—85% гача бўлади.

Шоколад юқори калорияга эга, чунки унинг таркибида ёғ (30-40%) ва шакар (55—63%) кўп. Шоколад ишлаб чиқаришнинг асосий ҳом ашёси какао дуккаги (тропик мамлокатларда етиштириладиган какао дарахтининг дони) ва шакардир. Шоколаднинг айрим турларига шакардан ташқари сут, кофе, вафли ва бошқа маҳсулотлар, шунингдек витаминлар қўшилади.

Шоколад олиш учун какао дуккаги бегона қўшилмалардак тозаланади ва қовурилади. Қовурилган дуккаклар ёрмага айлантрилади, сўнгра пўсти ажратилиб какао-велли ҳосил бўлади, у ун каби массага айлантрилади ва канд талқони ҳамда бошқа қўшилмалар қўшилади. Ҳосил бўлган масса яхшилаб эзилади, қолипларга қуйилади, паст хароратда совутилиб, қаттиқ ҳолатга келтрилади, кейин қолиплардан чиқариб олинади, ўров қоғозига ёки зар қоғозига ўралади, устидан этикетка ёпиштирилади ва идишларга жойланади.

Қандолат саноати кўп ҳил конфетлар ишлаб чиқаради; улар қатор белгиларига кўра бир-биридан фарқ қилади:

конфет массаси турига кўра—помадали, мева ва резавор-мевали, майдаланган бодомдан қилинган, ёнғоқли, сутли (“Старт”), кўпчитилган (тухум оқсилига шакар қўшиб кўпчитилган), ликёрли ” (вино ҳам қўшиб), кремли, грильяжли (ёнғоқни майдалаб карамель массаси билан аралаштририлган);

конфет массаси бирикмасига кўра—бир қатламли, кўп қатламли, вафли катламли (ёки вафли билан қопланган);

корпусининг тузилишига кўра — қуйма (суюқ иссиқ конфет массаси қолипларга қуйилади), суркалган (қуюқ конфет массаси юпқа қатламда суркалади ва тўғри бурчак шаклида кесиб булинади); ажратилган (крем массасини маҳсус найлар орқали сиқиб чиқарилади ва толалаб қирқилади); прессланган (конфет массаси матрица орқали сиқиб чиқарилади ва чўзилиб, ўзилмасдан чиқадиган тасма қирқилиб, алоҳида конфетлар қилинади);

сиртининг безатилишига кўра — (шоколад, помада.шакар, ёғ ва мевали-желе билан) сирланмаган ва сирланган конфетлар;

таркибидаги начинкага кўра — начинкали ва начинкасиз;

ташқи безатилишига кўра — ўралмаган, ўралган, найчали ва хоқазо;

реализация муддатига кўра — тез сотилиши лозим бўлган конфетлар, сақланиши мумкин бўлган конфетлар;

реализация усулига кўра — тортиб сотиладиган конфетлар, конфет туркумлари (бир конфет массасидан тузилган конфет туркумлари ва аснави, яъни ҳар ҳил конфет массасидан тузилган туркумлар).

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 2003 йил 13 февральдаги 75-сонли махсус қарори билан “Ўзбекистон Республикасида чакана савдо қоидаларини ҳамда Ўзбекистон Республикасида умумий овқатланиш маҳсулотларини (хизматларини) ишлаб чиқариш ва сотиш қоидаларини тасдиқлаш тўғрисида”ги низом ҳамда Ўзбекистон Республикасининг 1996-йил 26 апрельдаги "Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги" қонунлари билан нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва сотиш тартиблари ва уларнинг сифатига қўйиладиган талабларнинг ҳуқуқий асослари ишлаб чиқилган .

Саноатда ишлаб чиқариш бўйича энг кўп тарқалган қандолат ирис ва шоколад ҳисобланади. Шунинг учун ирис ва шоколаднинг стандарт талабларини кўриб чиқамиз.

Шоколадлар асосан ГОСТ 6534-89, ирис эса ГОСТ 6478-89 стандартлари ишлаб чиқарувчиларимиз учун асос қилиниб олинган.

Бироқ ассортиментини ўзгариши эса уларнинг талабларини ўзгаришига ва шунга мувофиқ техник шартларини янгилаб туришни тақозо этади.

Шоколаднинг сифатига қўйиладиган органолептик талаблари

Кўрсаткичлар	Характеристикаси
Шаринлиги ва хиди	Ширин ва хидсиз бўлмаслиги керак
Ташқи кўриниши	Ташқи кўриниши ялтироқсифат. Турли фигурали, қолип томони текис ва безак берилган. - Ва - - -
Консистенцияси	Қаттиқлаштирилган
Тузилиши	Бир хил.

Манба: ГОСТ 6534-89 асосида тайёрланди.

Шоколаднинг сифатига қўйиладиган физик-кимёвий талаблари

Кўрсаткичлар	Шоколад нормаси				Текшириш усули
	Ҳаммабоб		Дисерт		
	Қўшимчаси 3	Қўшимчалари	Қўшимчаси из	Қўшимчалари	
Увоқлашиш (майдалашиш даражаси) % дан кўп	92	92	97	96	ГОСТ 5902
Начинкасини умумий массадаги улуши	35				ГОСТ 5897
Батонда	20				
Туз қоришмаси ёки кислотасининг умумий ҳажмидаги улуши	0,1	0,1	0,1	0,1	ГОСТ 8901

Манба: ГОСТ 6534-89 асосида тайёрланди.

Нон ва қандолат маҳсулотлари сифатигни баҳолаш органолептик ва физик-кимёвий усулларда амалга оширлади (иловада).

Ириснинг сифатига қўйиладиган органалептик талаблари

Кўрсаткичлар	Характеристикаси
Шаринлиги ва хиди	Ширин ва хидсиз бўлмаслиги керак
Ташқи кўриниши	Ташқи кўриниши ялтироксифат. Турли фигурали, қолип томони текис ва безак берилган. - Ва - - -
Консистенцияси	Қаттиқлаштирилган
Тузилиши	Бир хил.

Манба: ГОСТ 6478-89 стандарти асосида тайёрланди.

Ириснинг сифатига қўйиладиган физик-кимёвий талаблари

Кўрсаткичлар	Ирис нормаси					Текшириш усули
	Тўла творогл и	Тиражли				
		полутве рдого	Сутли	Чузилувчан		
				Кислот сиз	Кислотл ик	
Увоклашиш (майдалаши ш даражси) % дан кўп	9	6	9	10	9	ГОСТ 5900
Камайишли к ҳолати % дан кўп	17,0				22	ГОСТ 5903
Умумий ҳажмдаги ёғлилик % дан кам	5,0				3,0	ГОСТ 5899
Туз қоришмаси ёки кисотасини нг умумий ҳажмидаги үлүши 10 %	0,1					ГОСТ 5901

Манба: ГОСТ 6478-89 стандарти асосида тайёрланди.

Наманган шаҳридаги “Чорсу”, “Сардоба” бозор комплексларида чакана савдосида қуйидаги нон ва қандолат маҳсулотлари ассортиментлари таклиф этилмоқда.

2.3.11-жадвал

Чакана савдо объекти	Ассортимент номи	Нархи (сўм)
“Чорсу” бозор комплексининг савдо ўринларида:	Гижда	1000
	Ширмой	4000
	Оби нон	500
	Юпқа патир	1400
	Қалин патир	1800
	Қатлама нон	1500
	Ўштли нон	
	Биринчи навли қолипчи нон	600
“Сардоба” бозор комплексининг савдо ўринларида:	Гижда	1000
	Ширмой	4500
	Оби нон	500
	Юпқа патир	1400
	Қалин патир	1800
	Пиёзли нон	
	Қатлама нон	1500
	Ўштли нон	
	Уй нон	
	Биринчи навли қолипчи нон	600
	Қолипчи қора нон	1200
Наманган “Азиз нон” МЧЖда	Олий навли қолипчи нони	600
	Батон	600
	Булочка	500
	Қолипчи қора нон	1200

Манба: Тадқиқотчининг сўровномалари асосида тайёрланди.

“Чорсу” ва “Сардоба” бозорларида сотиётган нонларни ассортиментни бўйича сифат кўрсаткичлари органалептик ва физик-кимёвий усулларда баҳоланиб қуйидаги натижалар олинди.

2.3.12-жадвал

Сифат текшируви ўтказилган маҳсулотлар ассортиментни тавсифи

Ассортимент номи	Оғирлиги	Шакли	Ишлаб чиқарилган куни	Ишлаб чиқарувчи
1-Қолипчи нон	500 грам	Қолипчи	30.05.2014	Хусуси тадбиркор Ж.Ақбаров
2-Қолипчи нон	500 грам	Қолипчи	30.05.2014	“Азиз нон” МЧЖ
Оби нон	400 грам	Юмалоқ	30.05.2014	Нонвой И.Хасанов
Гижда нон	650 грам	Юмалоқ	30.05.2014	Нонвой И.Зафаров
Патир нон	800 грам	Юмалоқ	30.05.2014	Нонвой Т.Икрамов

Манба: Тадқиқотчининг сўровномалари асосида тайёрланди.

Юқорида келтирилган талаблар бўйича “Чорсу” ҳамда “Сардоба” бозорларида таклиф этилаётган нонлар Наманган синов ва сертификатлаштириш маркази давлат корхонаси ҳузуридаги аккредитланган физик-кимёвий синов лабораториясида синовдан ўтказилди.

Ўтказилган текширувлар натижасида энг юқори сифат даражаси “Азиз нон” МЧЖда ишлаб чиқарилган нон ва нон маҳсулотлари эканлиги ва нонвойлар томонидан ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар ичида “Гижда нон” тўғри келди 2-иловада

III боб. Вилоятда нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини ривожлантиришда маркетинг стратегияларидан фойдаланиш.

3.1. Нон ва қандолат маҳсулотлари рақобатбардошлигини оширишда корхоналарни модернизация ва фаолиятини диверсификация қилишни аҳамиятини ошириш.

Иқтисодиётни модернизациялаш кенг қамровли, мураккаб жараён бўлиб, айти пайтда у ўзининг аниқ мақсадга йўналтирилганлиги билан ҳам эътиборни тортади. Модернизациялаш жараёнларининг давлат томонидан тартибга солиниши уларнинг самардорлигини оширади, ижтимоий-иқтисодий тараққиётни жадаллаштириш имконини беради.

Президентимиз Ислон Каримов таъкидлаганидек, «Ишлаб чиқаришни модернизация қилиш, техник ва технологик қайта жиҳозлаш, иқтисодиётнинг етакчи тармоқларини жадал янгилаш биз учун энг муҳим устувор вазифа сифатида изчил давом эттирилади.»¹³

Ўзбекистон иқтисодиётини ислоҳ этиш, эркинлаштириш ва модернизация қилиш, унинг таркибий тузилмаларини диверсификация қилиш ҳамда Ўзбекистонда ижтимоий ҳимояланган бозор иқтисодиётига ўтишни «Ўзбек модели»ни жорий этиш борасида амалга оширилаётган, ҳар томонлама асосли ва чуқур ўйланган сиёсат, иқтисодиётда инқирозларни бошқа таҳдидларнинг салбий таъсиридан ҳимоя қиладиган мустаҳкам ва ишончли воситасини яратган

Модернизация – ишлаб чиқаришни тайёрланаётган маҳсулотлар (иш ва хизматлар) рақобатдошлигини оширишга қаратилган технологик ва тизимли янгиланиш жараёнидир. У корхоналарнинг технологик жиҳатдан орқада қолишини бартараф этиш воситаси бўлиб, меҳнат, моддий ва хомашё ресурсларидан самарали фойдаланиш даражасига кескин таъсир кўрсатади. Модернизация, техник ва технологик янгиллаш натижалари

¹³ Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қиладди. Т.: «Ўзбекистон», 2011, 24 б.

юқори технологик, рақобатбардош ишлаб чиқаришнинг жадал ривожланишида муҳим омил бўлади¹⁴.

Ишлаб чиқаришни такомиллаштириш, уни модернизация ва диверсификация қилиш натижасида аҳолининг моддий фаровонлигини юксалтиришга, яъни ижтимоий самарани оширишга, давлат томонидан олиб борилаётган ижтимоий сиёсати – минимал иш ҳақини ошириш, ижтимоий фондлардан имтиёзлар бериш, ўсиб келаётган ёшларни тарбиялаш, кадрлар тайёрлаш, соғлиқни сақлаш, экологияни яхшилаш, жисмоний тарбияга йўналтирилган харажатлар охир натижада меҳнат унумдорлигини оширишга, ЯИМни кўпайишига, яъни иқтисодий самарани оширишга олиб келади.¹⁵

Модернизациялашнинг иқтисодиёт тармоқ ва соҳаларига таъсири куйидаги йўналишларда амалга оширилиши мумкин:

- 1) модернизациялаш туфайли иқтисодиётда мутлақо янги ишлаб чиқариш ёки тармоқнинг пайдо бўлиши;
- 2) тармоқ ишлаб чиқаришига янги замонавий техника ва технологияларни жорий этиш ҳисобига ундаги ишлаб чиқариш қувватларининг кенгайиши;
- 3) тармоқ ёки соҳа ишлаб чиқаришининг техник жиҳатдан такомиллаштирилиши натижасида ундаги меҳнат сарфининг қисқариши;
- 4) тармоқ ишлаб чиқаришида бутунлай янги йўналиш ва янги технологияларнинг пайдо бўлиши натижасида эски ишлаб чиқаришнинг қисқариши ёки умуман барҳам топиши ва ҳ.к.

Иқтисодиётни модернизациялаш жараёни истеъмол товарлари бозорига бевосита таъсир кўрсатиб унинг ривожланишини белгилаб беради шунингдек, товарар бозоридаги конюктура ўзгаришларига ўз

¹⁴ Мамарахимов Б. Иқтисодиётни модернизациялаш жараёни аҳоли бандлигига таъсирининг назарий жиҳатлари. Методологические вопросы разработки стратегий долгосрочного развития: материалы V Форума экономистов / под общей редакцией д.э.н. Садыкова А.М. / Ташкент: IFMR, 2013.– 323 с.

¹⁵ Б.Абдукаримов диссертайичси (тулик ёзиш керак)

таъсирини кўрсатади. Ушбу жараёнлар ун нон ва қандолат маҳсулотлари бозорига ҳам ўзининг ижобий таъсирини кўрсатмай қолмайди. Нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарни модернизациялаш натижаларида унга бўлган талаб ва таклиф қуйидагича ўзгаришлари вужудга келиши мумкин. (3.1.1-жадвал).

**Модернизациялаш натижасидаги ун, нон ва қандолат
маҳсулотлари бозоридаги ўзгаришлар йўналишлари ҳамда бозордаги
талаб ва таклифига таъсири¹⁶**

Модернизациялаш натижасидаги ўзгаришлар йўналишлари	Ўзгаришларнинг	
	талабга таъсири	таклифига таъ- сири
Ун, нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи янги корхоналар фаолияти йўлга қўйилади	Янги корзоналарнинг янги маҳсулотларига талаб ортади	Янги корхоналар томонидан янги маҳсулотлари таклиф этилади
Мавжуд ишлаб чиқариш қувватлари кенгаяди	Истеъмол ортади	Таклиф ҳамми ортади
Маҳсулотлар сифатини ошади	Сифатли маҳсулотлар ҳариди ортади	Истеъмол товар лари бозорида сифатили маҳсулотлар кўпаяди
Эски ишлаб чиқариш ёки эски маҳсулотлар бозордан чиқиб кетам	Эски маҳсулотларга талаб пасаяди	Эски маҳсулотлар таклифи пасаяди

Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг модернизациялаш ва фаолиятларини диверсификациялаш жараёнлари истеъмол товарлари бозоридаги талаб ва

¹⁶ Муаллиф ишланмаси

таклиф ўзгаришларини ҳам миқдор жиҳатидан ҳам сифат жиҳатидан оширишга олиб келади ва истеъмол маданиятини оширишга ва халқнинг турмуш даражасини кўтарилишига олиб келади.

Ваҳоланки, иқтисодиёт ва унинг етакчи тармоқларини модернизация қилиш ишлаб чиқаришни диверсификациялашга олиб келади. Ушбу атамага қуйидагича тариф бериш мақсадга мувофиқ: — Диверсификация – юқори қўшилган қиймат ўсиш динамикасини таъминловчи ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва хизматлар ассортиментининг ошиши ва кенгайиши жараёнидир. Диверсификация жараёни иқтисодиёт тармоқларида олиб борилаётган модернизация ва таркибий ўзгаришлар билан бевосита уйғунлашган.

Давлатимиз раҳбари И.А.Каримов томонидан “2013-йил ва яқин келажакка мўлжалланган дастуримизни амалга оширишда иқтисодиётимиз ва унинг етакчи тармоқларини модернизация қилиш, техник ҳамда технологик янгилашни жадаллаштириш ва унинг кўламини кенгайтириш, ишлаб чиқаришни диверсификация қилиш марказий ўрин тутиши даркор»¹⁷ лиги муҳим вазифа этиб белгиланди. Шунга кўра, Республикаимизнинг барча ҳудудлари, шу жумладан вилоятимизда ҳам корхоналарни модернизациялаш дастурлари амалга оширилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси резидентининг 2009 йил 6 июлдаги “Наманган вилояти саноатининг индустриал салоҳиятини ривожлантириш ҳамда Наманган шаҳрини ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-3215-сонли Фармойиши асосида Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 14 августдаги махсус “2009-2012-йилларда Наманган вилоятида саноатни ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизация қилиш Дастури

¹⁷ Бош мақсадимиз – кенг кўламли ислохотлар ва модернизация йўлини қатъият билан давом эттириш. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг 2012-йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ҳамда 2013-йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси // «Халқ сўзи». 2013-йил 21 январь

тўғрисида”ги 232-сонли қарори қабул қилиниб унга мувофиқ вилоят ҳокимининг 2009 йил 18 августдаги 182-сонли қарори қабул қилинган. Ушбу қарорлар ижросини таъминлашда нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожлантириш бўйича бир қатор лойиҳалар режалаштирилди ва амалга оширилди. Шунинг учун, вилоятда охириги йилларда нон ва қандолат саноатида юқори даражада ўсиш кузатилганлигини кўришимиз мумкин.

Наманган вилоятида 2009-2012-йилларда нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарни модернизация қилиш дастурига мувофиқ бир қатор тадбирлар амалга оширилди (3.1.2-жадвал):

3.1.2-жадвал

Наманган вилоятида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини ривожлантириш бўйича амалга оширилган дастурлар ва лойиҳалар

№	Корхона (лойиҳа) номи	Ишлаб чиқариш қуввати,		Лойиҳа ани амалга ошири ш кийма ти	Шундан, молиялаштир иш манбаи		Ярати лган янги иш ўринла ри
		натур а	млн.сў м (йиллик)		Корхона маблағи (млн.сўм)	Банк кредити (млн сўм)	
1	2	3	4	5	6	7	8
1	"Наманган дон маҳсулотлари" АЖ	4,0	1100,0	250,0	50,0	200,0	15
2	"Норин нон" ХК	381	120,0	10,0		10,0	5
3	"Туракурғон МУЧС" МЧЖ	260	60,0	27,0	2,0	25,0	5
4	"Рахмонжон Турдалиевич" ХК	220,8	60,0	40,0	5,0	35,0	5
5	"Зармунд-нон" МЧЖ	816	75,0	29,0	14,0	15,0	10
6	"VERONA АО" ХК	600	50,0	31,0	7,0	24,0	7
7	"Ғайрат Чодак" ХФ	800	80,0	105,0	10,0	95,0	10

1	2	3	4	5	6	7	8
8	"Хайрулло" ХК	17	50,0	30,0	13,0	17,0	5
9	"Попдонмахсулотлари" АЖ	600	253,0	283,0	90,0	193,0	12
10	"Ўрикзор барпо этувчи" ХК	100	45,0	57,0	22,0	35,0	24
11	"Олмос" х.к	80	30,0	37,0	12,0	25,0	14
12	"Наманган Азиз-нон" МЧЖ	9000	800,0	1600,0	1600,0		50
13	"Шаршара-А" МЧЖ	1500	250,0	20,0	20,0		10
14	"А. Аноркулов" ХК	900	800,0	5,0	5,0		
15	"Дилдора" ф/х	130	300,0	140,0	140,0		10
16	"Гулширин ГБК" хусусий корхонаси	400	200,0	70,0	10,0	60,0	12
17	"Намангандонмахсулот" АЖ	432,0	70,0	450,0	60,0	390,0	10
18	"Норин орзулари" ХК	300,0	50,0	30,0	30,0		3
19	"Супер брейд" МЧЖ	500	30,0	337,0	62,0	275,0	31
20	"Чархпалак шаббодаси" МЧЖ	3300,0	220,0	200,0	40,0	160,0	17
21	"Чорток нон" МЧЖ	700,0	80,0	190,0	50,0	140,0	10
22	"Тиллахон" ХФ	400	280,0	150,0	60,0	90,0	8
23	"Феруза" МЧЖ	5000,0	300,0	160,0	60,0	100,0	15
	Жами	26440,8	5303	4251	2362	1889	288

Манба: Наманган вилояти иқтисодиёт бош бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Демак, вилоятда фақат кейинги 4 йил ичида 26440 тонна ёки 5 млрд 303,0 млн. сўмлик нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш имкониятларига эга бўлган жами 23 та кичик, ўрта ва йирик (ҳиссадорлик жамиятлари) корхоналар модернизация қилинди. Модернизация қиймати 4 млрд. 251 млн. сўмни ташкил этди, натижада 288 та янги иш ўринлари яратилди. Модернизация дастурига киритилган "Наманган Азиз-нон" МЧЖда энг

кўп - 50 та иш ўринлари ташкил этилди, корхона барча харажатларни ўзининг маблағи ҳисобига қоплади ва 9000 тонна нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш қувватига эга бўлди. Буни натижасини биз унинг маҳсулотлари сифати ва рақобатбаршлигини таҳлилида асосладик.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2011-йил 15 мартдаги 72-сонли—Йирик корхоналар ва ишлаб чиқаришларда технологик асбоб-ускуналар ва технологияларнинг техник аудитини ўтказиш чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори қабул қилинди.

Қарорга мувофиқ, йирик корхоналар ва ишлаб чиқаришларда техник аудит ўтказиш бўйича махсус дастурда қуйидагилар белгилаб берилди:

- асосий ишлаб чиқариш фондларининг замонавий талабларга мувофиқлигини хатловдан ўтказиш ва унинг асосида фойдаланишдан босқичма-босқич чиқарилиши керак бўлган эскирган ва энергияни кўп талаб қиладиган технологик асбоб-ускуналар, маънавий эскирган технологияларнинг аниқ рўйхатини аниқлаш;

- фойдаланадиган технологик асбоб-ускуналарнинг норматив-техник ҳужжатларини тармоқни ривожлантиришнинг узоқ муддатли концепциясини ҳисобга олган ҳолда замонавий рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқариш имконияти бўйича ўрганиш;

- тармоқ ишчи гуруҳларига экспертиза ўтказиш ва энг мақбул қарорлар ишлаб чиқиш учун корхоналар ва хўжалик бирлашмалари маблағлари ҳисобига ихтисослаштирилган лойиҳа институтлари, инжиниринг ва консалтинг компаниялари, асбоб-ускуналар, технологиялар, жиҳозлар ва воситалар ишлаб чиқарувчи заводларнинг мутахассислари ва экспертларини жалб этиш.

Ушбу қарор бажарилиши ва ундан олинган натижаларга асосан 2012-йил 19 апрелда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 115-сонли —Саноат тармоқлари корхоналарининг маънавий эскирган ва ейилган асбоб-ускуналарини жадал янгилашга доир қўшимча чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори қабул қилинди. Унга мувофиқ

«Ўздонмахсулот» АК таркибидаги корхоналарнинг 14680 та асбоб ускуналари текширилди. Шундан ишга яроқлиги 75 % ва ҳам-маънавий ҳам жисмоний эскирганлари 25 % деб баҳоланди. Буларни инобатга олиб Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 115-сонли —Саноат тармоқлари корхоналарининг маънавий эскирган ва ейилган асбоб-ускуналарини жадал янгилашга доир қўшимча чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори қабул қилиниб 2013-йилда 5 605,0 минг долларлик ва 658 та ва 2014 йилда 755 та 5 892,0 минг долларлик ускуналар харид қилиш бўйича лойиҳалар тасдиқланди.

Юқоридаги фикрларини асослаш учун айрим амалий мисоллар келтирамиз.

- ишлаб чиқаришни модернизациялаш, янги прогрессив техника ва технологияларни ҳар қандай тармоқ, соҳа ва корхоналарга жорий қилиниши улар фаолиятининг ҳажмини, меҳнат унумдорлигини, иш ҳақини оширишга олиб келади ва бошқа кўрсаткичларнинг ижобий ўзгаришларини таъминлайди. Ушбу кўрсаткичларнинг абсолют миқдорини ортиши хўжалик фаолиятининг самарасини ифодалайди;

- ун ва нон ишлаб чиқарувчи корхоналарни модернизациялаш натижасида, унинг таркибидаги ва унга дахлдор соҳаларни ҳам сифатини ва самарадорлигини оширишга олиб келади

- нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарни модернизациялаш натижасида савдо, умумий овқатланиш ва бошқа хизмат соҳаси корхоналарида хизматни прогрессив шакллари жорий этилиши уларнинг иқтисодий, ижтимоий самарадорлигини ва бошқа кўрсаткичларидан фойдаланишнинг самараси янада ошади.

Умуман олганда, иқтисодиётнинг ҳар қандай тармоғи ва соҳасини мисолга олманг, илмий-техник прогресс натижасида фаолият натижаси миқдорини ортиши, даромадини кўпайиши, харажатларни қисқариши ва бошқа ижобий ижтимоий ходисаларни рўй беришини кузатиш мумкин.

Юқорида келтирилган мисоллар самарадорлик категориясини, унинг мезонларини ва кўрсаткичларини кенг маънода тадқиқот этиш зарур эканлигини келтириб чиқаради.

3.2 Нон маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхоналарда ҳалқаро сифатни бошқариш тизимини жорий этиш зарурияти

Маҳсулот сифатини бошқариш деганда, маҳсулотни лойиҳалаш, уни ишлаб чиқариш, эксплуатация қилиш ёки ундан фойдаланишда унинг зарурий сифат даражасини белгилашни таъминлаш ва сақлаш тушунилади. Булар иш сифатини доимо назорат қилиб бориш ва маҳсулот сифатига таъсир этувчи шароит ва омилларга мақсадга мувофиқ тарзда таъсир кўрсатиш йўли билан амалга оширилади.

Маҳсулотлар учун белгиланган нормативлар техник ҳужжатлар асосида уларга қўйиладиган асосий талабларга нисбатан белгиланиши лозим. Бозор иқтисодиётининг асосий қонуни талаб ва таклиф бўлганлиги учун ҳар бир ишлаб чиқарилган товарга истеъмолчининг қўйган талаби муҳим аҳамиятга эга. Шунинг учун бозор иқтисодиёти шароитида истеъмолчининг талаби даврларига нисбатан ўзгарувчан бўлганлиги учун ишлаб чиқариш корхоналарига доимо янги таклифлар берилади. Шу сабабли товарларнинг сифат кўрсаткичлари доимо яхшиланиб, уларнинг рақобатбардошлиги ошиб боради.

Маҳсулот сифатида иқтисодиётнинг муайян тармоқлари ва корхоналарни ривожлантириш режаларини яхшилаш вазифалари кўзда тутилган ҳамда ушбу вазифалар бажарилиши учун керак бўлган муддат белгиланиши зарур. Маҳсулот сифатини режали амалга оширишда стандартлар катта аҳамиятга эга.

Ишлаб чиқариш даврида сифатга қўйиладиган талаблар ўзгарувчан бўлади. Шунинг учун тайёрланган маҳсулотнинг сифати ҳар томонлама таҳлил қилинади, уларнинг иқтисодий барқарорлиги чиқарилаётган

маҳсулотнинг миқдори, уларнинг салоҳиятига, яъни корхона ускуналарига, кувватига, хомашё сифатига боғлиқ. Маҳсулотларнинг сифатини бошқариш ва янги ассортиментдаги маҳсулотларни яратиш учун ишлаб чиқаришни ривожлантиришга янги технологияларни татбиқ этиш, умуман олганда корхонани модернизациялаш асосий омил ҳисобланади.

Маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичлари бирламчи, комплекс ва умумий кўрсаткичлар гуруҳига ажратилади. Озиқ-овқат комплекс кўрсаткичларига органолептик қиймат, энергетик қиймат, диетологик қиймат, истеъмолга тайёргарлик киради.

Бозор иқтисодиёти шароитида энг муҳим омил озиқ-овқат маҳсулотларининг рақобатбардошлиги ҳисобланади. Стандартни тайёрлаш ва уни ишлаб чиқаришга жорий этишда қуйидаги тадбирлар амалга оширилади:

- стандартлаштирилган жараённи ва объектни аниқлаш;
- техник топшириқни тузиш, уни корхона раҳбарлари муҳокамасига тақдим этиш;
- корхона стандартининг биринчи лойиҳасини тайёрлаш;
- лойиҳани у алоқадор бўлган бўлим ва ташкилотга тақриз ҳамда таклиф қилиш учун тарқатиш;
- корхона стандартининг таҳририни илмий-техника кенгашида кўриб чиқиш ва фойдаланишга топшириш.

Корхона стандартини муҳокама қилишда қанча кўп ходим иштирок этса, стандарт қўлланишида самарадорликка шунчалик тез эришилади. Корхона стандартини ишлаб чиқиш ҳамда жорий этиш барча ишчилар вазифаси бўлиб, меҳнат интизомини мустаҳкамлайди, иш унумдорлиги ва маҳсулот сифатини оширади. Натижада сифатсиз маҳсулотлар чиқишининг олди олинади. Ҳар қандай маҳсулотнинг сифат кўрсаткичлари шаклланишида уларга қўйиладиган асосий талаблар – маҳсулотларни тайёрлашда ишлатиладиган ускуналар, тайёрланадиган хомашё маҳсулотлари, норматив-техник хужжатлар томонидан қўйиладиган

талаблар, уларни ишлатишда фойдаланадиган рецептураси, товарларни кадоқлаш, ташиш маҳсулот сифат кўрсаткичларини мукаммаллаштиришга катта таъсир кўрсатади. Шунинг учун ҳозирги шароитда маҳсулотларнинг бозордаги ҳариди уларнинг сифат кўрсаткичлари билан аниқланади.

Аввало ишлаб чиқаришда керак бўладиган маҳсулотларни режалаштириш даврида шунга ўхшаш маҳсулотларнинг сифат кўрсаткичларини юқори даражага етказишни таъминловчи омилларни излаб топиш лозим. Бозор иқтисодиётининг асосий қонуни талаб ва таклиф бўлгани учун ҳар бир ишлаб чиқарилган товарга истеъмолчининг қўйган талаби катта аҳамиятга эга. Шунинг учун бозор иқтисодиёти шароитида истеъмолчилар талабига қараганда ишлаб чиқариш корхоналарига доимо янги таклифлар берилади. Ҳалқ хўжалигида янги турдаги сегментлар бунёд этилади. Ишлаб чиқарилаётган товарларнинг сифатлари яхшиланиб, уларга бўлган талаб ортади. Шу сабабли бозор шароитида ишлаб чиқариш тизими билан истеъмолчилар орасида доимо рақобат содир бўлади. Шунинг учун бозор иқтисодиёти шароитида товарларни ишлаб чиқаришдаги корхоналар ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларни миқдори ишлаб чиқариш потенциаллиги, яъни корхонани юқори талабларга мойил бўлган ускуналарга ва муҳандис-техник ходимларга келтирилган хомашёнинг сифати ва ишлаб чиқарилган товарларни сифат кўрсаткичларига кўп жиҳатдан боғлиқ.

Наманган вилоятида ун ва нон маҳсулотлари сифатини баҳолаш кўрсаткичларини аниқлашнинг юқорида аниқлаш бўйича меъёр талабларини кўриб ўтдик. Шунга мувофиқ ҳолда корхоналар маҳсулотларини рақобатбардошлигини ошириш аниқлаш мақсадида ун ва нон маҳсулотларини сифати лаборатория усулида аниқлаш орқали сифатни бошқариш тизими қай даражада муҳим ва қандай амалга ошириш лозим деган ҳулосалар чиқарамиз.

Ун маҳсулотларини рақобатбардошлигини аниқлаш бўйича 2 хилдаги биринчи навли Қозоғистон ва “Учқўрғондонмаҳсулотлари” АЖларнинг унларини лаборатория усулида сифатини баҳолаймиз.

Ун сифатининг меъёр талаблари таҳлили:

Таҳлилда:

1-навли Қозоғистон буғдой уни - ГОСТ 26574-85

1-навли “Учқўрғондонмаҳсулотлари” АЖнинг буғдой уни – O’zDSt 1104:2012

Ҳисоб китобни аниқлаштириш учун “Учқўрғондонмаҳсулотлари” АЖ халқаро сифат талабларига қай даражада мос эканлигини 3.2.1-жадвал орқали ифодалаймиз.

Нон ва нон маҳсулотларини сифатини таҳлили бизга вилоятда бу маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи субъектларнинг фаолиятига сифат менежменти тизимини жорий этиш ва уни ташкилий механизмларини яратиш муаммоларини қўйди. Шунга асосан Наманган вилоятида ун ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувси корхоналарда халқаро сифат менежменти тизимини жорий этиш масаласи кун тартибда турибди.

Инглиз тилидаги адабиётларда **Total Quality Management (TQM)** деб номланган халқаро сифатни бошқариш тизими бугунга келиб рақобатбардошликни таъминловчи асосий воситага айланган. Ҳозирда дунёда сифатни бошқаришнинг турли тизимларидан фойдаланилмоқда. Лекин бу тизимлар ҳозирда муваффақиятли фаолият юритиш учун илғор халқаро компаниялар томонидан ўзлаштирилган сифатни тизимли бошқаришнинг саккизта асосий тамойилларига асосланиб ташкил этилиши керак. Бу тамойиллар сифатни бошқариш соҳасидаги ИСО 9000 серияли халқаро стандартларни янгилашга асос бўлиб хизмат қилади.

**Ун маҳсулотларининг халқаро сифат кўрсаткичларига
мослигини лаборатория текшируви натижалари.**

Кўрсаткичлар номи	МХ бўйича	Учқўрғон- донмаҳсулот- лари” АЖ	Қозоғистон уни
Органолептик кўрсаткичлари			
Ранги	Оқ ёки оқ сарғиш товланувчи	Оқ	Оқ сарғиш товланувчан
Хиди	Буғдой унига хос, қўланс ва моғор хидсиз	Буғдой унига хос, қўланс ва моғор хидсиз	Буғдой унига хос, қўланс ва моғор хидсиз
Таъми	Буғдой унига хос, нордон ва аччиқ тамсиз	Буғдой унига хос, нордон ва аччиқ тамсиз	Буғдой унига хос, нордон ва аччиқ тамсиз
Менерал аралашмалар миқдори	Чайнаб кўрилганда ғарчиллаш сезилмайди	Чайнаб кўрилганда ғарчиллаш сезилмади	Чайнаб кўрилганда ғарчиллаш сезилмади
Физик-кимёвий кўрсаткичлари			
Намлик, % кўп эмас	15	13,7	12,8
Кул миқдори (курук моддага ҳисобланганда), %, кўп эмас	0,75	0,7	0,4
Йириклиги, % ГОСТ 4403 бўйича №33/36 ПА полимид матоли элакдаги қолдиқ, кўп эмас	2	1,8	1,1
Хом емлилиқ, % кам эмас -миқдори - сифати	30,0 II-группадан паст эмас	29,0 II-группа, 100 шартли бирлик	31,0 II-группа, 85 шартли бирлик
Улчами ва массаси юқорида кўрсатилган қийматлардан қатталари	Рухсат этилмайди	Катта эмас	Катта эмас

Манба: O'zDSt Наманган вилоят боқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

Биринчи тамойил – истеъмолчига эътибор қилган ҳолда иш тутиш. Истеъмолчиларнинг дидидаги ўзгаришларга ташкилий, услубий ва техник жиҳатдан мослашиш стратегиясини ишлаб чиқиш рақобатли бозор шароитида фаолият юритаётган ҳар бир ташкилот ва корхона учун ҳаётий жиҳатдан муҳим

Иккинчи тамойил – бошқарувнинг ўрни. Бунга кўра, раҳбар сифатни бошқаришнинг барча тамойилларига тизимли ёндашиши, яъни уларни ўзаро уйғунликда, алоқадорликда тасаввур қилиши лозим. Бу эса сифатни бошқариш ишларининг муваффақиятли яқунланишига хизмат қиладиган омилларни аниқлаш ва уларнинг юзага келиши учун зарур шароитларни яратишга асос бўлади.

Учинчи тамойил – ишчиларни жалб қилиш. Бу TQMнинг асосий қоидаларидан бири бўлиб, унга кўра ҳар бир ишчи сифатни бошқариш фаолиятига жалб қилинган бўлиши керак. Уларнинг ҳар бирида яхшиланишга ички эҳтиёж вужудга келгандагина мазкур мақсадга эришиш мумкин.

Тўртинчи тамойил – жараёنли ёндашув ва у билан боғланган бешинчи тамойил – бошқаришга тизимли ёндашув. Бу тамойилларга кўра маҳсулотларни ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва бошқарув ўзаро боғланган жараёнларнинг мажмуидир. Ҳар бир жараёнга ўзининг кириш ва чиқиши, “таъминот-чилари” ва “истеъмолчилари”га эга бўлган тизим сифатида қаралади. Шунингдек, ИСО 9001 ва QS – 9000 стандартларида шундай меъёр ўрин олдики, унга кўра таъминотчи янги ёки такомиллашган маҳсулотни ишлаб чиқаришга тайёрлаш учун турли бўлинмалардан мутахассислар гуруҳини шакллантириш вазифаси қўйилди. Бундай гуруҳлар конструкторлар, технологлар, сифат хизмати мутахассислари ҳамда бошқа хизматлар бўйича мутахассисларни ўз ичига олиши зарур деб белгиланди.

Олтинчи тамойил – доимий яхшилаш. Сифатни яхшилашнинг чегараси бўлмайди, сифатни яхшилаш тadbирлари систематик ташкил

қилиниши ва уларнинг ўзи бошқарув тизимининг таркибий қисмига, яъни тизимостига айлантирилиши керак.

Еттинчи тамойил – маълумотларга асосланган қарорлар қабул қилиш. Бу тамойилни амалга ошириш асосланмаган қарорлар қабул қилишдан воз кечишни тарғиб қилади. Ҳисобот маълумотларини тўплаб, уларни таҳлил қилиш асосида қарор қабул қилиш лозим. Ҳозирга келиб сифатни бошқаришда назорат ва таҳлил қилишнинг, тартибга солишнинг статистик усуллари ишлаб чиқилган ва кенг тарқалган.

Саккизинчи тамойил – таъминотчилар билан ўзаро манфаатли муносабатлар. Ушбу тамойил нафақат ташқи, балки ички таъминотчиларга нисбатан ҳам татбиқ қилинади.

Шуни таъкидлаш лозимки, сифатни бошқаришнинг замонавий концепцияси исталган мақсадга йўналтирилган фаолият турини бошқариш концепциясидир. У фақат ишлаб чиқариш соҳасига тааллуқли бўлиб қолмай, давлат ва муниципал бошқарув, қуролли кучлар ва бошқа соҳаларда ҳам муваффақиятга эришишни кафолатлайди. Шу нуқтаи назардан олганда сифатни бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий асосларига батафсилроқ тўхталиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Истеъмолчиларнинг савияси ошиб борган сари сифат –рақобатнинг умумжаҳон майдонига айланди. Шунга кўра “сифат - нархдан муҳимроқ” деган қарашлар мавжуд. Ишлаб чиқариш технологияларининг ривожланиши ва шахс эҳтиёжларининг таъсирида сифатнинг ўрни ва аҳамияти доимий равишда ортиб бормоқда.

Маҳсулотнинг ҳаётий цикли

Ҳалқаро тажрибаларга асосланган ҳолда маҳсулот ва хизматларнинг сифати бир фоизга оширилган ҳолда унинг ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлари қай даражада ўзгариши кузатилади.

Юқоридаги мулоҳазаларга асосланган ҳолда Наманган вилоятида фаолият юритаётган ун ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи “Учкўрғондонмаҳсулотлари” ОАЖ, “Намангандонмаҳсулотлари” ОАЖ,

“Попдонмахсулотлари” ОАЖларда халқаро сифат менежменти тизимини жорий этиш орқали қуйидаги самарадорликка эришилади

Сифат масаласига **иктисодий ёндашув**да маҳсулот сифатининг кўзланган даражасига эришиш учун иктисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқ харажатлар миқдори аниқланади.



Ун ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи йирик корхоналарни модернизациялаш натижасида қуйидаги самарадорликка эришиш имкониятлари яратида:

- Вилоятимизда ун маҳсулотлари сифати жаҳон стандарти талабаларида ишлаб чиқарилиши натижасида импорт қилинаётган ун маҳсулотлари билан рақобатлаша олади

- Қозоғистон ва қўшни мамлакатлардан импорт қилинаётган ун маҳсулотлари ўрнига маҳаллий ишлаб чиқарувчиларимизнинг маҳсулотлари эгаллайди ва уларнинг бозор улуши ортиб боради

- Ун маҳсулотларидан тайёрланаётган нон ва макарон маҳсулотлари сифати ортади ва уларни ҳам экспорт қилиш имкониятлари туғилади

- Нон ва нон маҳсулотлари сифатини ошиши аҳолини турмуш даражасини ошишига ва рақобат мухитини шаклланишига туртки бўлиб хизмат қилади

- Етиштирилаётган буғдойларнинг навлари кўпаяди ва қишлоқ хўжалиги кенг ривожланади .

3.2.3-жадвал

Ун ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи йирик корхоналарда ИСО сифат менежментини жорий этишнинг асослари¹⁸

0	ИСО – 9000-2000 талабларига тўла жавоб бериши.	∞
1.	Маҳсулот сифати ошиши	1%
2.	Рақобатбардошлик ошиши	2%
3.	Бозордаги мавқеи ортиши	3%
4.	Товар сотилиши ҳажмининг ўсиши	4%
5.	Маҳсулот ишлаб чиқариш ортиши	5%
6.	Маҳсулот таннархи пасайиши	6%
7.	Иқтисодий самарадорлик ортиши	7%

3.3 Нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ривожланиш истиқболлари

Мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожланиши истеъмол товарлари бозорининг таркибига бевосита ўзининг таъсирини ўтказиб келади. Нон ва нон маҳсулотлари истеъмоли камайиб бошқа турдаги озиқ-овқат товарларининг улуши ортиб боради. Наманган вилоятида ун, нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг тарбий ўзгаришига қуйидаги омиллар таъсир қилади:

¹⁸ Муаллиф ишланмаси.

- Ун, нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ривожланиши
- Аҳолини даромадларини ўзгариши
- Аҳолини истеъмол товарлари харидининг таркибий ўзгариб бориши
- Баҳо
- Аҳолининг ўсиши
- Аҳолини шаҳарлашиш даражаси
- Шахсий томорқаларни кўпайиши
- Ун, нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдо шаҳобчаларини кўпайиши ва ривожланиши
- Аҳолининг маданий даражаси ва бошқалар.

Юқоридаги омиллар умумий ҳисобланиб истеъмол товарлари чакана савдосининг ривожланишига бевосита ўзининг таъсирини ўтказмай қолмайди. Бироқ, айнан нон ва нон маҳсулотлари бозоридаги юқоридаги омиллар таъсирини қай даражада таъсир этишини аниқлаш ва уларни таҳлили этиш орқали Наманган вилоятида ун ва нон маҳсулотлари чакана савдосини ривожланиш истиқболларини белгилашимиз мумкин. Истиқболларн белгилаш асосида мақсадга эришиш йўллари асосланади. Режалаштириш, келажакни кўра билиш, бошорат қилиш мазмунини англатиб эҳтимолий характерга эга ҳисобланади.

Озиқ-овқат истеъмол товарлари чакана савдосини прогнозлаштириш ҳам эҳтимол вариантларидан фойдаланилади.

Ун, нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини прогнозлаштиришда қуйидаги тенгламани асос қилиб олишимиз мумкин:

$$A_{xft} \geq ChTA_1 \leq TR_1$$

A_{xft} — аҳолини ун ва нон ва қандолат маҳсулотларининг харид фонди

$ChTA_1$ - ун, нон ва қандолат маҳсулотлари чакана товар айланиши

TR_1 - аҳолига сотишга мўлжалланган ун, нон ва қандолат ресурслари

t - прогнозлаштириш йили

Бу кўрсаткичларни баланси вилоят миқёсида ун, нон ва қандолат маҳсулотлари бўйича деталлаштирилади ва уни таъминлашга интилинади.

Ун, нон ва қандолат маҳсулотлари чакана товар айланишини режалаштиришга нисбатан бу усуллар қуйидаги жараёнларни англатади.

Ун, нон ва қандолат маҳсулотлари билан аҳолини истеъмол номасини таъминланишини биз 2.3 – параграфда таҳлил этилган. Биз ушбу кўрсаткичлар бўйича ун ва нон маҳсулотларини рационал ишлатиш нормалари орқали келажакда истеъмол қилиш миқдорини аниқлашимиз мумкин ва уни таъминлашини учун вилоятда қандай ишларни амалга ошириш чораларини ҳам белгилаб олиш имкониятлари яратилади. Шунингдек, физиологик ва рационал истеъмол нормалари даражасида ун ва нон маҳсулотларини чакана савдо шаҳобчалари орқали сотилганда вилоятнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига қай даражада таъсир кўрсатиш йўналишларини ҳам белгилаб олиш мумкин.

Статистик ҳисоботларда нон ва нон маҳсулотлари чакана савдоси ҳақиқий истеъмол нормасидан бир неча баробар паст ва бу кўрсаткич 2012-йилда атига 17 %ни ташкил этган. Бироқ аҳолини нон ва нон маҳсулотларига бўлган истеъмоли уларнинг оила хўжалигида ўзи учун ишлаб чиқараётган ҳамда статистик ҳисоботларга қайд этилмаётган нонвойлар томонидан қондирилмоқда. Шунга кўра, нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо айланмаси статистик манбаларда йилдан-йилга камайиб бораётганлик ҳолатини биз юқоридаги параграфларда таҳлил қилган эдик.

Фикримизча нон ва қандолат маҳсулотларини чакана савдосини ривожланиш омллари таҳлил қилиш учун, унинг савдо теънологик жараёнлари вилоятда қай аҳволда ташкил этилганлигини таҳлил этиш лозим. Ҳозирда нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдоси асосан вилоят бозорлари ва чакана савдо магазинларида орқали амалга оширилмоқда. Шунинг учун, Наманган шаҳридаги озиқ-овқат маҳсулотлари билан савдо қилувчи магазинлар ва бозорларнинг савдо

технологик жараёнларини тадқиқ қилиш ва чакана савдо қоидалари бўйича ташкил этилаётганлигини аниқлаш мақсадга мувофиқ.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида чакана савдо қоидаларини ҳамда Ўзбекистон Республикасида умумий овқатланиш маҳсулотларини (хизматларини) ишлаб чиқариш ва сотиш қоидаларини тасдиқлаш тўғрисида”ги қарори талабларидан келиб чиққан ҳолда нон ва қандолат маҳсулотларини сотиш ахволи бўйича кузатув олиб борилди.

Кузатув объектлари этиб “Чорсу” ҳамда “Сардоба” бозор комплекслари ҳамда 10 та магазинлар танлаб олинди. Булгиланган талабларнинг бажарилиши қуйидаги жадвал асосида таҳлил қилинди.

3.3.2-жадвал маълумотларига кўра Вилоятдаги “А” ва “Б” савдо шаҳобчаларидагина нон ва нон маҳсулотларини сотишга рухсат этилиши мумкин. Аксария чакана савдо шаҳобчаларида нон ва нон маҳсулотларини сотиш тартиблари ва меъёрлари бажарилмаган.

Бундай ҳолатлар нафақат савдо корхоналари, балки истеъмолчиларда савдо маданиятини етарли даражада шаклланмаганлиги ҳам дейиш мумкин.

Таҳлилий кузатувлар чакана савдо шаҳобчаларида нон ва нон маҳсулотларини сотишнинг талабларига 1 ва 2 савдо шаҳобчалари 80 % тўғри келмоқда ва 6 шаҳобча 60 % лик натижа кўрсатди. Қолган шаҳобчаларда 50 % дан кам натижага эришилди.

Белгиланган талаблардан эса умумий ҳолда таҳлил этилганда фақат нон сотиш ва сақлаш учун мўлжалланган жой қуруқ ва шамоллатиб туришга мослашганлигини ўзи 100 % лик натижа кўрсатди. Шунингдек, савдо шаҳобчаларида нон ва нон маҳсулотларини сотиш учун керакли андомлар билан таъминланганлиги ҳолати яхши эканлигидан қолган талаблар эса етарли даража эмаслигидан далолат бермоқда.

**Нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосига қўйилган талабларни Наманган вилояти чакана савдо
объектларида бажарилиши таҳлили**

Талаблар	Сардоба	Чорсу	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Умумий натижа (%) да
Белгиланган вақтларда тегишли ассортиментни мавжудлиги	-	-	+	+	-	+	-	+	+	-	+	-	60
олиб келиш жадваллари мавжудли	-	-	-	+	-	+	-	-	-	-	+	-	30
сотиш муддатлари мавжудлиги	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0
маҳсулотларнинг хусусиятлари тўғрисидаги маълумотлар бўлиши	+	+	+	+	-	+	-	+	-	-	+	-	70
Нон сотиш ва сақлаш учун мўлжалланган жой куруқ ва шамоллатиб туришга мослашганлиги	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	100
махсус анжомлар (вилкалар, пичоқлар, ажратувчи тахталар, стеллажлар, полкаларни нон ушоқларидан тозалаш учун чўтка ва бошқалар) бўлиши	+	+	+	+	+	-	+	-	-	+	-	+	80
дезинфекцияловчи воситалар бўлиши	+	-	+	-	+	-	+	+	-	-	-	+	60
Сотилаётган нонларнинг сертификати мавжудлиги	-	-	+	+	-	-	+	+	-	-	+	-	50
Нархлари ёзилганлиги	-	-	+	+	-	+	-	-	+	+	-	-	50
Махсус қўлқопларнинг бўлиши ва уларни амалда ишлатиши	+	+	+	+	+	-	-	+	-	+	-	-	70
Умумий натижа (%) да	50	40	80	80	40	50	40	60	30	40	50	30	

Манба: Наманган вилояти иқтисодиёт бош бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

Кейинги йиллардаги “Оилавий бизнес тўғрисида”ги махсус қонунни қабул қилиниши, хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб берилиши, ун, кўмир таъминотини яхши йўлга қўйилаётганлиги нонлар сифатини яхшилашга, айниқса нон ассортиментини хилма-хиллашишига ва бу соҳада жиддий рақобат кураши шаклланишига олиб келмоқда. Ҳозир, Наманган шаҳар “Сардоба”, “Чорсу” ва “Яшил бозор” комплекслари тўла модернизация қилиниб, савдо ўринлари 2-3 баробарга кўпайтирилди. Шу жараёнда махсус шарқона дизайн билан ишланган нонларни сотиш савдо маскани куриб берилди. У ерда фақат ноннинг ўзи 50 хилдан кўпроқ ассортиментли ва Фарғона водийси вилоятлари ичида энг арзон нархда сотилмоқда. Нон ва нон маҳсулотлари бозорини тадқиқ қилиш ва унда фаолият кўрсатаётган субъектлар: оилавий бизнес, кичик ва ўрта корхоналарнинг ечилмаган долзарб муаммоларини аниқлаш ҳамда уларга ёрдамлашиш зарур деб ҳисоблаймиз. Шу боисдан, нон ишлаб чиқарувчи корхоналарни модернизация қилиш дастурлари ўрганилганда кўпроқ миқдорий кўрсаткичлар назарда тутилиб, нон маҳсулотларини сифатини яхшилаш, айниқса ҳалқаро сифатни бошқариш тизимини жорий этиш, нонлар ассортиментини хилма-хиллаштириш, масалаларига бироз эътибор сусайганлиги маълум бўлмоқда. Хусусий сектор ҳозир фақат нонни хилма-хиллиги ва ўз вақтида бозорга чиқарилиши билан кичик, ўрта ва йирик корхоналардан рақобатда ютиб чиқмоқда. Агарда корхоналар нонлар ассортиментини кўпайтириб ўз вақтида (графиклар асосида) шаҳардан ва қишлоқ магазинларига ҳам махсус транспортларда нонни етказиб беришни йўлга қўйсалар хусусий сектор билан бемалол рақобатлашадилар. Чунки хусусий сектор асосан шаҳарларда нон етиштиради ва бозорларда сотади. Озиқ-овқатлар билан савдо қилувчи магазинларда нон етказиб бериш ва сотиш масаласи тизимли йўлга қўйилгани йўқ. Шунинг учун келажакда нон ва нон маҳсулотлари бозорида кичик, ўрта ва йирик корхоналарни улушини кўпайишига имкониятлар ҳали етарли.

Чакана савдонинг асосий вазифаси, фаолиятининг мазмуни аҳолига сифатли савдо хизматларини кўрсатишдан иборат. Чакана савдо хизматларининг моҳияти ўзгаришсиз қолмайди, у ишлаб чиқаришнинг замонавий ҳолатига, товар ассортиментиға, савдо тармоқларининг техник даражасига мос равишда ривожланади ва такомиллашиб боради. Шу ўринда вилоятда нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо амалиётини ривожлантиришда савдо сифати ва маданиятининг аҳамияти юқори эканлигини таъкидлаб ўтиш мақсадга мувофиқ.

Нон ва нон маҳсулотлари чакана “савдо маданияти” тушунчасига таянган ҳолда савдо хизмати элементларини қуйидагича белгилаш мумкин:

- Нон ва нон маҳсулотлари сотишда белгиланган иш режимларига қатий амал қилиш;
- Нон ва нон маҳсулотларининг белгиланган ассортиментлари доимо мавжуд бўлиши ва кенгайтирилиб борилиши;
- Товарларни сотишнинг илғор усуллари кенг қўлланилиши;
- Ҳаридорларга қўшимча хизматлар таклиф этилиши;
- Ҳаридорларга хизмат кўрсатишда сарфланадиган вақтни минималлаштириш;
- Савдо ходимларининг юқори касбий маҳорати, дўкон ходимларининг ҳаридорларга нисбатан хушмуомалали, эътиборли муносабатлари;
- Нон ва нон маҳсулотлари сотишнинг тартиблари тўғрисида ҳаридорларни хабардор қилиб бориш;
- Савдо ходимларининг тартибли ташқи кўриниши;
- Дўконнинг яхши санитария ҳолатида бўлиши;
- Дўконлар ичидаги ҳаридорларни ахборотлар билан таъминловчи воситалардан кенгроқ фойдаланиш.

Нон ва нон маҳсулотлари сотиш шаҳобчалари ёки савдо расталарида ҳаридорларга такдим қилинаётган савдо хизматлари самарадорлигини

ошириш учун, авваламбор, савдонинг тўғри ва оқилона ташкил этилишига алоҳида эътибор бериш лозим. Белгиланган стандарт, қоида, меъёр ва талаблар асосида ташкил этилган савдо аҳоли манфаатларига тўғри келадиган, энг қулай ва сифатли хизматлар кўрсатилади, аҳолининг эҳтиёжлари тўлароқ қондирилади.

Ҳаридорларга фақатгина маълум турдаги нон ва нон маҳсулотлари ассортиментини эмас, балки уларнинг хилма-хил турлари зарур, одамлар стандарт, бир хил нон ва нон маҳсулотларини харид қилишни хошлашмайди.

Нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо залининг харидорлар кириб-чиқиб кетишига энг яқин жойларида жойлаштирилиши лозим. Савдо залига кирган харидорлар учун дуконда сотувчининг хушмуомалалилик билан кутиб олиши, атрофнинг тозаллиги ва орасталиги талаб этилади. Нон расталари ва савдо залларидаги нон сотиш витриналарининг ташқи ва ички кўриниши чиройли бўлиши керак. Қўшимча сервис хизматларининг ташкил этилганлиги ва бошқаларни харидор хуш кўради. Нон ва нон маҳсулотларини татиб кўриши, кесиб олиши ва хидлаб кўриши учун тегишли шароитлар яратилган бўлиши талаб этилади.

Ҳаридорларга нон ва нон маҳсулотларини кам вақт сарфлаб, кўпроқ қулайликлар орқали харид қилиш имконияти тақдим этилиши лозим.

Нон ва нон сотиш шаҳобчалари сифати савдо тармоқларининг жойлашуви ва товар сотувчиларининг иш тартибига боғлиқ. Савдо нуқталари пиёдалар оқимининг йўлида жойлаштирилиши лозим. Албатта, бунда ҳудуддаги аҳолининг сони ва хусусиятлари, савдо корхонасининг ихтисослашуви, савдо корхонасининг тури (савдо маркази, универмаг, гипермаркет, супермаркет, савдо уйи, магазин) ҳисобга олинishi лозим.

Ушбу масалаларнинг ечими маҳаллий ўз-ўзини бошқариш ҳокимият органлари ваколатига киради, чунки савдо тармоғи асосан хусусий мулк ҳисоблансада, унинг жойлашиши тўғрисидаги маъмурий қарорлар маҳаллий ўз-ўзини бошқариш ҳокимият органлари томонидан қабул

килинади. Нон ва нон сотиш шаҳобчалари ва расталарини куриш ва жойлаштиришда бир жойда тўпланиб қолишига йўл қўймаслиги лозим, улар аҳолига қулайликлар яратишга эътиборни қаратиши керак. Наманган шаҳрида бир жойда унлаб тор ихтисосли магазинлар жойлашиши мумкин лекин улар ичида биронтаси ҳам нон ёки умуман озиқ-овқатларга ихтисослашмаганлик ҳолатларини кузатамиз.

Албатта, дўконларнинг даромадлилиги турлича, бироқ маҳаллий ҳокимият буларни эътиборга олган ҳолда, камроқ даромад олувчи нон дўконларига иқтисодий рағбатлантириш (уларга солиқ имтиёзлари бериш ёки ижара тўлови ставкасини пасайтириш) орқали аҳоли учун қулай ҳолда нон маҳсулотлари билан таъминлаш имкониятларини яратиш лозим.

Кўпчилик қишлоқларда ва шаҳар четларида нон ва нон маҳсулотларини магазинлар ва ёки савдо шаҳобчаларидан топиш қийин ва бўлса ҳам доимий савдоси амалга ошмайди. Айниқса тунга вақтларда бунинг умуман иложи йўқ.

Фикримизча нонвойхоналар фаолиятини ва иш тартибларини ҳам юқоридаги йўриқномалар асосида ишини ташкил этиш лозим.

Маҳаллалар гузарларида фаолият юритадиган нонвойхоналарда тегишли иш вақтларига амал қилмаслиги, санитария гигиена қоидалари ва бошқа ҳолатлари мавжуд.

Фикримизча нонвойхоналарда ҳам савдо маданиятини ошириш ва нон сотиш тартибларини ўрнатилиши бўйича махсус чоралар кўрилиши лозим.

Кўплаб хонадонлар нон ва нон маҳсулотлари савдоси йўқлиги сабабли ўзлари эҳтиёжи учун оилада ишлаб чиқаришга мажбур бўлмоқдалар. Бундай ҳолат чекка қишлоқлар ёки туман марказларида ҳам учратишимиз мумкин. Бундай ҳолат вилоятда нон ва нон маҳсулотлари чакана савдосини ривожланишига тўсқинлик қилмоқда. Бундай ҳолларда савдо учун махсус автомашиналарда чиқиб савдо қилиш амалиётини жорий этиш мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Маҳаллий хусусий савдо корхоналари ва савдо хизмати курсатувчи якка тадбиркорлар ўз иш тартибини ўзлари белгилайдилар. Бироқ, бундай ҳолларда маҳаллий ҳокимият, аҳолининг манфаатларини ҳисобга олган ҳолда, иш тартибини белгилаш ва унга риоя қилишни тартибга солиши мақсадга мувофиқ. Таҷриба шуни кўрсатадики, хусусий тадбиркорлар ўз манфаатларидан келиб чиқиб кўпроқ ишлайдилар, кўпинча дам олиш кунларисиз, тушликка танаффуссиз, баъзида сутка давомида ишлайдилар, бу эса аҳоли манфаатларига ҳам мос келади.

Савдо жараёни кўп ҳолларда товарни харидорга етказиш билан чегараланмайди, балки харидорга савдо хизмати, яъни савдо сервисини тақдим этиш сифатини тавсифлайдиган қўшимча хизматлар кўрсатиш билан давом этади ёки якунланади. Қўшимча хизматлар товарлар сифатини сақлаш ва ошириш, харидорларнинг якка талабларини ҳисобга олиш мақсадларига эга. Қўшимча хизматнинг бошқа мақсади савдо хизматининг юқори даражасини таъминлашдир.

Дунё бўйича энг кенг тарқалган чакана савдонинг илғор шакли - ўзига ўзи хизмат кўрсатиш, почта, телефон ва Интернет тармоғи орқали буюртмали савдо, жунатмали савдоларни амалга ошириш аҳолининг савдо учун ортиқча вақт сарфламаслигига имкон беради. Нон ва нон маҳсулотларини уйга етказиб бериш, уларнинг вақтларини тежашга олиб келади. Шунга асосан шаҳар ва туман марказларида телефон орқали ва интернет бюртмалар орқали нон ва нон маҳсулталарини сотиш тизимларини йўлга қўйиш ҳам мумкин.

Юқорида келтирилган тавсияларнинг амалиётга жорий этилиши нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо самарадорлигини оширишга ва пировард натижада аҳолининг турмуш даражасини яхшилаш ҳамда миллий иқтисодиётнинг тез суръатлар билан тараққий этишига хизмат қилади.

ХУЛОСА

Вилоят нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг маркетинг тадқиқотлари натижасида қуйидаги ҳолатлар аниқланди:

-истеъмол товарлари бозорида чакана савдо товар айланмаси ҳажми 2012-йилда 2166,2 млрд сўмни ташкил этиб аҳоли жон бошига 897.9 синг сўмга тўғри келади, аммо бу кўрсаткич республика даражасидан яқин 1,5 баробарга кам (Республикада -1240,8 минг сум), шу билан бирга озиқ-овқат товарлари савдо айланмаси ичида нон ва нон маҳсулотлари улуши 3,4 % ни, Ўзбекистонда эса 2,7 % ни ташкил этмоқда. Ун, ёрма ва макарон маҳсулотларининг озиқ-овқат савдосидаги улуши Наманганда 11,2 %, Республикамизда эса 5,2 %, қандолат маҳсулотлари аҳоли жон бошига сотилиш ҳажми Наманганда – 9,1 минг сумни бўлса Республикада 13,3 минг сўмни ташкил этмоқда . Юқоридаги таҳлилий кўрсаткичлар ва бозорда сотилаётган нон ва қандолат маҳсулотлари асортименти, уларни сифат кўрсаткичлари урганилганда, ҳамда рақобатбардошлик нуқтаи назаридан четдан келаётган товарлар билан таққослаганда бир қанча ечимини кутаётган масалалар мавжудлиги аниқланди:

- аввало вилоятда ун маҳсулотлари ишлаб чиқариш аҳоли жон бошига ҳисобланганда ўта паст кўрсаткичда – 16.7 кг, Республикада эса - 60.7 кг бўлганлиги, нон маҳсулотларини эса вилоятда аҳоли жон бошига - 9.8 кг, Республикада - 35.4 кг эканлиги аниқланди. Мазкур кўрсаткичлар вилоятда ун ва нон ишлаб чиқариш саноати ўта паст даражада ривожланганлиги, нон пишириш бўйича кичик корхоналарнинг улуши камайиб кетганлиги, бозорда рақобатни сусайиши, фақат якка тартибдаги нонвойлар бозорни эгаллаб олганлиги, қолипчи нонларни ишлаб чиқариш кескин камайиб кетганлиги, айниқса шифобахш – диетик нонлар ишлаб чиқарилмаётганлиги, қўшни вилоятлардан олиб келинаётганли (қисман Андижон ва Қўқондан), ишлаб чиқарилаётган қолипчи нонларни сифати талаб даражасида эмаслиги, халқаро сифатни бошқариш тизими бирорта

корхонада жорий этилмаганлиги, учта энг йирик дон маҳсулотлари ҳиссдорлик жамияти технологик жараёнларни эскирганлиги, уларни модернизация қилиш дастурлари ишлаб чиқилмаганлиги ва ун маҳсулотларининг сифати пастлиги аниқланди ва бошқалар.

Юқоридаги ҳулосалардан келиб чиқиб, вилоятда нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини янада такомиллаштириш, унда сотилаётган товарлар рақобатбардошлигини ошириш ва савдо маданиятини юксалтириш бўйича қуйидагиларни тавсия этамиз:

Биринчидан - нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқишни 2020-йилга мўнжалланган итиқболли дастурини ишлаб чиқиш зарур. Дастурда энг муҳим йўналишлар қилиб корхоналарни модернизациялаш ва бозор фаолиятини диверсификация, янги техника ва технологиялар билан жиҳозлаш;

Иккинчидан - ишлаб чиқариш жараёнига Халқаро Сифатни Бошқариш - ISO тизимини жорий этиш ва шунга мувофиқ инженер – техник ва ишчи ходимлар малакасини ошириш ва янги лаборатория ускуналарини ўрнатиш, корхоналарда қолипчи ва шифобахш - пархез нонларни ишлаб чиқаришни кўпайтириш бўйича махсус бозор тадқиқотини ўтказиш ва вилоятдаги бола боғчалари, шифохоналар, давлат муассасалар, мактабларни нисбатан арзон баҳоларда таъминлаш масаласини ҳал қилиш. Корхоналардаги ишчилар ва ташқаридан келаётган миқдорлар учун махсус ошхона ва маиший хизматларни кўпайтириш.

Учинчидан - корхоналар Намангандонмаҳсулот, Попдонмаҳсулот ва Учқорғондонмаҳсулот акционерлик жамиятларида маркетинг фаолияти хизматини тўлақонли йўлга қўйиш, маҳсулотлар ассортиментини кўпайтириш, сифатини яхшилаш ва рақобатбардошлилигини ошириш бўйича ривожланган давлатлар тажрибасини ўрганиш ва илмий услубий тавсияларни ишлаб чиқариш жараёнига жорий этиш масалаларини ечими маркетинг бўлимининг асосий вазифаси этиб белгилаш, ундан ташқари корхона товарларига бўлган талабни ўрганиш, рақобатчилар товарлари

билан таққослаш, истеъмолчилар билан алоқалар ўрнатиш, реклама ва сотиш ишларини замонавий талаблар даржасида ташкил этиш буйича жамоатчилар билан ишловчи маркетинг лавозимини ташкил этиш (public relations). Хар бир йирик корхоналарда қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи цехлар ташкил этиш;

Тўртинчидан – вилоятдаги қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқариш бўйича хом-ашё, мевалар ва сабзавотлар етарлилигини ҳисобга олиб, Ташқи Иқтисодий алоқалар, инвестициялар ва савдо вазирлиги ва Ўзбекистон Республикаси Савдо саноат палатаси ҳудудий бошқармалари орқали чет эл инвестицияларини таклиф этиш ва улар учун махсус реклама проспектларини тайёрлаш зарур деб ҳисоблаймиз.

Бешинчидан – вилоят чакана совдосида сотилаётган қандолат маҳсулотларини асосий сифатли қисми Украина, Россия ва бошқа давлатлардан олиб келинаётганлигини ҳисобга олиб қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришни кўпайтиришга алоҳида эътибор қаратиш.

Фойдаланилган адабиётлар.

I. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – т.: “Ўзбекистон” НМИУ, 2012 й.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида”ги қонуни (янги тахрири), 2012-йил
3. Ўзбекистон Республикасининг “Рақобат” тўғрисидаги қонуни. 2012-йил
4. Ўзбекистон Республикасининг “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуни. 1996 йил
5. Ўзбекистон Республикасининг «Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида»ги, 1194 й
6. Ўзбекистон Республикасининг «Стандартлаштириш тўғрисида»ги 1994 й
7. Ўзбекистон Республикасининг «Метрология тўғрисида»ги қонунлари, 1994 йил
8. Ўзбекистон Республикасининг “Оилавий тадбиркорлик” тўғрисидаги қонуни, 2012 йил
9. 1996 йил 27 декабрда Ўзбекистон Республикасининг **“Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”**ги қонуни
10. Ўзбекистон Республикасининг **«Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»**ги,
11. **«Фуқароларнинг соғлиғини ҳимоялаш тўғрисида»**ги,
12. **«Озиқ-овқат маҳсулотлари ҳавфсизлиги тўғрисида»**ги,
13. **«Товар белгилари, хизмат белгилари ва товарни келиб чиқиш жойи номи тўғрисида»**ги
14. Ўзбекистон Республикасининг “Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисидаги” қонуни, 1991 йил

II. Ўзбекистон Республикаси Президент фармонлари ва қарорлари. Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари

15. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида, 2008 йил 18 ноябрь, ПФ-4053-сон
16. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 1994 йил 26 февральдаги “Савдони эркинлаштириш ва истеъмол бозорини товарлар билан тўлдиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори
17. “Ўзбекистон Республикасида чакана савдо қоидалари” тўғрисидаги низом

18. “Товарларни улгуржи бозорларда, улгуржи-савдо комплексларида ва савдо марказларида улгуржи ва майда улгуржи сотиш тартиби” тасдиқланди.
19. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари экспортини қўллаб-қувватлаш борасидаги қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-2022-сонли қарори. 2013-йил 8 август.
20. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари ўғрисида»ги 4053-сонли фармони. 2008 йил 18 ноябр
21. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Бозорлар фаолиятини такомиллаштириш ва маҳсулотлар сотиш учун шарт шароитлар яратишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги 239-сонли 2000 йил 22 июлдаги қарори
22. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 апрелдаги “Дехқон бозорлари ва савдо комплекслари фаолиятини ташкил қилишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-1326 –сонли
23. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2000 йил 12 августдаги “Бозорлар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги 315-сонли
24. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 6-августдаги 1170-сонли “Наманган шаҳрини 2009-2012-йилларда ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар Дастури тўғрисида”ги қарори,
25. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2009-2012-йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизациялаштириш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарори,
26. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2009 йил 24 августдаги “2009-2012-йилларда Наманган вилоятида кичик бизнес, тадбиркорлик ва касаначиликни ривожлантириш Дастури тўғрисида”ги 246-сонли қарори
27. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2009 йил 6 июлдаги “Наманган вилояти саноатининг индустриал салоҳиятини ривожлантириш ҳамда Наманган шаҳрини ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмасини ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-3215-сонли Фармойиш
28. Ўзбекистон Республикасининг 1995 йил 1 январда Ўзбекбирлашув тизимидаги нон пишириш корхоналарининг барча активлари ва пасивлари билан «Ўздонмаҳсулот» давлат корпорацияси таркибига ихтиёрий равишда ўтказиш бўйича махсус қарори
29. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 25 мартдаги 155-сонли “Аҳолини ватанимизда ишлаб чиқарилган ун ва **нон маҳсулотлари билан таъминлашни яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида**”ги қарорига

30. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012-йил 7 мартдаги “Саноатда ишлаб чиқариш харажатларини қисқартириш ва маҳсулот таннархини пасайтиришга доир қўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги 64-сонли қарори
31. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг **“Аҳолини ватанимизда ишлаб чиқарилган ун ва нон маҳсулотлари билан таъминлашни яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 2003 йил 25 мартдаги 155-сонли қарори**
32. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2011-йил 15 мартдаги 72-сонли—Йирик корхоналар ва ишлаб чиқаришларда технологик асбоб-ускуналар ва технологияларнинг техник аудитини ўтказиш чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори
33. 2012-йил 19 апрелда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 115-сонли —Саноат тармоқлари корхоналарининг маънавий эскирган ва ейилган асбоб-ускуналарини жадал янгилашга доир қўшимча чора-тадбирлари тўғрисидаги қарори

III. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари

34. И.А.Каримов Бизнинг бош мақсадимиз — жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.; Ўзбекистон, 2005, 76 б.
35. И.А.Каримов"Ўзбекистони иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида".Т."Ўзбекистон", 1998.253б.
36. Каримов И.А. «Бизнинг бош мақсадимиз-жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох қилишдир». Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Ҳалқ сўзи, 2005 й, 29 январ, 20 сон.
37. Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва ҳалқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. -Президентимиз Ислон Каримовнинг 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. “Ҳалқ сўзи”, 2010 йил 30 январ.
38. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқоролик жамияти барпо этиш-устивор мақсадимиздир. -Президентимиз Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси қонунчилик палатаси ва Сенатининг ва қўшма мажлисидаги маърузаси //Ҳалқ сўзи, 2010 йил 28 январ.
39. Ўзбекистон Конституцияси-биз учун демократик тараққиёт йўлида ва фаровонлик жамият барпо этишда мустаҳкам пойдевордир. -Президентимиз Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституция қабул қилишнинг 17 йиллигига бағишланган тантанали маъросимдаги маърузаси. Ҳалқ сўзи, 2009 йил 6 декабр.

40. Каримов И.А. Амалга ошираётган ислохотларимизни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамияти қуриш – ёруғ келажакимизнинг асосий омилидир. Республика Конституцияси қабул қилинганининг 21 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси. <http://uza.uz/oz/politics/29870/>
41. Каримов И.А. Инсон манфаати, ҳуқуқ ва эркинликларини таъминлаш, ҳаётимизнинг янада эркин ва обод бўлишига эришиш – бизнинг бош мақсадимиздир. Республика Конституцияси қабул қилинганининг 20 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси. <http://uza.uz/oz/politics/24599/>
42. И.А.Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси. www.gov.uz
43. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг мамлакатимизни 2013-йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Манба: <http://uza.uz/oz/politics/30441/>
44. И.А.Каримов “Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. www.UzA.uz.
45. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. Т.: «Ўзбекистон», 2011, 24 б
46. Мамарахимов Б. Иқтисодиётни модернизациялаш жараёни аҳолибандлигига таъсирининг назарий жиҳатлари. Методологические вопросы разработки стратегий долгосрочного развития: материалы V Форума экономистов / под общей редакцией д.э.н. Садыкова А.М. / Ташкент: IFMR, 2013.– 323 с
47. Б.Абдукаримов диссертациячиси (тулик ёзиш керак)

IV. Дарслик ва ўқув қўлланмалар

48. А.Солиев. “Маркетинг”. Тошкент. “Иқтисод-молия” – 2010 йил 7-17 б
49. А.Ўлмасов, А.Вахобов. Иқтисодиёт назарияси. “Шарқ” нашриёти. Т., 2010 йил.90 бет.
50. Алимов Б., Шодиев М., Расулов Т., «Шарқона бозор фазилатлари». Т., «Университет», 1996 йил, 17 бет.
51. Сулаймонов И. «Бозорда тартиб, сотувчида имон бўлса». «Халқ сўзи» газетаси, 1998 йил 26 февраль, 42 сон.
52. “Маркетинг”. ТДИУ ўқув мажмуаси. Тошкент 2010 йил.

53. Бўтаев Ш.А.«Стратегик маркетинг» фанидан маърузалар матни, ТДАИ, 2007
54. Ф.Котлер. Маркетинг менежмент. М.1999 ИНФРА й. 28 ст
55. Ш.С.Салимов. истеъмол иқтисодиёти. Самарқанд -2008 й. Маърузалар матни. Манба. <http://uz.denemetr.com/download/docs-76265/768-76265.doc>

V. Илмий журналлардаги мақолалар

56. Н.Собиров, М.Турсунов. Чарм-пойабзал саноатида рақобатбардош муҳитни яратиш омиллари. Иқтисодиёт ва таълим. 2012-йил, 6-сон. 69 бет.
57. Манба: МДХ мамлакатлари бозорига экспорт қилиш. Россия Федерацияси ва Қозоғистон мисолида. Амалий қўлланма. Ўзбекистон бизнес форуми лойиҳаси. 2008 йил
58. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг йиллик статистик тўплами. Т.2012-йил, 151 б

VI. Интернет сайтлари

1. www.gov.uz—O'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
2. www.press-service.uz—O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmatirasmiiy
3. www.mfer.uz—O'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya vasavdo Vazirligining rasmiy sayti sayti
4. www.UzA.Uz—O'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti
5. www.review.uz – “Ekonomicheskoe obozrenie” jurnalining rasmiy sayti
6. www.cer.uz – Iqtisodiy tadqiqotlar Markazining rasmiy sayti
7. www.uzreport.com – biznes axborotlari portali
8. www.eurasianews.com – EvroOsiyo tadqiqotlar arkazining rasmiy sayti
9. www.vip.lenta.ru – Internet nashriyoti
10. www.InternetNews.com— yangiliklar serveri
11. www.api.uz- Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги
12. www.lex.uz -Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
13. www.bdm.uz – бизнес эксперт журналининг расмий сайти
14. www.iqtisodiyot.uz - “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали
15. www.cooper.uz – Ўзбекистон Республикаси саноат ярмаркаси ва кооперацион биржасининг расмий сайти
16. www.chamber.uz – Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаининг расмий сайти.
17. www.uzbusiness.org – электорон ярмарка.
18. Zoyouz.uz - китоблар портали

1. Намлилиги даражаси бўйича бўйича

Нон сиртийнинг қалинлигининг энг юқориси 1 см дан кам бўлиши керак. Нон ячеякасининг энг чуқур қатламидан 5 г бўлаги ажратиб олинади ва унинг намлиги лаборатория жихозлари ёрдамида текширилади.

Намлик қуйидаги формула орқали аниқланади:

$$\omega(\text{H}_2\text{O})=100\cdot(m-m_1)/m$$

m – нон мағзининг ажратилган массаси; m_1 – нон мағзининг ажратилган массасининг қуруқ қисми.

Ноннинг намлилик даражаси

ассортимент	m , г	m_1 , г	$\omega(\text{H}_2\text{O})$, %
А	5	4,8	20
Б	5	4,6	40
С	5	4,7	30

Танланган нонларнинг барчаси стандарт талабларида бироқ А ва С нонлар ассортиментининг намлилик даражаси паст. Бироқ С нонни сотишга чиқариш мумкин.

2. Ноннинг ғоваклилик даражаси

Ноннинг ғоваклилик даражасини қуйидаги формула орқали ифодаланади

$$\Pi=100\cdot(V-V_1)/V$$

V – кесиб олинган ҳажм; V_1 – пресланган ҳажми.

Ноннинг зичлиги

Ассортименти	V , см ³	V_1 , см ³	ғоваклилиги, %
А	27	5	81,5
Б	27	7	74,1
С	27	8	70,3

Стандарт талаблари бўйича ғоваклилик даражаси 70% - 82% меъёр талаби, бир танлаган нонларнинг 3 тасга ҳам бу кўрсаткичлар мос келади ва улар меъёр талаблариги мос.

3. Ноннинг кислотнилик даражаси

Бугдой унидан тайёрланган 100 грам нонда кислотлилик даражаси 7-9 градусли коэффициентда ўлчанади. Шунга кўра кислотнилик даражаси қуйидаги формула орқали ифодаланади:

$$X = a \cdot V \cdot 100/p \cdot \square \cdot 10$$

X — кислотнилик градуси; а — текширув ўтказиладиган V мл даги кислотнилик градуси; v — кислотнилик даражасини аниқлаш учун сўриб олинган миқдор, мл; V — ноннинг ажратиб олинган ҳажми, мл; p — ноннинг умумий бўлаги миқдори г.

Ноннинг кислотнилик даражаси

ассортименти	Кислотнилик градули ⁰
А	12,4
Б	6,6
С	6,6

А – ассортиментда кислотнилик даражаси юқори, Б ва С да стандарт меъёрларига мос келади.

Аниқланган ҳолатлар бўйича чакана савдода фақат С нон тегишли талабларга мувофиқ келиши аниқланди.

“Чорсу” ҳамда “Сардоба” бозорларида таклиф этилаётган нонларнинг сифат кўрсаткичлари тавсифи.

Кўрсаткичлар номи	Стандартлар	1-қилипи (А)	2-қилипи (Б)	Оби нон (С)	Гижда нон (Д)	Патир нон (Е)	Мувофик эмаслари
Органолептик кўрсаткичлари							
Ташқи кўриниши	ГОСТ 27842-88 ва O'zDSt 589:2012	Шалкга мос, куйганмас	Шалкга мос, ёриклар мавжуд	мос	Мос	Мос	Б
Ранги	Оч жигарранг, оқ сарғиш(O'zDSt 589:2012)	Оч жигарранг	Оч жигарранг	Оч жигарранг	Оч жигарранг	Оч жигарранг	Мос
Юмшоқ қисми	Пишган, нам ва ёпишқоқ эмас, эзилганда ўз ҳолатига қайтади (O'zDSt 589:2012)	Мос	Мос	Мос	Мос	Мос	Мос
Ўваклилиги	Ривожланган, зичлашган ГОСТ 27842-88	Мос	Мос	Аниқлан-майди	Аниқлан-майди	Аниқлан-майди	Мос
Юмшоқ қисмидаги аралашмай қолаган ун қолдиқлари (қумоқ)	Яхши аралашгна, қумоқ ҳосил қилмаган. ГОСТ 27842-88 ва O'zDSt 589:2012	Мос	Мос	Мос	Мос	Мос	Мос
Таъми	Ўзига хос, ёт тамсиз	Мос	Мос	Мос	Мос	Мос	мос
Хиди	Ўзига хос, ёт хидсиз	Мос	Мос	Мос	Мос	Мос	мос
Физик-кимёвий кўрсаткичлари							
Намлик	39-42 гача ГОСТ 27842-88 ва O'zDSt 589:2012	44 (мос эмас)	41 (мос)	39,8 (мос)	40 (мос)	39,8 (мос)	А
Ўваклилик	ГОСТ 27842-88 бўйича -66 %	69,0	65,0	Аниқлан-майди	Аниқлан-майди	Аниқлан-майди	А
Нордонлиги даражаси	3 гача ГОСТ 27842-88 ва O'zDSt 589:2012	2,8	0,8	2,4	2	2,4	А
Нонда ёт аралашмалар ва минерал орашмалардан фарқлаш ҳолати ва мўғорлаш, касалли белгилари	ГОСТ 27842-88 ва O'zDSt 589:2012	Мавжуд эмас	Мавжуд эмас	Мавжуд эмас	Мавжуд эмас	Мавжуд эмас	мос

Манба: O'zDSt Наманган вилоят бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди.

