

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

НАМАНГАН МУҲАНДИСЛИК – ТЕХНОЛОГИЯ ИНСТИТУТИ

Қўлёзма ҳуқуқида

Сотволдиев Шеррух

**Мавзу: Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб
чиқаришни ривожлантириш.**

Мутахассислик: 5230400 – “Маркетинг”

Бакалавр академик даражасини олиш учун

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ

Илмий рахбар:

Иф.н. доцент Ғ. Мадияров

Наманган – 2015

МУНДАРИЖА

Мавзу: Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ривожлантириш.

Кириш.....	3
I боб. Қандолат бозорининг шаклланиши ва ривожланишининг назарий асослари.....	6
1.1. Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг моҳияти.....	6
1.2. Ўзбекистон Республикасида нон ва қандолат маҳсулотлари савдосининг ҳуқуқий асослари.....	10
1.3. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг ривожланиши.....	20
II боб. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотлари.....	29
2.1. Нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиш таҳлили.....	29
2.2. Нон ва қандолат маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичлари таҳлили.....	34
2.3. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили.....	47
III боб. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида маркетинг стратегияларидан фойдаланиш.....	59
3.1. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш.....	59
3.2. Нон ва қандолат маҳсулотларини сотиш усулларини такомиллаштириш.....	63
3.3. Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини ривожлантириш истиқболлари.	70
Хулоса ва таклифлар.....	74
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	78

Кириш.

Мавзунинг долзарблиги. Бугунги кунда Республикамизда айниқса, вилоятдаги барча қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқараётган корхоналар истеъмолчиларни ишлаб чиқарилаётган ва таклиф қилинаётган товарларга бўлган эҳтиёжларини қондирилишини, маҳсулот ишлаб чиқариш учун сарф қиладиган харажатларини қопланиши ва фойда олишни таъминлаш энг муҳим масалалардан бири бўлиб қолмоқда. Корхоналарда самарадорликни ошириш учун энг аввало, истеъмолчилар талабини шакллантириш лозим.

Мамлакатимиз Президентди томонидан 2014 йил якуни ва 2015 йилнинг устивор йўналишлари тўғрисидаги маърузаларида “Истеъмол товарлари ишлаб чиқариш ҳажми 2014 йилда 9,4 %, шу жумладан озиқ-овыат маҳсулотлари зиишлаб чиқариш 8,7 %, ноозиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарши 10 % га ўсганлиги”¹ эхтироф жтилди.

Шунинг учун нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар бозорини ўрганиш ва уни маркетинг стратегиялари асосида ривожлантиришни йўлга қўйиш катта аҳамиятга эга. Ҳозирда нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар имкониятларини ўрганиш ва уни маркетинг стратегиялари асосида ривожлантириш корхона ривожига катта ҳисса қўшади. Биринчидан, товар айланиши тезлашади ҳамда товар олди-сотди ўртасида ўзаро рақобатни таъминлайди, иккинчидан, иқтисодиётга катта фойда келтиради.

Корхона фаолиятида нон ва қандолат маҳсулотлари бозори ва уни маркетинг стратегиялари асосида ривожлантириш қанчалик муҳим аҳамиятга эга бўлишига қарамасдан, ушбу соҳа деярли ўрганилмаган. Шу боис, тараққиётнинг ҳозирги босқичида айнан нон ва қандолат

¹ И.А.Каримовнинг “2015 йил иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш хисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш устувор вазифамиздир” мавзусидаги В.М мажлисидаги маърузаси. 2015 йил.17 январ. www.uza.uz

маҳсулотларини ишлаб чиқиш ривожлантиришни ва уни сотишни ташкил этиш ва уни ўрганиш объектив заруриятга айланмоқда. Мавзунинг долзарблиги ҳам ана шундадир.

Мавзуни ўрганганлик даражаси. Иқтисодиётни модернизациялаш ва эркинлаштириш шароитида корхоналар фаолиятида қандолат маҳсулотлари бозорини ўрганиш ва унинг ривожланиш хусусиятларидан фойдаланишга бўлган эътибор янада кучаймоқда. Ушбу мавзуни ёритишда хорижлик истеъмол товарлари бозори хорижлик олимлардан И.Ансофф, А.Белла, Б.Бергман, Питер Ф. Друкер, Ф.Котлер, Р.Л. Кохис, Ламбен Жан-Жак, Р.Моррис, Стэн Рэлл, Дж. М.Тресси, Эванс, Дж. ва бошқалар, ҳамдўстлик мамлакатлари олимларидан С.Н. Андреева, А.А.Браверман, Е.П. Голубков, В.А.Гончаров, А.М. Моисеева, Л.Н. Мельниченко, Е.В.Попов, Ф.П. Половцев, Б.Соловьев, Г.Л. Багиев, В. Тарасевичларнинг ишларида кўрилган.

Ўзбекистонда ҳам маркетингнинг умумий йўналиши, унинг турли тармоқлар бўйича қўлланилиши, назарий ва амалий жиҳатларини ўрганишга бағишланган ишларда иқтисодчи-олимлардан М.Болтабоев, Ж.Ж.Жалолов, Н.Йўлдошев, М.С.Қосимова, Г.Охунова, И.Иватов, Ф.Қ.Комилова, М.А.Насритдинова, А.С.Солиев, Б.Ходиев, А.Фаттахов, Ш.Эргашходжаева, М.Икрамов, ва бошқаларнинг илмий тадқиқотларидан фойдаланилди.

Мавзунинг мақсад ва вазифалари. Мавзунинг мақсади нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ривожлантириш бўйича амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат. Мазкур мақсадга эришиш учун битирув малакавий ишида қуйидаги вазифалар белгиланган:

- Қандолат бозорининг шаклланиши ва ривожланишининг назарий асосларини очиб бериш.
- Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг моҳияти.
- Ўзбекистон Республикасида нон ва қандолат маҳсулотлари савдосининг ҳуқуқий асослари.
- Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг ривожланиши.

- Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотлари.
- Нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиш таҳлили.
- Нон ва қандолат маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичлари таҳлили.
- Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили.
- Нон ва қандолат маҳсулотларини сотиш усулларини такомиллаштириш.
- Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини ривожлантириш истиқболлари

Тадқиқот объекти ва предмети. Тадқиқот предмети бўлиб корхоналар фаолиятида содир этиладиган нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ривожлантиришдаги иқтисодий муносабатлар ҳисобланади.

Тадқиқот объекти бўлиб Поп туманидаги нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар ҳисобланади.

Тадқиқотнинг назарий ва методологик асосини Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг Бозор муносабатларига ўтишнинг ҳозирги замон йўналишини белгиловчи асарлари, Президент фармонлари, қарорлари, Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, бажарилаётган битирув малакавий иши бўйича мамлакатимиз ва чет эл олимлари ғоя ва концепциялари ташкил этади.

Битирув малакавий ишини аҳамияти, шундаки, битирув малакавий ишда корхоналарида нон ва қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқаришни ривожлантириш бўйича берилган тавсиялар корхоналарнинг ривожланиши ва уни такомиллаштириш йўллари аниқлашда фойдаланиш мумкин.

Битирув малакавий ишини тузилиши. Битирув малакавий иши кириш, 3 та боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат.

I боб. Қандолат бозорининг шаклланиши ва ривожланишининг назарий асослари.

1.1. Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг моҳияти.

Ҳозирги вақтда жаҳон қандолат маҳсулотлари бозори ривожланиши ишлаб чиқариш бирлашуви даражаси билан тавсифланади. Бу корхоналар фаолиятини брендинг, маркетинг ва реклама орқали қўллаб-қувватлашда, технологик модернизация жараёниларида, шу билан бирга ҳам ашёни ўзлаштириш учун энг қулай шарт-шароитларга эришишда ресурсларнинг бир жойга тўпланиши ҳисобига рақобатбардошлик устунликларини олиш зарурияти сабаб бўлган.

Гарчи, қандолат маҳсулотлари энг зарур нарсалар ва “озик-овқат” маҳсулотлари саватига кирмаса-да, бироқ одамларнинг энергетик балансларини тўлдиришда муҳим аҳамият касб этиб, истеъмол мафтунокорлиги кўринишида катта харид талабига эга.

Ўзбекистонда ҳам минглаб корхоналар қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаради. Улар сарасига нафақат қандолат маҳсулотлари корхоналари, балки, ўзга соҳаларга тааллуқли корхоналар, масалан, нон, озик-овқат маҳсулотлари ва бошқа маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи корхоналар киради.

Умуман олганда, қандолат маҳсулотлари бозори ўта марақаб бозор. Бу бозор таклифига умуман иқтисодий омиллардан ташқари қуйидагилар ҳам таъсир кўрсатади:

- Шакар бозори конъюнктураси;
- Ун бозори конъюнктураси;
- Ёғ-мой маҳсулотлари бозори конъюнктураси.

Қандолат маҳсулотлари бозори фаолияти ароматизаторлар, қуюқлаштирувчилар, эссенциялар, консервантлар, ёнғоқлар, қуритилган мевалар ва бошқа қандолат қўшимчаларига ҳам боғлиқ.

Кейинги йилларда мамлакатимизда тижорат, ахборот ва реклама рамзи бўлган маркетингнинг оммалашув жараёни жуда кучайиб бормоқда. Чунки

иқтисодий эркинлаштириш ва модернизациялаш шароитида ишлаб чиқариш соҳалари самарали фаолият кўрсатишга эришиш учун маркетингли ёндашувнинг ўрни бекиёсдир. Дарҳақиқат, қандолат маҳсулотлари бозорида маркетинг истеъмолчи истаган вақтда ва жойда унга юқори сифатли маҳсулотларни тақдим этиш имкониятларини кенгайтиради. Демак, қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар, савдо, хизмат кўрсатиш соҳа корхоналари у ёки бу шаклда ўз бозорлари тадқиқотларини олиб боришлари зарур.

“Маркетинг” тушунчасининг моҳияти бу йўналиш олдида турган вазифалар билан белгиланади. Дарҳақиқат, қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш шарт-шароитлари ўзгарган сайин бу тушунчанинг моҳияти ўзгариб боради. Маркетинг пайдо бўлгандан ҳозиргача бу борада юз бераётган ўзгаришлар фикримизни тасдиқлайди.

Маркетингни вазифалари ва функциялари ўзгармас бўлиб қолмайди. Маркетинг-тижорат саъй-ҳаракатлари йиғиндиси, сиёсатни ишлаб чиқишда мувофиқлаштириш ва интеграция функцияси, корхона фаолиятининг мақсади, маҳсулотга эгалик ҳуқуқи билан ўзаро алмаштириш жараёни: концентрация-жамлаш, тўғирлаш ва тарқатиш мувофиқлаштириш функцияси, иш фаолиятининг ўзаро боғлиқ элементлари мажмуи, бизнеснинг фалсафаси. Унинг мақсади- қайта ишлаб чиқари танглигини юмшатиш, талаб ва таклифни ўзаро мувофиқлаштириш.

Маркетингда энг самарали технологик усуллардан бири бозорни сегментлаш ҳисобланади. Уни маркетингнинг муҳим инструменти ёки мақсадли бозорни эгаллашнинг муҳим стратегияси ҳам деб аташади. Фикримизча, бозорни комплекс ва тизимли ўрганишнинг асосий услубларидан бири сегментлашдир. Ф. Котлер сегментлаш жараёнини “бозорни аниқ харидорлар гуруҳига бўлиш, яъни ҳар бир гуруҳ учун алоҳида товар ёки маркетинг комплекслари талаб қилиниши мумкин”, - деб таърифлайди. Бундан келиб чиқиб, қандолат маҳсулотлари бозорини

ўрганишнинг мақсади истеъмолчилар хулқ-атворидаги фарқларини аниқлашдир.

Нон ва қандолат маҳсулотларини танлаш ва ўзлаштириш жараёнида истеъмолчилар хулқ-атвори амалиётда турли-туманлиги билан намоён бўлади. Бундай турли-туманлик объектив ва субъектив табиатга эга катта миқдордаги омиллар инсонларга таъсир кўрсатиши натижасида юзага келади. Бу маҳсулотларга талаб, ижтимоий нуқтаи назардан ҳам, шаклланган истеъмол нуқтаи назаридан ҳам бир турда эмас. Ҳар бир харидор бозорда аниқ объектив шарт-шароитлар доирасида ўз хоҳишига таянган ҳолда ҳаракат қиладилар.

Атроф-муҳитдаги рақобатчиларнинг харидорларга таъсири бир хил. Лекин улар, турли психик қарашлар оқибатида бу таъсирни ҳар хил ҳис қилишлари мумкин. Кўп омиллар таъсири турлича кечади, айримлариники кучлироқ, айримлариники кучсизроқ бўлади. Шунингдек, бозорда аниқ истеъмолчилар гуруҳи ва қатламларини кўрсатувчи ўзгарувчанликни юзага келтиради. Бу эса нон ва қандолат бозорини сегментларга ажратишга олиб келади.

Бозор сегменти- таклиф қилинган маҳсулотлар ва маркетинг стимуллари йиғиндисига бир турдаги таъсирни ифодаловчи истеъмолчилар гуруҳидир. Битта сегментда бирлаштирилган истеъмолчилар, уларнинг истакларига тўлиқ жавоб берадиган норасмий қадриятлар шкаласига эга ва шу асосида у ёки бу бозордаги вазиятга хулқ-атвор мезонларини ишлаб чиқиш мумкин.

Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини сегментлаш жараёни ишлаб чиқарувчилар учун асосий масала бўлиб, бундан мақсад сегментлар ўртасидаги фарқни максимумлаштиришда, ҳар бир сегмент иштирокчилари ўртасидаги хулқ-атвордаги фарқларни минимумга олиб келишга имкон берадиган бир гуруҳ истеъмолчиларни ажратиш мезонлари ва услубларини топишдир. Шу асосида шаклланган истеъмолчилар гуруҳи ўрганилаётган товар бозорида ўзаро ўхшаш эҳтиёжларни характерлаши керак. Бозорни

сегменташ сиёсати орқали стратегик маркетинг тамойили аётга тадбиқ қилинади, яъни аниқ истеъмолчиларга қаратилган ишлаб чиқариш мўлжалга олинади.

Юқори каллорияли маҳсулотларнинг асосий таркибига яхши тўйимлилиқ хоссаларни берувчи қандолат маҳсулотларининг ҳамма турлари киради. Кондитер маҳсулотларига печенье, пряник, галета (қаттиқ печенье), вафли, торт, пирожное ва бошқалар киради.

Печенье олий ва биринчи навли ундан қилинади. Хамирнинг хоссаларига ва қорилиш рецептига қараб: уваланувчан шириш (сахарное) печенье, чўзилувчан хамирдан қилинган (затяжное) печенье, чўжилувчан-уваланувчан хамирдан шакар қўшиб қилинган печенье, қуруқ (сухое) печенье ва ёғли ширин (сдобное) печенье ларга бўлинади.

Қандолат маҳсулотларини сотишни ўзига хос томонлари бор. Биринчидан, харидорга шундай хизмат қилиш керакки, харидор дўконга келиши зарурият деб билмасдан, қандолат маҳсулотлари сотишда кўрсатилган хизматдан мамнун бўлсин. Иккинчидан, харидорнинг бундай қайфиятда бўлиши кондитер маҳсулотлари ассортиментини мавжудлигидир. Айниқса, қандолат маҳсулотлари бозорини ташкил қилишда яна бир эътиборли жиҳати шундаки, бу маҳсулотларни харидорларини психологик хусусиятларини ҳам ҳисобга олиш катта аҳамиятга эга. Бу маҳсулотларни харидорлари сўзамол ва камгап, яхши-ёмон товарнинг фарқига борадиган, дадил ва иккиланувчи харидорларга бўлинади. Қандолат маҳсулотлари бозорида харидорнинг феъл-атворини тўғри тушуниш ва унга хизмат кўрсатиш усуллари хилма-хил қилиш учун сотувчи харидорларнингана шу айтилган ва бошқа хусусиятларини ўрганиб бориш керак. Масалан, қандолат маҳсулотларининг хоссаларини, билмайдиган харидорларга мукаммал тушинтириб бериши керак, ҳолбуки маҳсулотни яхши биладиган харидорлар бундай изоҳга эҳтиёж сезмайдилар. Сўзамол харидор билан очик-чочик сўзлашиш, камгап харидорларга эса уни қизиқтираётган қандолат маҳсулотлари хилларининг хусусиятлари ҳақида

кисқа,равон жавоб ва изохлар бериб бориш керак. Баъзи харидорлар ҳа дегенда бир қарорга келавермайдиган харидорни шоширмасдан, ўйланишга имконият бериш ва бирон нарсани сотиб олиш маъқул деган қарорга келишида кўмаклашиш зарур. Бунинг учун сотувчилар қандолат маҳсулотлари таркибидан хабордар бўлишлари лозим. Бундан ташқари, сотувчи товарларни яхши хилларини, нархларини, қўйилган жойни яхши билишлари керак. Сотувчи эътиборини шундай тақсамлаш керакки, бир харидорга хизмат кўрсатиб, иккинчи харидорнинг саволларига жавоб қайтара оладиган бўлиши керак.

Қандолат маҳсулотлари ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усулида ҳамда хизмат кўрсатиш орқали тортиб ҳам сотилади. Харидорларга хизмат кўрсатиш ва харидорларга сотилган товар сифати учун жавобгарлигини ошириш мақсадида, чакана савдо шаҳобчаларида сотиладиган қандолат маҳсулотлари сотиш қоидалари тасдиқланган.

1.2. Ўзбекистон Республикасида нон ва қандолат маҳсулотлари савдосининг ҳуқуқий асослари.

Ўзбекистонда мустақиллика эришгандан сўнг иқтисодиётда таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, мавжуд салоҳиятдан самарали фойдаланиш, аҳоли фаровонлигини ошириш ҳамда аҳолини озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлашда ижобий натижаларга эришилмоқда. Шу билан бирга озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарни бозор талабларига мослаштириш бугунги кундагит долзарб масалалардан ҳисобланади. Чунки, бу масала мамлакатимиз аҳолисини озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлашда ҳал қилувчи аҳамият касиб этади. Иқтисодиётни ўрганиш жараёнида албатта бозор иқтисодиётини чуқур ўрганиш назарда тутилади. Бозор иқтисодиёти деганда эса, биринчи ўринда аҳоли ҳолати, уни яшаш даражаси, замонавий туриш-турмиши кўзда тутилади. Бозор иқтисодиёти тўла-тўқис амалга оширилди ва керакли чўққисига етди дегани - бу аҳолининг турмиш даражаси ошиши, барча зарур керакли бўлган товарларга эга бўлиши, шу

билан бирга ишлаб чиқариладиган ёки хорижий мамлакатлардан келтириладиган маҳсулотларни аҳоли талабига тўла-тўқис жавоб бериши, яъни замонавий йўсинда, замонавий хом ашёлардан, юқори даражадаги сифатли маҳсулотлар бўлишини талаб қилади. Бу масалада чакана савдо корхоналарини ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш муҳим аҳамият касб этади.

Ҳуқуқий жиҳатдан савдо корхоналари фаолиятининг мақсади, мулкчилик шакли, таъсисчилар таркиби, иштирокчиларнинг ҳуқуқлари, корхонанинг мулкӣ ҳуқуқи ҳажми, таъсисчиларнинг шахсан ёки мулки билан иштрок этиши, ташкил топиш тартиби, таъсис ҳужжатлари таркибидан келиб чиққан ҳолда таснифланади.

Шу билан бир қаторда, Президентимиз амалдаги “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қонун бугунги кунда эскирганлиги ва замон талабларига жавоб бермай қолганлиги, шуни эътиборга олган ҳолда, “Рақобат тўғрисида”ги янги Қонунни ишлаб чиқишимиз ва қабул қилишимиз зарурлигини таъкидлаб ўтди. Ушбу қонунда монополистик фаолиятни нафақат товарлар бозорида, балки молия бозорларида ҳам тартибга солишни назарда тутиш лозим. Шунингдек, биржа савдоларида ҳам монополияга қарши механизмларни, акцияларни сотиб олиш, қўшиш ва бирлаштириш битимларини тартибга солиш ва назорат қилиш тартиб-қоидаларини соддалаштириш бўйича нормаларни ушбу қонунга киритиш мақсадга мувофиқдир.

Савдо корхоналари молиявий-хўжалик фаолиятини амалга ошираётган ҳуқуқий муҳитни такомиллаштиришга доир чора-тадбирлар мажмуасини амалга оширмас экан, уларнинг самарали ва барқарор риожланишига эришиш қийин.

Ўзбекистон Республикаси Конституцияси фуқароларнинг ҳуқуқларини белгилаб беради ва мамлакат ҳудудида мулкчилик муносабатларини тартибга солади.

Ҳозирги кунда “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш” қонунини қабул қилиш йўли билан истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилиш,

сертификация, метрология ва стандартлаштириш соҳасида савдони давлат томонидан назорат қилиш қоидалари белгилаб берилган.

Ҳар қандай тадбиркорлик фаолияти маълум ҳуқуқий муҳитда олиб борилади. Шунинг учун зарур ҳуқуқий шарт-шароитларни яратилишининг аҳамияти каттадир.

Ўзбекистон Республикасининг 1998 йил 25-декабрдаги “Реклама тўғрисида”ги Қонуни. Ушбу қонуннинг мақсади рекламани тайёрлаш ва тарқатиш билан боғлиқ муносабатларни тартибга солишдан иборат. Ушбу қонуннинг асосий вазифаларига юридик ва жисмоний шахслар ёки маҳсулотлар тўғрисида ахборот оқимини шакллантириш, тадбиркорлик ва истеъмол маданиятини такомиллаштириш, рекламанинг давлат ва жамоат манфаатларига, ахлоқ ва маънавиятнинг умумэътироф этилган нормаларига, юридик ва жисмоний шахсларнинг ишчанлик обрўсига, атроф-муҳит ҳолатига тажовуздан ҳимояланиш чораларини таъминлаш, маҳсулотнинг характери, тайёрланиш усули ва жойи, истеъмол хусусиятлари, сифати ва бошқа тавсифлари, уни реализация қилиш шартларига кўра, истеъмолчиларни жалғитадиган ёлғон ёки ноаниқ маълумотлар реклама воситасида тарқатилишининг олдини олиш каби фаолиятлар мисол бўлади.

Ушбу қонунга сўнги йилларда бир қанча ўзгартиришлар киритилди.

Ўзбекистон Республикасининг 1996 йил 27-декабрдаги “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қонуни. Ушбу қонун умумий қоидалар, монополистик фаолият, монополияга қарши давлат органи, рақобат устидан давлат назорати, монополияга қарши қонун ҳужжатларини бузганлик учун жавобгарлик ҳамда монополияга қарши давлат органининг қарорлар қабул қилиши, улар устидан шикоят қилиш ва уларни ижро этиш тартиби каби бўлимлардан иборат бўлиб, унинг асосий мақсади — товар бозорларида монополистик фаолият ва инсофсиз рақобатнинг олдини олиш, уни чеклаш, тўхтатишнинг ташкилий ва ҳуқуқий асосларини белгилаб беради, рақобат муносабатларининг шаклланиши ва самарали амал қилиши учун шароитлар таъминлашга қаратилган.

Хозирги кунда мамлакатимизда ялпи ички махсулотнинг 80 фоизидан ортиғини нодавлат сектор таъминламоқда. Тан олишимиз керакки, 1991-йилда қабул қилинган “Давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштириш тўғрисида”ги Қонун, ўтган давр мобайнида 80 тадан ортиқ қонуности ҳужжати унга уйғунлаштирилганига қарамасдан, бугун қайта кўриб чиқишни ва янги таҳрирда қабул қилишни талаб этмоқда.¹

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 21 майдаги «2010 йилга қадар Ўзбекистон Республикасида хизматлар ва сервисни ривожлантиришни жадаллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПК-640-сонли ҳамда Наманган вилояти ҳокимининг 2-июндаги 112-сонли қарорлари Наманган вилоятида савдо фаолиятини самарали ташкил этишга катта ҳисса қўшди.

Республика Вазирлар Маҳкамасининг 2007 йил 21 майдаги 640-сонли (аввалги 2003 йил 13 февралдаги 78-сонли «2003-2007 йилларда чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоқларини ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида») «2007-2010 йилларда чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоқларини ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарорида белгиланган топшириқлар асосида 2009-2010 йилларда турли мулкчилик шаклидаги субъектлар томонидан маиший хизмат кўрсатиш шаҳобчалари қурилиб, ишга туширилди. Савдо корхоналари молиявий-хўжалик фаолиятини амалга ошираётган ҳуқуқий муҳитни такомиллаштиришга доир чора-тадбирлар мажмуасини амалга оширмас экан, уларнинг самарали ва барқарор ривожланишига эришиш қийин. Бозор иқтисодиётининг асосида тадбиркорлик фаолиятининг муайян субъектлари ҳуқуқ ва мажбуриятлари тизими ётади. Бу субъектлар мустақил равишда фаолият кўрсатиши ҳамда ўз

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Куч-адолатда. 2010-йил. 16-ноябр.

муаммоларини қонун ва қоидалар доирасида ҳал қилишлари лозим. Бозор савдоси бўйича жаҳон тажрибалари шундан далолат берадики, замонавий бозор муносабатлари исталган мамлакатда давлат қонунчииги томонидан тартибга солиб борилади. Ҳозирги кунда давлатнинг тадбиркорликни ривожлантириш, давлат идоралрининг хусусий бизнес субъектлари билан муносабатларининг ташкилий шаклини ўзгартириш, давлат ва бозор томонидан тартибга солиш механизмларининг оптимал уйғунлиги томон ҳаракатларининг кучайиши кузатилмоқда.

Бозор шароитларида харидорлар зарур товарларни сотиб олар экан, савдо корхоналарининг хизматларидан фойдаланиш давомида фуқаролик қонунчилиги қоидалари билан тартибга солинувчи мулкӣ муносабатларда иштирок этади. Барча қонунчилик ҳужжатларини уларнинг ҳуқуқӣ кучига кўра қонун ва норматив ҳужжатларга тақсимлаш мумкин. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси фуқароларнинг ҳуқуқларини белгилаб беради ва мамлакат ҳудудида мулкчилик муносабатларини тартибга солади.

Қонунчилик соҳасида Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси алоҳида ўринга эга. Унга кўра жамиятдаги барча муносабатлар тартига солинади ва у турли хил фаолият, жумладан, савдо соҳасидаги барча жорий қонун ҳужжатларининг ривожланиш учун асос ҳисобланади.

Ҳозирги кунда “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш” қонунини қабул қилиш йўли билан истеъмолчилар манфаатларини ҳимоя қилиш, сертификация, метрология ва стандартлаштириш соҳасида савдони давлат томонидан назорат қилиш қоидалари белгилаб берилган. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2004 йил 7 июлдаги «Ўзбекистон Савдо-саноат палатасини ташкил этиш тўғрисида»ги Фармониға асосан хусусий тадбиркорликни янада ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш, бизнес муҳитини такомиллаштириш, мамлакатимиз тадбиркорларининг хорижий ҳамкорлар билан ишбилармонлик алоқаларини йўлга қўйишға кўмаклашиш, мамлакатимизда ишлаб чиқарилаётган товарлар ва хизматларни ташқи бозорларға фаол силжитиш, рақобатбардош тайёр

маҳсулотни ишлаб чиқаришни таъминловчи ишлаб чиқаришни техник қайта курулантириш ва замонавийлаштириш каби масалаларни ҳал қилиш кўзда тутилган. Шу сабабли савдо-саноат палаталарининг салоҳиятидан унумли фойдаланиш мамлакатимизда тадбиркорликни, биринчи навбатда, кичик ва хусусий бизнесни жадал ривожлантиришга кўмаклашади, ҳақиқий мулкдорлар синфини шакллантиради.

1.2.1-жадвал.

Ўзбекистонда улгуржи савдони ривожлантириш ва ҳуқуқий асосларини таъминлаш бўйича қабул қилинган меъёрий ҳужжатлар.

№	Сана	Меъёрий ҳужжатлар
1	2	3
1.	1993 йил 28-декабр	Ўзбекистон Республикасининг “Стандарташтириш тўғрисида”ги Қонуни
2.	1996 йил 27-декабр	Ўзбекистон Республикасининг “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қонуни
3.	1998 йил 25-декабр	Ўзбекистон Республикасининг “Реклама тўғрисида”ги Қонуни
4.	2000-йил 12-август	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Бозорлар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида»ги 315-сонли қарори
5.	2001-йил 31-октябр	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ижтимоий аҳамиятга молик истеъмол товарлари савдосини тартибга солиш бўйича қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори.
6.	2002-йил 6-май	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Жисмоний шахслар томонидан Ўзбекистон Республикаси ҳудудига товарлар олиб келинишини тартибга солиш тўғрисида»ги 154-сонли қарори.
7.	2002-йил 5-август	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Пул маблағларининг банкдан ташқари муомаласини янада қискартириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 280-сонли қарори.
8.	2002-йил 20-август	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Лицензиялашни бекор қилиш ҳамда истеъмол товарларини олиб келиш ва Ўзбекистон Республикасининг ички бозорида сотишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 295-сонли қарори.
9.	2003-йил 4-феврал	Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Улгуржи савдо корхоналарини солиққа тортишни такомиллаштириш тўғрисида»ги Фармони

1.2.1-жадвал давоми.		
1	2	3
10.	2003-йил 13-феврал	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «2003-2006 йиллардаги чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоқларини ривожлантиришга доир чора-тадбирлари тўғрисида»ги 75-сонли қарори.
11.	2003-йил 28-июл	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ноозиқ-овқат истеъмол товарлари билан савдо қилишни такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 330-сонли қарори.
12.	2004-йил 12-август	Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи жисмоний шахсларни рўйхатдан ўтказишни тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 387-сонли қарори.
13.	2004 йил 3-декабр	Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикаси Савдо-саноат палатаси тўғрисида”ги Қонуни.
14.	2009-йил 20-январ	Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Келгусида ишлаб чиқариш ва ижтимоий инфратузилмаларни ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПҚ-1041-сонли қарори.
15.	2009-йил 28-январ	Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПҚ-1050-сонли “Маҳаллий ноозиқ-овқат истеъмоли махсулотларини ишлаб чиқаришни кенгайтириш тўғрисида”ги қарори.

Манба: Жадвал талаба томонидан тайёрланган.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 13 февралдаги 78-сонли «2003-2006 йилларда чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш корхоналари тармоқларини ривожлантиришга доир чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарорида қуйидаги чора-тадбирлар белгиланган:

- чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш корхоналарини қуриш, реконструкция қилиш ва жиҳозлаш, савдо, маиший хизмат кўрсатиш ташкилотлари ва корхоналарининг ҳамда

тадбиркорларнинг ўз маблағлари, шунингдек, тижорат банклари ва бошқа молия ташкилотларининг кредитлари асосида амалга оширилади;

- чакана савдо, умумий овқатланиш ва аҳолига маиший хизмат кўрсатиш объектлари қурилишига аҳоли учун қулай жойлардаги ер участкаларининг тадбиркорларга танлов асосида берилиши белгиланган.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2004 йил 12 августдаги 387-сонли «Тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи жисмоний шахсларни рўйхатдан ўтказишни тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорида қуйидаги чора-тадбирлар белгиланган:

- тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи жисмоний шахслар («четдан товар олиб келувчилар») экспорт ва импорт операцияларини ва чакана савдони амалга ошириш ҳуқуқи билан юридик шахс бўлмасдан якка тартибдаги тадбиркорлар сифатида рўйхатдан ўтишлари шартлиги;

- «эркин муомалага чиқариш» тартибида расмийлаштирилган юк божхона декларацияси, мувофиқлик сертификатлари мавжуд бўлганда божхона ва бошқа тўловлар тўпланган тақдирда буюм бозорларида якка тартибда тадбиркорни фақат ўзи бевосита олиб келган импорт товарлари билан чакана савдони амалга ошириш ҳуқуқи;

- 2004 йил 1 сентябрдан бошлаб тижорат фаолияти учун мўлжалланган товарларни олиб келувчи жисмоний шахслар («четдан товар олиб келувчилар») юридик шахс бўлмасдан якка тартибдаги тадбиркорлар сифатида давлат рўйхатидан ўтказиш жисмоний шахснинг яшаш жойидаги туман (шаҳар) давлат солиқ инспекцияларида (ҳозир бўлиш тартибида) амалга ошириш тартиби ва бошқалар.

Савдо корхоналари маҳаллий ишлаб чиқариш корхоналари билан муносабатларини такомиллаштирмоқда. Юқори сифатли рақобатбардош истеъмол товарларини ишлаб чиқаришни кўпайтириш ва ассортиментни кенгайтиришни рағбатлантириш мақсадида ҳамда ишлаб чиқариш

корхоналари ва савдо ташкилотлари ўртасида ўзаро муносабатларни такомиллаштириш юзасидан Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан бир қатор чора-тадбирлар белгиланган, жумладан, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан 2002 йил 13 ноябрда «Бозорни истеъмол товарлари билан тўйинтиришни рағбатлантириш, ишлаб чиқарувчилар ва ташкилотларнинг ўзаро муносабатларини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорида 2003 йил 1 январдан 2007 йил 31 декабргача бўлган давр учун қуйидагилар белгиланган:

- истеъмол товарларини ишлаб чиқарувчи корхоналар истеъмол товарларини ишлаб чиқаришдан олинган даромадларидан даромад (фойда) солиғини амал қилувчи ставкаларга нисбатан 20% камайтириб тўлаш белгиланган;

- болалар ассортиментидаги товарларни ишлаб чиқарувчи корхоналар ушбу товарларни ишлаб чиқаришдан олинган даромадларга 7% миқдорида даромад (фойда) солиғини тўлаш белгиланган. Болалар ассортиментидаги кирувчи товарлар рўйхати Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 14 июлдаги №327-Ф сонли Фармойиши ва Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика Департаменти томонидан тасдиқланган 1997 йил 14 июлдаги №8 /1/3/8 сонли саноат маҳсулотлари номенклатурасига тушунтиришларда келтирилган;

- истеъмол товарларини ишлаб чиқарувчи микрофирма ва кичик корхоналар ушбу фаолиятдан олинган тушумдан тўланадиган ягона солиқдан амал қилувчи ставкаларга нисбатан 25% га камайтирилган миқдорда тўлашади;

- ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг истеъмол товарларини ишлаб чиқаришнинг физик ҳажмлари ўсиши ҳисобига олинган даромадлари (фойдаси), даромад (фойда) солиғи ва ягона солиқдан озод қилинади;

- ноозик-овқат товарларини ишлаб чиқарувчи корхоналар (тамаки маҳсулотлари ва заргарлик буюмларидан ташқари) эркин маблағларни ишлаб чиқаришни кўпайтириш, ассортиментни кенгайтириш ва ишлаб

чиқарилаётган истеъмол товарларининг рақобатбардошлигини оширишга мақсадли йўналтириш шароитида бюджетга акциз солиғини тўлашдан озод қилинади;

- истеъмол товарларини ишлаб чиқарувчи корхоналарга асосий воситаларнинг фойдали хизмат муддатида келиб чиққан ҳолда амортизация ажратмаларининг ҳар йилги миқдорларини мустақил белгилаш ҳуқуқи берилган. Бунда солиққа тортиш мақсадида амортизация ажратмаларининг йиллик миқдори Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодекси томонидан ўрнатилган меъёрлардан ошмаслиги лозим;

- корхоналарни ўзлари ишлаб чиқарган истеъмол товарлари учун реклама харажатлари даромад (фойда) солиғини ҳисоблашда солиққа тортилувчи базадан тўлиқ миқдорда чиқариб ташланади.

Истеъмол товарларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган корхоналар (умумий ишлаб чиқариш ҳажмидаги истеъмол товарларининг ҳажми 60% дан кам бўлмаса) 2003-2005 йилларда қуйидагича тўловларни амалга оширади:

- истеъмол товарларини ишлаб чиқариш учун фойдаланиладиган хом ашё, материаллар ва бутловчи қисмлар учун божхона тўловлари (божхонада расмийлаштириш йиғимларидан ташқари) божхонада расмийлаштирилгандан кейин 60 кундан кеч бўлмаган муддатда, микрофирма ва кичик корхоналар учун 90 кун ичида амалга ошириш белгиланган. Бунда бериш асосида (толлинг бўйича) истеъмол товарларини ишлаб чиқариш учун келтирилаётган хом ашё божхонада расмийлаштириш йиғимларидан ташқари божхона тўловларини тўлашдан озод қилинади;

- ер солиғи ушбу корхоналар учун амал қилувчи ставкалар бўйича белгиланган, бироқ тегишли шаҳар ва қишлоқ жойларининг ўрта ҳудудлари учун ўрнатилган ставкалардан юқори бўлмаслиги белгиланган;

- ушбу корхоналарнинг солиққа тортиш базаси кредитлар ҳисобига олинган истеъмол товарларини ишлаб чиқариш учун ускуналарнинг қийматига камайтирилган миқдорда мулк солиғи тўлашлари белгиланган. Бунда кредитларни қоплаш муддати етти йилдан ошмаслиги белгиланган;

- истеъмол товарларини экспорт қилишдан тушган валюта тушумини мажбурий сотиш ҳажми импорт қилинган хом ашё ва материаллар ва ўз ишлаб чиқариш мақсадлари учун бутловчи қисмлар қийматига камайтирилади.

Ушбу қарорнинг 1 ва 2-бандларида кўзда тутилган имтиёزلарни бериш натижасида озод бўладиган маблағлар корхоналар томонидан ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш, ишлаб чиқарилаётган истеъмол товарларининг ассортиментини кенгайтириш ва рақобатбардошлигини оширишга йўналтирилиши кўзда тутилган.

1.3. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорининг ривожланиши.

Маълумки, бугунги кунда жаҳон иқтисодиётининг глобаллашуви истеъмолчиларнинг кўплаб тури пайдо бўлишига, уларнинг маҳсулот ва хизматлар, менежмент усулларига бўлган талаблари ортиб боришига сабаб бўлмоқда. Айниқса, товарларнинг истеъмол хусусиятларига. Товарларнинг истеъмол хусусиятлари деб уларни истеъмол қилганда ёки ишлатганда кишиларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондириш даражаси тушунилади. Озиқ-овқат маҳсулотларининг истеъмол хусусиятларини белгилайдиган кўрсаткичлардан энг асосийси уларнинг кимёвий таркибидир.

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, кейинги пайтларда Поп туманида озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари юқори суръатларни ташкил қилган.

Биз озиқ-овқат маҳсулотлари таркибига кирувчи энг муҳим маҳсулотлардан бўлган нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичларини таҳлил қиладиган бўлсак, 2013 йилда 2016,0 тонна нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2014 йила бу кўрсаткич 2336,4 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 320,4 тонна

нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 119,2 % га ўсган.

1.3.1-Жадвал

Поп туманида 2013-2014 йилларда ҳамда 2015 йилнинг 1-чорагида озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар номи	Ўл.бир.	2013 й. Якуни, ҳақиқат.	2014 йил якуни		2013 й. Якунига нисбатан % да	2015 йил 1- чорак	
				прогноз	ҳақиқатда		прогноз	2014 й.1- чоракка нисб.ўсиш суръати %
1	Нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш	тонна	2016 .0	2336,4	2336,4	115,9	220,6	119,2
2	Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш	тонна	336,3	371,4	371,4	110,4	92,9	115,4
3	Макарон ишлаб чиқариш	тонна	290,2	326,1	326,1	112,4	81,5	112,1
4	Ун	тонна	25041,0	24953,0	24953,0	99,6	6625,5	103,9
5	Балиқ	тонна	625,0	935,0	935,0	149,6	45,0	150,0

Манба: Туман статистика бўлими маълумотлари асосида тузилган.

Поп туманида қандолат ишлаб чиқаришни таҳлил қиладиган бўлсак, бу кўрсаткич 2013 йилда 336,3 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2014 йила бу кўрсаткич 371,4 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 35,3 тонна кўп қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 115,4 % га ўсишга эришилган.

Макарон маҳсулотлари ишлаб чиқаришни таҳлил қилиб кўрадиган бўлсак, 2013 йилда 290,2 тонна макарон маҳсулотлари ишлаб чиқарилган, 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 326,1 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 35,9 тонна кўп макарон маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 112,1 % га ўсган.

Ун ишлаб чиқариш 2013 йилда 25041,0 тоннани ташкил қилган, 2014 йилда бу кўрсаткич 24953,0 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 88,1 тонна ун кам ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан таққослаганимизда 99,6 % ни ташкил этади..

1.3.2-Жадвал

"Попдонмахсулотлари" АЖ 2013-2014 йил ҳамда 2015 йилнинг 1-чорагида маҳсулотлар ишлаб чиқариш кўрсаткичлари

№	Кўрсаткичлар номи	Ўл.бир.	2013 й. Якуни, ҳақиқат.	2014 йил якуни		2013 й. Якунига нисбатан % да	2015 йил 1- чорак	
				прогноз	ҳақиқатда		прогноз	2014 й.1-чоракка нисб.ўсиш суръати %
1	Ун	тонна	25041,0	24953,0	24953,0	99,6	6625,5	103,9
2	Ем	тонна	18543,0	14800,0	14800,0	79,8	4498,9	107,1
3	Нон (600 гр)	тонна	551,0	657,0	657,0	119,2	164,3	103,3

Манба: "Попдонмахсулотлари" АЖнинг маълумотлари асосида тузилган.

"Попдонмахсулотлари" АЖ жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкинки, ун ишлаб чиқариш 2013 йилда 25041,0 тонна ишлаб чиқарилган бўлса, 2014 йилда 24953,0 тонна ун ишлаб чиқарилган, Бу ерда 2014 йилда ун ишлаб чиқариш ўтган йилга нисбатан камайган, сабаби бизнингча, аҳоли ўзининг томорқасида етиштирган ғалла ҳисобидан ўзининг унга бўлган эҳтиёжини қондиришини ҳисобга олинган деб ҳисоблаймиз.

Омухта ем ишлаб чиқариш кўрсаткичини таҳлил қиладиган бўлсак. Бу ерда ҳам маҳсулотга бўлган мавсумийликни ҳисобга олинган.

Нон ишлаб чиқариш кўрсаткичига эътиборни қаратадиган бўлсак, бу кўрсаткичдан кўриниб турибдики,нон маҳсулотлари ишлаб чиқаришда аҳоли ўзининг томорқасида етиштирган ғалла ҳисобидан ўз эҳтиёжини қоплашини ҳам ҳисобга олган бўлсак ҳам бу даврда нонга бўлган талабни камаймаган аксинча, ўсиш кузатилади.

Нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш кўрсаткичларини таҳлил қиладиган бўлсак, 2013 йилда 2016,0 тонна нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2014 йилда бу кўрсаткич 2336,4 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 320,4 тонна кўп нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 119,2 % га ўсган.

1.3.3-Жадвал

Поп тумананинг агросаноат комплексида 2013-2014 йилларда ишлаб чиқарилган муҳим турдаги маҳсулотларни тўғрисида маълумот

№	Кўрсаткичлар номи	Ўл.бир.	2013 й. Якуни, ҳақиқат.	2014 йил якуни		2013 й. Якунига нисбатан % да	2015 йил 1- чорак	
				прогноз	ҳақиқатда		прогноз	2014 й.1- чоракка нисб.ўсиш суръати %
1	Пахта толаси	тонна	11022,0	10657,0	10657,0	96,7	3525,5	107,6
2	Пахта чигити	- // -	14699,0	17055,0	17055,0	116,0	5623,5	105,5
3	Ун	- // -	25041,0	24953,0	24953,0	99,6	6625,5	103,9
4	Нон маҳсулотлари	- // -	2016,0	2336,4	2336,4	115,9	220,6	119,2
5	Кандолат маҳсулотлари	тонна	336,3	371,4	371,4	110,4	92,9	395,1
6	Макарон маҳсулотлари	- // -	290,2	326,1	326,1	112,4	81,5	382,7
7	Омухта ем	- // -	18543,0	14800,0	14800,0	79,8	4498,9	107,1
8	Балик овлаш	тонна	625,0	935,0	935,0	149,6	45,0	150,0

Манба: Туман статистика бўлими маълумотлари асосида тузилган.

Жадвал маълумотларига эътиборни қаратадиган бўлсак, 2013 йил якунида пахта толаси ишлаб чиқариш туманда 11022,0 тоннани ташкил қилган бўлса, 2014 йилда 10657,0 тонна пахта толаси ишлаб чиқарилган яъни ўтган йилга нисбатан 96,7% кам пахта толаси ишлаб чиқарилган. 2015 йил 1-чорагида 3525,5 тонна пахта толаси ишлаб чиқариш прогнозланган бўлса, ҳақиқатда бу кўрсаткич 107,6 % бажарилган.

Пахта чигити ишлаб чиқариш кўрсаткич бўйича жадвал маълумотларини таққослайдиган бўлсак, 2013 йил якунида пахта чигити ишлаб чиқариш туманда 14699,0 тоннани ташкил қилган бўлса, 2014 йилда 17055,0 тонна пахта толаси ишлаб чиқарилган яъни ўтган йилга нисбатан

2356,0 тонна пахта чигити ишлаб чиқарилган. 2015 йил 1-чорагида 5623,5 тонна пахта чигити ишлаб чиқариш прогнозланган бўлса, ҳақиқатда бу кўрсаткич 105,5 % бажарилган.

Ун ишлаб чиқариш 2013 йилда 25041,0 тоннани ташкил қилган, 2014 йилда бу кўрсаткич 24953,0 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 88,1 тонна ун кам ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан таққослаганимизда 99,6 % ни ташкил этади..

Қандолат ишлаб чиқаришни таҳлил қиладиган бўлсак, бу кўрсаткич 2013 йилда 336,3 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарилган бўлса, 2014 йила бу кўрсаткич 371,4 тоннани ташкил қилиб 2013 йилга таққослаганимизда 35,3 тонна кўп қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 110,4 % га ўсишга эришилган.

Макарон маҳсулотлари ишлаб чиқаришни таҳлил қилиб кўрадиган бўлсак, 2013 йилда 290,2 тонна макарон маҳсулотлари ишлаб чиқарилган, 2014 йилга келиб бу кўрсаткич 326,1 тоннани ташкил қилди ёки 2013 йилга таққослайдиган бўлсак, 35,9 тонна макарон маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 112,1 % га ўсган. 2015 йил 1-чорагида 81,5 тонна макарон маҳсулотлари ишлаб чиқариш прогнозланган бўлса, ҳақиқатда бу кўрсаткич 382,7 % бажарилган ёки 3,8 мартага ошган.

Омухта ем ишлаб чиқаришни таҳлил қиладиган бўлсак, бу кўрсаткич 2013 йилда 18543,0 тонна омухта ем ишлаб чиқарилган 2014 йилда бу кўрсаткич 14800,0 тоннани ташкил қилиб 2013 йилга таққослаганимизда 3743,0 тонна кам маҳсулотлари ишлаб чиқилган ёки 2013 йилга нисбатан 79,8 % га ўсишга эришилган. 2015 йил 1-чорагида 4498,9 тонна омухта ем ишлаб чиқариш прогнозланган бўлса, ҳақиқатда бу кўрсаткич 107,1 % бажарилган.

Балиқ етиштириш бўйича ҳам туманда катта ишлар олиб борилаётгани жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкин , бу кўрсаткич 2013 йилда 625,0 тонна балиқ етиштирилган бўлса, 2014 йилда бу кўрсаткич 935,0 тоннани ташкил қилиб 2013 йилга таққослаганимизда 310,0 тонна кўп

балиқ маҳсулотлари етиштирилган ёки 2013 йилга нисбатан 149,6 % га ўсишга эришилган. 2015 йил 1-чорагида 45,0 тонна балиқ етиштириш прогнозланган бўлса, ҳақиқатда бу кўрсаткич 150,0 % бажарилган.

Озиқ-овқат маҳсулотларининг кимёвий таркиби жуда хилма-хилдир, шунинг учун ҳам улар озуқалик қиммати бир-биридан фарқ қилади. Озиқ-овқат маҳсулотларининг кимёвий таркибига ноорганик ва органик моддалар киради. Ноорганик моддаларга сув ва минерал моддалар, органик моддаларга эса углеводлар, ёғлар, оксиллар, ферментлар, витаминлар, органик кислоталар, фенол бирикмалари, ранг, ҳид берувчи моддалар ва бошқалар киради. Шунинг учун ҳам озиқ-овқат маҳсулотлари шу моддаларнинг қандай миқдорда, қандай ҳолатда учрашига қараб бир-биридан кескин фарқ қилади.

Хомашё, ярим фабрикат ва тайёр маҳсулотлар сифатига ҳамда уларнинг ўраб-жойланиши, маркаланиши ва текшириш тартибига қўйиладиган талабаларнинг умумий кўрсаткичларини белгилаш стандартлаш деб аталади. Бу кўрсаткич ва талаблар баён этилган ҳужжат эса стандарт деб аталади.

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 аснавиментига талаби оша бориши натижасида тайёр маҳсулотлар сифатига яна ҳам юқорироқ талаб қўядиган янги стандартлар билан алмаштириб турилади.

Ҳозирги вақтда Ўзбекистон Республикасида халқ истеъмоли товарларига стандартлар Ўзбекистон Республикаси стандартлаштириш давлат комитети томонидан ишлаб чиқилади. Стандарт талаби билан

белгиланадиган товарларнинг сифат кўрсаткичлари уларнинг озиқлик қийматини, лаззатлилик хусусиятларини, зарарсизлигини ва янгилигини, умуман маҳсулот сифатини кафолатлайди. Стандартлар ҳаридорларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилади.

Нон буғдой ва жавдар унидан ёпилади. Тўйимлилигини ошириш мақсадида айрим нав нонларга сут, ёғ, шакар, тухум, қиём, солод, майиз сингари маҳсулотлар, таъмини яхшилаш мақсадида эса кўкнор уруғи, седана, кашнич сепилади, арпабодён, ваниль, ванилин, заъфар ва бошқалар солинади. Нон ишлаб чиқариш — хом ашёни тайёрлаш ва ўлчаш, хамир қориш ва ошириш, хамирни 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, хамир яхши қорилмаса “қовушмайди”, яхши ошмаган хамирнинг нони берч бўлиб қолади ва ҳоказо.

Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда шакар, ёғ, сут, тухум, асал, мева ва сабзавотлар ҳамда хушбўйлаштирувчи ва бўёқ моддалар каби турли хомашё ишлатилади. 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. Қандолат маҳсулотлари қуйидаги гуруҳларга бўлинади: мева ва резавор-мева маҳсулотлари, шоколад ва какао кукуни, карамель маҳсулотлари, конфетлар, драже, ирис, ундан тайёрланган қандолат маҳсулотлари, холва, шарқ ширинликлари, пархез ва витаминлаштирилган қандолат маҳсулотлари.

Унли кондитер маҳсулотлари. Печеньелар. Пряниклар. Вафли. Тортлар ва пирожнийлар. Кекслар. Шарқ миллий ширинликлари юқори калорияга эга, чунки унинг таркибида ёғ (30–40%) ва шакар (55–63%) кўп. Шоколад ишлаб чиқаришнинг асосий хомашёси какао дуккаги (тропик мамлакатларда етиштириладиган какао дарахтининг дони) ва шакардир.

Кондитер маҳсулотлари қуруқ, салқин, тоза, яхши шамоллатиб туриладиган, нисбий намлиги 75–80% ва ҳарорати кўпи билан 20°C бўлган хоналарда сақланади. Гаранцияли сақланиш муддати¹ мева ва резавор-мевадан тайёрланган шаклдор, кесма ва пат мармеладлари учун – икки ой, қатламли ва желели мармелад учун – уч ой, агароид қўшилган шаклдор желесимон мармелад учун – 1,5 ой (ишлаб чиқарилган кундан бошлаб). Ёпишқоқ моддали пастиланинг сақланиш муддати (ишлаб чиқарилган кундан бошлаб) 1,5 ой, қайнатма пастиганиқи – уч ойдир.

Поп туманида нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар МА’ЛУМОТ

№	Корхона номи	Корхона ишга туширилган йили	Юқори ташкилот (уюшма, компания)	Ишлаб чиқарадиган маҳсулот турлари	Йиллик ишлаб чиқариш куввати, Т/йил	2013 йилда амалда ишлаб чиқарган маҳсулот миқдори (т)	Корхонада сўнги модернизация ва реконструкция қилинган йили
1	2	3	4	5	6	7	8
1	“СУЛТОН ОТА АСА” КТХФ	17.02.2003	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	30	26	2003
2	“МУАЗЗАМ-ГУЛҲАЁ-НУРМУЦАММЕДОВА ” ХК	04.12.2006	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	15	12	2006
3	“ПОП ДОН МАРКЕТ”МЧЖ	18.08.2006	хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	24	20	2006
4	“КАЙЛАС САВДО СЕРВИС”ХК	23.10.2007	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	24	20	2007
5	“ПОП ДАРМОН НОН”МЧЖ	01.07.2008	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	215	180	2007
6	ТИББИЁТ КОЛЛЕЖИ ҚОШИДАГИ “ПОП ХУНАРМАНД ЁШЛАРИ”ШК	03.04.2011	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	18	15	2011
7	“СТРОНГ ДИЁР”ХК	26.03.2011	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	14	12	2011
8	“БАРДАВОМ БАРОКАТ”ХК	04.12.2011	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	18	15	2011
9	“ЗАРИНА-САБРИНА”ХК	17.02.2012	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	19	16	2012
10	“ЖАВОЩИР-ЖАМШИД-ГУЛИНУР”ХК	08.08.2009	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	18	15	2009

1	2	3	4	5	6	7	8
11	“ЯБГУ ГРАУП”ХК	08.10.2011	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	19	16	2011
12	“УЙЎУР ЁҒДУ САВДО БИЗНЕС”МЧЖ	13.05.2013	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	24	20	2013
13	“НОДИРА”ХК	02.08.1994	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	19	16	2008
14	“АЛБАТРОС-СТИНГЕР СТОРИ СЕРВИС” МЧЖ	05.05.2009	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	24	20	2009
15	“ПОП НОН САВДО” МЧЖ	08.11.1995	Хусусий	Нон ва нон маҳсулотлари	1500	1276	2002
16	“ПОПДОНМАҲСУЛОТ” АЖ	25.05.1995	Уздон маҳсулотлари	Нон ва нон маҳсулотлари	785	657	2012
				Ун	27000	24953	2012

Манба: Туман статистика бўлими маълумотлари асосида тузилган.

II боб. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида маркетинг тадқиқотлари.

2.1. Нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ривожланиш таҳлили.

Бугунги кунда Республикамизда айниқса, вилоятдаги барча қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқараётган корхоналар истеъмолчиларни ишлаб чиқарилаётган ва таклиф қилинаётган товарларга бўлган эҳтиёжларини қондирилишини, маҳсулот ишлаб чиқариш учун сарф қиладиган харажатларини қопланиши ва фойда олишни таъминлаш энг муҳим масалалардан бири бўлиб қолмоқда. Қолаверса, кейинги вақтда аҳоли истеъмоли таркибида қандолат маҳсулотлари ассортиментига талаб ортиб бормоқда. Корхоналарда самарадорликни ошириш учун энг аввало, истеъмолчилар талабини ўрганиб уни қондириш йўллари шакллантириш лозим. Шунинг учун қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналар бозорини ўрганиш ва уни маркетинг стратегиялари асосида ривожлантиришни йўлга қўйиш катта аҳамиятга эга.

Иқтисодиёт инсон ҳаётининг моддий, маънавий, физиологик ва бошқа эҳтиёжлари билан боғлиқ бўлган ҳар бир жабҳасини қамараб олади. Буларни эса иқтисодиётнинг турли тармоқларидаги корхона ва фирмалар яратади.

Бугунги кунда мамлакатимиз ҳукумати томонидан олиб борилаётган ижтимоий-иқтисодий ислоҳатлардан кўзланган мақсад, бозор муносабатлари шароитларида энг муҳим иқтисодий масалалар-мамлакат иқтисодиётининг барқарор ва тез суръатларда ўсишини таъминлаш ва мамлакатимиз аҳолисининг фаровонлигини оширишдир. Бу каби иқтисодий масалаларни ҳал этишда корхоналар ишлаб чиқариш тизимини бошқариш, уни режалаштириш, иқтисодий рағбатлантириш, такомиллаштириб бориш асосида улар самарадорлигини ошириш ва барқарорлигини таъминлаш долзарб аҳамият касб этади.

Корхона ишлаб чиқариш ва сотиш фаолиятининг барча босқичлари, хом-ашё материалларнинг келиб тушишидан тортиб, тайёр маҳсулотни истеъмолчига жўнатиш билан якунланувчи босқичларни ўз ичига қамраб олувчи ишлаб чиқариш тизими ҳисобланади.

Қандолат маҳсулотларини танлаш ва ўзлаштириш жараёнида истеъмолчилар хулқ-атвори амалиётда турли-туманлиги билан намоён бўлади. Бундай турли-туманлик объектив ва субъектив табиатга эга катта миқдордаги омиллар инсонларга таъсир кўрсатиши натижасида юзага келади. Бу маҳсулотларга талаб, ижтимоий нуқтаи назардан ҳам, шаклланган истеъмол нуқтаи назаридан ҳам бир турда эмас. Ҳар бир харидор бозорда аниқ объектив шарт-шароитлар доирасида ўз хоҳишига таянган ҳолда ҳаракат қиладилар.

Атроф-муҳитдаги рақобатчиларнинг харидорларга таъсири бир хил. Лекин улар, турли психик қарашлар оқибатида бу таъсирни ҳар хил ҳис қилишлари мумкин. Кўп омиллар таъсири турлича кечади, айримлариники кучлироқ, айримлариники кучсизроқ бўлади. Шунингдек, бозорда аниқ истеъмолчилар гуруҳи ва қатламларини кўрсатувчи ўзгарувчанликни юзага келтиради. Бу эса қандолат бозорини сегментларга ажратишга олиб келади.

Қандолат маҳсулотлари бозорини сегментлаш жараёни ишлаб чиқарувчилар учун асосий масала бўлиб, бундан мақсад сегментлар ўртасидаги фарқни максимумлаштиришда, ҳар бир сегмент иштирокчилари ўртасидаги хулқ-атвордаги фарқларни минимумга олиб келишга имкон берадиган бир гуруҳ истеъмолчиларни ажратиш мезонлари ва услубларини топишдир. Шу асосида шаклланган истеъмолчилар гуруҳи ўрганилаётган товар бозорида ўзаро ўхшаш эҳтиёжларни характерлаши керак. Бозорни сегментлаш сиёсати орқали стратегик маркетинг тамойили аётга тадбиқ қилинади, яъни аниқ истеъмолчиларга қаратилган ишлаб чиқариш мўлжалга олинади.

Қандолат маҳсулотларини сотишни ўзига хос томонлари бор. Биринчидан, харидорга шундай хизмат қилиш керакки, харидор дўконга

келиши зарурият деб билмасдан, кандолат маҳсулотлари сотишда кўрсатилган хизматдан мамнун бўлсин. Иккинчидан, харидорнинг бундай кайфиятда бўлиши кандитер маҳсулотлари ассортименти мавжудлигидир.

Кейинги йилларда Поп туманида қанлолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳам жадал суъатлар билан ривожланиб бормоқда. Жумладан, “Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган жамияти. У дастлаб ўз меҳнат фаолиятини 2005 йилда хусусий тадбиркор сифатида бошлаб, асосан озиқ-овқат маҳсулотлари чакана савдоси билан шуғулланиб келган.

2008 йилда ижара асосида қолипли нон маҳсулотларини ишлаб чиқаришга ихтисослашган кичик цех ташкил этиб, 2 хил турдаги қолипли нон маҳсулотлари ишлаб чиқариш йўлга қўйилди.

2010 йилда Поп туманидаги Санг ҚФЙ жойлашган қаровсиз бино сотиб олиниб тўлиқ таъмирланди. 14 минг АҚШ долларга ишлаб чиқариш технологияси ўрнатилди.

2010 йилнинг декабр ойидан маҳсулотлар ишлаб чиқариш йўлга қўйилиб, истеъмолчиларга етказиб берилмоқда.

“Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган жамияти нафақат Поп туман ёки Наманган вилоятида республика миқёсида озиқ-овқат саноатини ривожлантиришга ўзининг муносиб ҳиссасини қўшиб истеъмолчиларини талабини қондириб келмоқда

“Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган жамияти 2011 йилда 50 млн. сўмга Хитой давлатида ишлаб чиқарилган сўнгги моделдаги кандолат маҳсулотларини қадоқлов

чи технология олиб келинди. 2011 йилда қўшимча тарзда Хитой давлатида ишлаб чиқарилган 4 турдаги шоколадларни қуювчи технология ўрнатилди.\

**Поп туманидаги “Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган
жамиятининг 2012-2014 йиллардаги иқтисодий кўрсаткичлари
тўғрисида маълумот**

Кўрсаткичлар	2012 йил	2013 йил	2014 йил
Ражадаги маҳсулот (ўлчов бирлиги)	140,0 тонна	275,0 тонна	400,0 тонна
Ишлаб чиқарилган маҳсулот (ўлчов бирлиги)	155,0 тонна	306,0 тонна	445,0 тонна
Ишлаб чиқариш жараёнидаги тежамкорлик (электр энергияси,ёқилғи,газ- мазут ва х)	0,7 млн.сўм	1,1 млн. сўм	1,5 млн.сўм
Олинган соф фойда (сўм)	131,15 млн.сўм	170,5 млн.сўм	196,1 млн.сўм

Манба: “Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган жамияти маълумотлари асосида тузилган.

2012-2014 йилларда корхона томонидан 8 хилдаги жами 916,0 тонна (2306,0 млн.сўмлик) маҳсулот ишлаб чиқарилиб, соф фойда 497,7 млн.сўмни ташкил қилди.Жумладан, 2009 йилда 140,0 тонна (280,0 млн.сўм) маҳсулот ишлаб режалаштирилган бўлиб, ҳақиқатда 155,0 тонна (311,0 млн.сўм) маҳсулот ишлаб чиқарилган, режага нисбатан 110% фоизни ташкил қилган. 2013 йилда қандолат маҳсулотларини ишлаб чиқариш хажми 275,0 тоннани режалаштиришган бўлиб (785,0 млн.сўмлик)ҳақиқатда 306,0 тонна (872,1 млн.сўм) маҳсулот ишлаб чиқарилган режага нисбатан 110% ни ташкил қилган. 2014 йилга келиб 400,0тонна (1001,0 млн.сўмлик)маҳсулот ишлаб чиқариш режалаштирилган бўлиб ҳақиқатда 445,0 тонна (1122,9 млн.сўм)маҳсулот ишлаб чиқарилиб режани 110% га бажарилган. “Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган жамиятининг 2012-2014 йиллардаги иқтисодий кўрсаткичларини таҳлилидан кўриниб турибдики, йилдан-йилга бу корхона ривожланиб бораётгани.

“Zamin ichra olg’a Qadam” masъуляти чекланган жамияти ҳар йили Республика ва вилоят миқёсида ўтказиладиган савдо ярмаркалари ва бошқа танловларда иштирок этиб келмоқда.

Корхона томонидан тайёрланган қандолат маҳсулотлари ўзининг сифати,мазаси ва арзонлиги билан тез фурсатда ўз харидорини топди ва ҳозирда 200 дан ортиқ ҳамкорлар билан шартномалар имзоланиб, ички бозоримизга қандолат маҳсулотлари етказиб бермоқда.

2.1.2-жадвал

Поп туманида қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили.

Корхоналар номи	2013 йил		2014 йил		Фоизда (%)
	Миқдори	Минг сўм	Миқдори	Минг сўм	
“Султонхон ота АСА”КТХФ	30,7	1097850	34,0	1307945	106,1
“Муаззам– Гулхаё- Нурмуҳаммедова” ХК	8,7	62369	12,0	49538,5	104,5
“Мунаввр хўжа”МЧЖ	30	61498	34,3	68476	111,3
“Fayz nazrati hursavdo” МЧЖ	100,0	287950	121,0	309894	107,6

Манба: Поп туман статистика бўлими маълумоти

Жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкинки, кейинги вақтларда туманда нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш ривожланиб бормоқда.

“Султонхон ота АСА”КТХФ корхонаси 2013 йилда 30,7 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариб, 1097850 минг сўмлик реализация қилган бўлса 2014 йилга келиб маҳсулот ишлаб чиқариш 34,0 тоннага етган ҳолда унинг реализацияси 1307945 минг сўмни ташкил қилган. Бу кўрсаткич базас йилга нисбатан 106,1% ташкил қилади.

“Муаззам–Гулхаё-Нурмуҳаммедова” ХК корхонаси 2013 йилда 8,7 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариб, 62369 минг сўмлик реализация қилган бўлса 2014 йилга келиб маҳсулот ишлаб чиқариш 12,0 тоннага етган

ҳолда унинг реализацияси 49538,5 минг сўмни ташкил қилган ёки 104,5 % ўсишга эришилган.

“Мунаввар хўжа” МЧЖ тини қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариши кўрсаткичини таҳлил қилиб кўрадиган бўлсак, 2013 йилда 30 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариб, 61498 минг сўмлик реализация қилган бўлса 2014 йилга келиб маҳсулот ишлаб чиқариш 34,3 тоннага етган ҳолда унинг реализацияси 68476 минг сўмни ташкил қилган ёки 111,3 % ўсишга эришилган.

“Fayz nazrati hursavdo” МЧЖ тини қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариши кўрсаткичини таҳлил қилиб кўрадиган бўлсак, 2013 йилда 100,0 тонна қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариб, 287950 минг сўмлик реализация қилган бўлса 2014 йилга келиб маҳсулот ишлаб чиқариш 121,0 тоннага етган ҳолда унинг реализацияси 309894 минг сўмни ташкил қилган ёки 107,6 % ўсишга эришилган.

2.2. Нон ва қандолат маҳсулотлари ассортименти ва сифат кўрсаткичлари таҳлили.

Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда шакар, ёғ, сут, тухум, асал, мева ва сабзавотлар ҳамда хушбўйлаштирувчи ва бўёқ моддалар каби турли хомашё ишлатилади. 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. қандолат маҳсулотлари қуйидаги гуруҳларга бўлинади: мева ва резавор-мева маҳсулотлари, шоколад ва какао кукуни, карамель маҳсулотлари, конфетлар, драже, ирис, ундан тайёрланган қандолат маҳсулотлари, холва, шарқ ширинликлари, пархез ва витаминлаштирилган қандолат маҳсулотлари.

Қандолат маҳсулотларини танлаш ва ўзлаштириш жараёнида истеъмолчилар хулқ-атвори амалиётда турли-туманлиги билан намоён бўлади. Бундай турли-туманлик объектив ва субъектив табиатга эга катта миқдордаги омиллар инсонларга таъсир кўрсатиши натижасида юзага

келади. Бу маҳсулотларга талаб, ижтимоий нуқтаи назардан ҳам, шаклланган истеъмол нуқтаи назаридан ҳам бир турда эмас. Ҳар бир харидор бозорда аниқ объектив шарт-шароитлар доирасида ўз хоҳишига таянган ҳолда ҳаракат қиладилар.

Атроф-муҳитдаги рақобатчиларнинг харидорларга таъсири бир хил. Лекин улар, турли психик қарашлар оқибатида бу таъсирни ҳар хил ҳис қилишлари мумкин. Кўп омиллар таъсири турлича кечади, айримлариники кучлироқ, айримлариники кучсизроқ бўлади. Шунингдек, бозорда аниқ истеъмолчилар гуруҳи ва қатламларини кўрсатувчи ўзгарувчанликни юзага келтиради. Бу эса қандолат бозорини сегментларга ажратишга олиб келади.

Бозор сегменти- тақлиф қилинган маҳсулотлар ва маркетинг стимуллари йиғиндисига бир турдаги таъсирни ифодаловчи истеъмолчилар гуруҳидир. Битта сегментда бирлаштирилган истеъмолчилар, уларнинг истакларига тўлиқ жавоб берадиган норасмий қадриятлар шкаласига эга ва шу асосида у ёки бу бозордаги вазиятга ҳуқ-атвор мезонларини ишлаб чиқиш мумкин.

Қандолат маҳсулотлари бозорини сегментлаш жараёни ишлаб чиқарувчилар учун асосий масала бўлиб, бундан мақсад сегментлар ўртасидаги фарқни максимумлаштиришда, ҳар бир сегмент иштирокчилари ўртасидаги ҳуқ-атвордаги фарқларни минимумга олиб келишга имкон берадиган бир гуруҳ истеъмолчиларни ажратиш мезонлари ва услубларини топишдир. Шу асосида шаклланган истеъмолчилар гуруҳи ўрганилаётган товар бозорида ўзаро ўхшаш эҳтиёжларни характерлаши керак. Бозорни сегментлаш сиёсати орқали стратегик маркетинг тамойили аётга тадбиқ қилинади, яъни аниқ истеъмолчиларга қаратилган ишлаб чиқариш мўлжалга олинади.

Юқори каллорияли маҳсулотларнинг асосий таркибига яхши тўйимлилиқ хоссоаларни берувчи қандолат маҳсулотларининг ҳамма турлари киради. Кондитер маҳсулотларига печенье, пряник, галета (қаттиқ печенье), вафли, торт, пирожное ва бошқалар киради.

Печенье олий ва биринчи навли ундан қилинади. Хамирнинг хоссаларига ва қорилиш рецептига қараб:уваланувчан шириш (сахарное) печенье,чўзилувчан хамирдан қилинган (затяжное) печенье,чўжилувчан-уваланувчан хамирдан шакар қўшиб қилинган печенье, курук (сухое) печенье ва ёғли ширин (сдобное) печеньееларга бўлинади.

Кандолат маҳсулотларини сотишни ўзига хос томонлари бор. Биринчидан,харидорга шундай хизмат қилиш керакки,харидор дўконга келиши зарурият деб билмасдан,кандолат маҳсулотлари сотишда кўрсатилган хизматдан мамнун бўлсин. Иккинчидан, харидорнинг бундай кайфиятда бўлиши кандитер маҳсулотлари ассортиментини мавжудлигидир. Айниқса,кандолат маҳсулотлари бозорини ташкил қилишда яна бир эътиборли жиҳати шундаки, бу маҳсулотларни харидорларини психологик хусусиятларини ҳам ҳисобга олиш катта аҳамиятга эга Бу маҳсулотларни харидорлари сўзамол ва камгап,яхши-ёмон товарнинг фарқига борадиган,дадил ва иккиланувчи харидорларга бўлинади. Кандолат маҳсулотлари бозорида харидорнинг феъл-атворини тўғри тушуниш ва унга хизмат кўрсатиш усуллари хилма-хил қилиш учун сотувчи харидорларнингана шу айтилган ва бошқа хусусиятларини ўрганиб бориш керак. Масалан,қандолат маҳсулотларининг хоссаларини, билмайдиган харидорларга мукаммал тушинтириб бериши керак, ҳолбуки маҳсулотни яхши биладиган харидорлар бундай изоҳга эҳтиёж сезмайдилар. Сўзамол харидор билан очиқ-чочиқ сўзлашиш,камгап харидорларга эса уни қизиқтираётган қандолат маҳсулотлари хилларининг хусусиятлари ҳақида қисқа, равон жавоб ва изоҳлар бериб бориш керак. Баъзи харидорлар ҳа дегенда бир қарорга келавермайдиган харидорни шоширмасдан, ўйланишга имконият бериш ва бирон нарсани сотиб олиш маъқул деган қарорга келишида кўмаклашиш зарур. Бунинг учун сотувчилар қандолат маҳсулотлари таркибидан хабордар бўлишлари лозим. Бундан ташқари, сотувчи товарларни яхши хилларини, нархларини, қўйилган жойни яхши билишлари керак. Сотувчи эътиборини шундай тақсамлаш керакки, бир

харидорга хизмат кўрсатиб, иккинчи харидорнинг саволларига жавоб қайтара оладиган бўлиши керак.

Қандолат маҳсулотлари ўз-ўзига хизмат кўрсатиш усулида ҳамда хизмат кўрсатиш орқали тортиб ҳам сотилади. Харидорларга хизмат кўрсатиш ва харидорларга сотилган товар сифати учун жавобгарлигини ошириш мақсадида, чакана савдо шаҳобчаларида сотиладиган қандолат маҳсулотлари сотиш қоидалари тасдиқланган.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдога қадоқланган ёки идишларга солинган ҳолда олиб келинади. Умуман қандолат маҳсулотлари ўралган ва ўралмаган ҳолда ишлаб чиқилади. Карамель ва ирис этикеткага ўралади ёки этикетка ва зар қоғозга ва фольга қоғозга ўралади, конфетлар эса- фақат қоғоз ёки қоғоз билан зар қоғозга ўралади.

Этикетка ва ўраладиган қоғоз учун ёзув қоғози, парафинланган қоғоз ишлатилади. Этикеткадаги расм бўёғи қоғознинг орқасига ўтказмасдан босилган бўлади.

Савдога қоғозга ўралмаган очиқ монпасье ва карамель ҳимоя қавати йўқ туника банка ёки қутичага оғирлиги (нетто) 4 кг дан қилиб жойланган ҳолда келтирилади. Плити шоколад зар қоғозга ўралган ва этикеткаси чиройли қилиб безатилган- бандероль ёки конвертга ёки пергамент, подпергамент ўралган ҳолда, оғирлиги 15 г ва ундан камроқ бўлган плити шоколадни биттадан ёки бир нечтадан қилиб вазни 2,5 кг дан картонли ғилофга ёки фанер ва картон қутиларга вазни 7 кг дан жойланган ҳолда олиб келинади. Совғага мўлжалланган ғовак шоколад папирос ўраладиган қоғозга ўралган бўлади, бу шоколадни бошқа нарсаларга тегиб бузилишдан сақлайди. Фигуралар битталаб ёки бир нечта донаси бирга қилиб картон қутига ёки унча катта бўлмаган фанер яшиқларга, сўнгра яна идишларга солиб жойланган ҳолда савдога олиб келинади.

Барча ширинликлар савдога қадоқланган ёки тортиладиган ҳолда олиб келинади.

Қадоқланмайдиган қандолат маҳсулотлари физик хусусиятларига кўра турли-туман ёғоч ва картон коробкаларда жойланган ҳолда савдо шаҳобчаларига олиб келинади.

Ликёр начинкали ўралган карамельтахта яшиқларга, фанер ёки бурама картон яшиқларга оғирлиги 12 кг дан қилиб жойланган, ўралмаган турлари химоя қавати бўлганлари ҳам яшиқларга оғирлиги 22 кг дан қилиб жойланган ҳолда олиб келинади. Ирис ҳам конфет каби жойланади, бироқ, ўралмаган турлари – вазни 7 кг бўлади.

Тортиб ва доналаб сотиладиган мармелад кути ва фанер яшиқларга оғирлиги 3 кг гача ёки лотка 5 кг гача қилиб ҳар бир қаторга пергамент ёки парафин қоғоз тўшаб, пластовой мармелад эса- оғирлиги 7 кг гача жойланган ҳолда савдога юборилади.

Цукатлар ҳам мармелад каби вазни 3-6 кг дан қилиб яшиқларга жойланган бўлади. Ҳолвани жойлашда зич ёғоч, фанер ёки туника яшиқларга жойланган ҳолда 10 кг гача, кунгабоқар ҳолвани 20 кг гача қилиб ёғ ўтказмайдиган қоғоз ёки целофан тўшалади.

Печенье (бисквитли) ширмой печенье, пряниклар ва тортиладиган вафли картон ёки ёғоч яшиқларга шундай вазнда: печенье- 15 кг гача, пряниклар- 12-25 кг гача, ширмой печенье- лоткага 5 кг гача қилиб жойланган ҳолда олиб келинади. Пирожний қоғоз тўшаб бир қатордан жойланади. Кекс, торт ва рулет картон қутига жойланган бўлади.

Қандолат маҳсулотларини савдо шаҳобчаларида сақлашда курук, тоза, ҳавоси яхши бўлган хоналарда сақланади. Қандолат маҳсулотлари солинган яшиқлар тагига таглик қўйилиши, девордан 0,7 м ва иситгичлардан 1 м оралиқда сақланади. Қуёш нури маҳсулотларга тушиб турмаслиги лозим. Ҳолва, пирожний, торт, кекс ва рулетдан ташқари ширинликлар ҳаво температураси бир хилда, 18-20 грдус даражадан ошмаган ҳолда сақланади. Ҳолвани сақлашда ҳаво температураси 12 градусдан, торт, пирожний, рулет ва кексни 5 градусдан ошмаган ҳолда савдо шаҳобчаларида сақланади. Ҳавонинг нисбий намлиги 70-75 атрофида бўлиши лозим.

Савдода қандолат маҳсулотларини сақлаш маддатларига эътибор қаратилади. Елимли пастила-1,5 ой, қайнатилган пастила- 3 ой, шаклли, кесма ва пат резавор- мевали мармелад-2 ой, бошқа турлари- 3 ой, ялтирок ўралган карамеллар- 6 ой, ўралган сутли, шоколад начинкали ва сирланган шоколад- 4 ой, салқинлатувчи, ликёрли начинкали ва очик ҳимоя қаватли карамеллар, ликёр начинкалидан бошқаси- 3 ой, ёнғоқли, ликёрли начинкали карамеллар-2 ой, банкадаги сирти ишланмаган, ҳимоя қавати бўлмаган карамеллар- 1 ой, қўшимчасиз шоколад-6 ой, бошқа сортлари-3 ой барча конфет турлари, сирланган шоколад, ўралгани- 4 ойгача сақланади, ўралмагани-3 ой, сирланмаган ўралгани- 2ой, ўралмагани – 1 ой, нафис ва сутли помадкалар, сариеғли цукатлилари 3 кун сақланади.

Унли қандолат маҳсулотлари савдода сақлаш маддати: печенье 3 ой,ширмой печенье ёғ микдориға қараб -15 кун-45 кун,сирланмаган хом пряниклар,ялпизлидан бошқаси- 20 кун,ёз кунларида хом ялпизли пряниклар- 30 кун, қайнатилган пряникларни 60 кун сақланади.Ҳолван инг сақлаш маддати: кунжут ҳолва 2 ой бошқа турлари 1,5 ойгача сақланади.

Пирожний ва тортлар совуткичли шкафларда ва камераларда ёғ кремлиси 36 соатгача,қайнатилган кремлиси 3 соатгача,кремсиз мева начинкали маҳсулотлар тайёрланган вақтидан бошлаб 3 кунгача сақланади.

Кондитер маҳсулотлари стандарт кўрсаткичларида кофе, какао, сариеғ, маргарин, олий навли ун ва бошқлар сифат кўрсаткичларини аниқлашда асосий омил ҳисобланади. Аксарият ҳолларда рецептура бузиб тайёрланади, сариеғ ўрнига маргарин, олий нав уни ўрнига паст навли унлар ва турли синтетик ароматизаторлар ишлатилади. Айрим ҳолларда қанд ўрнига сахарин моддаси ишлатилади. Бу модда ўта хавфли ҳисобланиб, тажрибада рақ касалини келтириб чиқариши аниқланган.

Торт маҳсулотлари тайёрлаш технологиясида ва рецептурасида алоҳидалик мавжуд бўлиб, масалан, “Мария” неавли торт учун 8-10 хил масаллиқ ишлатилса, “Верди” навли тортга 30 дан ортиқ масаллиқ ишлатилади ва уларнинг кўпчилиги таъмини, шаклини, сақлаш муддатини

яхшилайди. Буларнинг ичида айримлари соғлиқ учун жиддий зиён келтиради. Буларга: овқат содаси, тартаразин, сахаринлардир.

Ҳар бир нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш учун технологик йўриқнома ишлаб чиқарилади.

“Zamin ichra olg’a Qadam” масъуляти чекланган жамиятининг қолипли нон ишлаб чиқариш учун тайёрлаган техник йўриқномаси билан танишиб чиқадиган бўлсак. Ушбу технологик йўриқнома қолипли нон ишлаб чиқариш цехида ГОСТ 27842-88 «Хлеб из пшеничной муки» талабларига риоя қилган ҳолда “Биринчи навли қолипли нон” ишлаб чиқариш шароитида қўлланилади.

Биринчи навли қолипли нон маҳсулотини органолептик кўрсаткичлари бўйича жадвалда кўрсатилган талабларга мувофиқ бўлиши керак.

2.2.1-жадвал

Биринчи навли қолипли нон ишлаб чиқаришган қўйиладиган талаблар

Түр	Кўрсаткич номи	Маҳсулот тавсифи
1	Ташқи кўриниши	Нон ёпилган қолип шаклиги тўғри келади, уст қисми қисман шишиб чиққан, ёнлари оқмаган
2	Юзаси	Синмаган, катта ёриқларсиз, куймаган
3	Ранги	Сарғиш-оч жигаррангга
4	Юмшоқ қисми	Пишган, ушлаб кўрилганда намланган эмас, бармоқ билан енгил эзилганда ўз ҳолатига қайтади.
5	Ғоваклиги	Яхши ривожланган, бўшлиқларсиз, зичланган.
6	Таъми	Ўзига хос, ёт таъмсиз
7	Ҳиди	Ўзига хос, ёт ҳидсиз

Манба: ГОСТ 27842-88

2.2.2-жадвал

Физик-кимёвий кўрсаткичларда кўрсатилган талабларга ва нормаларга мувофиқ келиши

Кўрсаткичлар номи	Меъёри
Намлиги % кўп эмас	45,0
Юмшоқ қисмининг нордонлиги, град, кўп эмас	3,0
Юмшоқ қисмининг ғоваклиги, %, кам эмас	66,0
Қуруқ модда ҳисобига қанднинг улуши, %	-
Қуруқ модда ҳисобига ёғнинг улуши, %	-

Манба: ГОСТ 27842-88

2.2.3-жадвал

Санитария-гигиеник талаблар

Токсик элементлар	
Кўрсаткичлар номи	Йўл қўйса бўладиган миқдори,мг/кг
Свинец	0,35
Мышьяк	0,15
Кадмий	0,07
Рутут	0,015
Медь	5,0
Цинк	25,0
Микотоксинлар	
Афлотоксин В ₁	0,005
Дезоксиниваленол	0,7
Т-2 токсин	0,1
Зеараленон	0,2

Пестицидлар	
Гексахлорциклогексан (изомерлари)	0,5
ДДТ ва метоболитлари	0,02
Гексохлорбензол	0,01
Рутуторганик петцидлар	Йўл қўйилмайди
2,4-Д кислотаси	Йўл қўйилмайди
Радионуклеидлар	
Цезий-137	60 Бк/кг
Стронций	30 Бк/кг

Манба: ГОСТ 27842-88

2.2.4-жадвал

Микробиологик кўрсаткичлар

КМАФАнМ	Маҳсулотда йўл қўйилмайдиган микдор (г)				
КОЕ/г ошмайди	БГКП(ко лиформ)	S.aureus	Бактерия Proteus	Потоген микроблар Ш,ж сальмонел	Замбуруғ, КОЕ/г, кўп эмас
510	1,0	1,0	-	25	50

Манба: ГОСТ 27842-88

Хом ашё ва материалларга бўлган талаб, биринчи навли буғдой унидан тайёрланган қолипни нон маҳсулотини тайёрлаш учун қуйидаги хом ашёлардан фойдаланилади.

- буғдой уни	Oz.DSt. 1104:
-Ўсимлик ёғи	Oz.DSt. 816:
-ош тузи	ГОСТ.13685
-ичимлик суви	Oz.DSt. 950:
-дрожа	ГОСТ.28483

100 грамм маҳсулот учун рецептура

1.Биринчи навли буғдой уни	98,35 грамм
2.Ўсимлик ёғи	0,15 грамм
3.Ичимлик суви	55 миллилитр
4. Ош тузи	1,3 грамм
5. Дрожа	0,2 грамм

Ҳакир қориш дастгоҳига рецептурдаги кўрсатилган маҳсулотлар солиниб кўлда 20-25 минут давомида бир хил тусдаги қоришма тайёр бўлгунча аралаштирилади.

Тайёрланган қоришма 460,560,650 грамдан бўлақларга бўлиниб, аввалдан тайёрланиб кўйилган қолиаларга солинади, қоришма солинадиган қолиплар тоза, қуруқ, юқумсизлантирилган бўлиши лозим, ҳамир қолипга ёпишиб қолишини олдини олиш учун қолипнинг ичига ўсимлик ёғи сурталади.

Қолипларга солинган ҳамир усти тоза қуруқ мато билан беркитилиб 1 соат давомида 30-35 градус ҳароратда тиндирилади, тиндириш жараёни сўнгида қоришма ҳажми 1,5 ва 2 баробарга ошади ва сўнгра ҳамирнинг ҳажми кичрая бошлайди, ҳамир қоришмаси ҳажмининг кичрайиш вақти ҳамирнинг тайёр бўлганлигини билдирувчи асосий белгидан бири ҳисобланади.

Тиндирилган ҳамир қолипларда электропечларга кўл кучи ёрдамида солинади, сўнгра 25-30 дақиқа давомида 230-280⁰ С ҳароратда пиширилади, нон сарғич оқ жигар рангда бўлиб пишиб чиқади. Пишган нонни печдан олишдан аввал маҳсулотни ташқи кўринишини яхшилаш, ёпиш ва қуриб қолинишини камайтириш учун сув сепилади.

Пижан қолипли нонни маҳсус тахтадан тайёрланган расталарга ҳаво айланишига шароит бўлган ҳолда тахланади ва ҳона ҳароратида 1-2 соат

давомида совитилади, нон совутилаётган хонада хавонинг харорати 03 м/с дан юқори бўлишига йўл қўйилмайди.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдоси стратегияси савдо корхонасини ривожлантиришнинг самарали стратегиясини юзага чиқаришга олиб келади. Умумий кўринишда қандолат маҳсулотлари чакана савдоси стратегиясини савдо корхонаси фаолиятини узоқ муддатли мақсадлари тизимини шакллантириш ва унга эришишнинг энг маъқул йўлини танлаш деб тушуниш мумкин.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг стратегиясини шакллантириш анча мураккаб бўлиб, мазкур ишнинг, яъни маркетингларнинг етарли даражада малакага эга бўлиши талаб этилади. Энг аввало, ушбу стратегияни шакллантириш савдо корхонаси фаолиятининг алоҳида шарт-шароитларини истиқболлашга асосланади. Бундан ташқари, мавжуд сегмент бўйича истеъмолчиларни шакллантириш етарли даражада қийинчиликлар туғдиради. Ушбу жараённинг мураккаблиги шундаки, у доимий ва ўзгармас эмас. У ташқи омиллар таъсирининг ўзгариши ва чакана савдо шаҳобчаларини ривожланишининг янги имкониятларини ҳисобга олган ҳолда маълум давр мобайнида тузатиш киритиб туришни тақозо этади.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдоси стратегияларини ишлаб чиқиш қуйидаги босқичлар бўйича амалга оширилади:

1.Стратегияни шакллантиришнинг умумий даврини аниқлаш.

2.Ташқи муҳит омилларини текшириш ва уларни савдо корхонаси фаолиятига бўлган таъсир даражасини ўрганиш.

3.Савдо корхонаси фаолиятиинг кучли ва заиф томонларини баҳолаш.

4.Савдо корхонаси ривожланишини белгиловчи стратегик моделнинг ҳаётийлик даври бўйича танлаш

5.Ривожланишни белгиловчи танланган модел бўйича стратегик мақсадлар тизимини шакллантириш.

Асосий стратегик мақсадлар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- савдо корхонаси фаолиятини қамраб олган истеъмол бозорининг сегментини кенгайтириш;

- бозорнинг янги, тадқиқ этилмаган негизини излаш ва тез суръатда тўлдириш;

- харидорларга савдо хизмати кўрсатиш даражасини ўстириш;

- фойда миқдори ва корхона фаолиятининг рентабеллик даражасини ошириш;

- хўжалик хавфлари даражасини камайтириш;

- хусусий капитал ҳажмини ва корхонанинг бозордаги мавқеини ошириш.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг стратегик мақсадларининг тузилиши қисқа ва аниқ, ҳар бир мақсаддан аниқ кўрсаткичларни ажратиб олган ҳолда ифода этилиши лозим. Бу орқали, кейинчалик чакана савдо корхонаси ўзининг ривожланиш стратегик мақсадларига қай даражада мувофиқлашгани баҳоланади.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдода стратегиясини амалга ошириш даври бўйича мақсад кўрсаткичларини аниқлаштириш лозим. Стратегияни шакллантиришнинг ушбу босқичида умумий келажак даври(перспектива) доирасида стратегик мақсад кўрсаткичларига эришишнинг кетма-кетлиги ва муддати белгиланади. Бунинг учун, ҳал этилаётган вазифаларнинг комплекслиги ва кетма-кетлигини ҳисобга олган ҳолда барча стратегик мақсад кўрсаткичларини вақтлар бўйича мувофиқлаштириш талаб этилади.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг сиёсати - савдо фаолиятининг алоҳида мақсадлари ва муайян| ассортимент доирасида унинг умумий стратегиясини келгусида амалга ошириш шаклидан иборатдир. Қандолат маҳсулотлари чакана савдоси корхонанинг алоҳида жабҳалари бўйича савдо сиёсатини шакллантириш ўз ўрнида турли

даражада аҳамият касб этиши мумкин. Масалан, харидорларга савдо хизмати кўрсатилишини таъминлаш сиёсати доирасида корхонанинг ассортимент сиёсати, қўшимча хизматлар сиёсати кабилар ўз-ўзидан мустақил тарзда шаклланади.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг сиёсати ва стратегик мақсадларини амалга оширишнинг энг самарали йўллари ишлаб чиқиш. Стратегияни шакллантиришнинг ушбу босқичида савдо сиёсати ва стратегик мақсадларини амалга ошириш бўйича асосий тадбирлар тизими ишлаб чиқилади. Бундай тадбирларнинг ишлаб чиқилиши савдонинг асосий функциялари доирасида амалга оширилади. Ишлаб чиқилган тадбирлар 3 та асосий блок бўйича тасдиқланади:

- савдо корхонаси фаолиятининг энг самарали ташкилий шартларини таъминлаш бўйича тадбирлар;
- савдо корхонаси иқтисодий фаолиятининг энг самарали йўллари таъминлаш бўйича тадбирлар;
- савдо корхонаси молиявий фаолиятининг энг самарали шакллари таъминлаш бўйича тадбирлар;

Ҳар бир блокнинг мавжуд тадбирлари бир-бирига мувофиқ ва савдо корхонаси бўйича яхлит тарзда мослаштирилиши лозим.

Қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг ишлаб чиқилган стратегиясини баҳолаш қуйидаги асосий параметрлар бўйича амалга оширилади:

- стратегияни ташқи муҳит билан уйғунлиги.
- стратегиянинг ички баланси
- стратегияни корхонанинг ресурс потенциалини ҳисобга олган ҳолда амалга оширилиши.
- стратегияни амалга ошириш билан боғлиқ тавақалчилик даражасининг мақбуллиги.
- стратегияни натижавийлиги.

2.3. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотларига бўлган талаб ва уни қондирилиши таҳлили.

Бозорни ҳаракатга келтирувчи асосий омиллардан бири ва унинг таркибий қисми – талаб ҳисобланади.

Талаб - тўловга қобил эҳтиёж бўлиб, у маълум бир давр мобайнида баъзи нархларда харидорлар 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. 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 ноозиқ-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 холлари камайиб боради ёки истеъмолчилар бу товарларнинг нархлари пасайсагина қайтадан харид қилиши мумкин.

Талабга нарх - наводан ташқари бошқа омиллар ҳам таъсир кўрсатади. Бу омиллар куйидагилардан 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 хохишларива х.к

Ўтиш даври иктисодиётининг хусусиятлари юқоридаги омиллар ичида истеъмолчиларнинг пул даромадлари алохида аҳамият касб этишини белгилаб бермокда. 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 - иктисодий ўзгаришларга ўта таъсирчан категория бўлиб ҳисобланади. Унинг бу хусусияти талабнинг истикболини, келгусидаги ривожланишини аниқлаш ва уни бошқариш ирмкониятларини яратади. Талабнинг шаклланишига куйидаги омиллар таъсир кўрсатади (2.3.1-жадвал):

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

Талабга таъсир қилувчи омиллар

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

Манба: талабанинг ишланмаси

Келиб чиқиши бўйича омиллар 5 га бўлинади:

- Иқтисодий омиллар - аҳолининг пул даромадлари ва уларнинг ижтимоий гуруҳларга тақсимланиши, чакана савдо, товарлар таркиби, хажми, 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;

- демографик омиллар - аҳоли сони, миллий таркиби, жинси, ёши, оила ва ўртача хажми, шаҳар ва қишлоқ. ҳудудларининг тоифаси ва ҳ.казо.

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

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

Омилларнинг намоён бўлиш аломатлари.

1.1. Иқтисодий -	Миллий даромадни миқдори, тақсимланиши; аҳолининг даромади ва аҳоли гуруҳларига тақсимланиши; баҳонинг миқдори; аҳолини айрим товарлар билан таъминланганлиги (автомобил, телевизор, холодильник, мебел).
1.2. Ижтимоий -	Давлатнинг тақсимот 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.

Манба: Талабанинг ишланмаси

Поп туманида нон ва нон маҳсулотлари бозорининг ўзгаришлари ҳолатларини таҳлил қилганимизда эса қуйидагилар аниқланди. Аҳоли жон бошига нон маҳсулотлари савдоси Республикамизда 2012-2014 йиллар давомида 155 % га, вилоятимизда эса 141 % га ўсган. Вилоятда нон маҳсулотларининг жами озиқ-овқат чакана савдосидаги улуши Республиканинг умумий кўрсаткичидан юқори бўлиб 2012 йилда 3,2 % ни

ташкил этган бўлса 2014 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 Поп туманида пастлигича қолмоқда. Аҳоли жон бошига 2012 йилда Республикада 10,5 минг сўмлик нон истеъмол қилинган бўлса туманда бу кўрсаткич 6,9 минг сўмни ташкил этган, 2014 йилда эса Республикада 16,3 минг сўмни ташкил этган бўлса, Поп туманида 9,7 минг сўмни ташкил этган холос. Биз бу кўрсаткичларни фақат нисбий деб ҳисоблаймиз. Сабаби Поп туманининг аксарият оилалари нон ва нон маҳсулотларини оила хўжаликларида ўзининг истеъмоли учун ишлаб чиқаради ва бу кўрсаткичлар статистик кўрсаткичларида акс эттирилмайди

Юқоридаги ҳолат ун, ёрма ва макарон маҳсулотлари чакана савдосини Наманган вилояти 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 бозори хажми ва таркиби таҳлили

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	2010 йил		2012 йил		Ўсиши	
		Ўзбекистон	Наманган	Ўзбекистон	Наманган	Ўзбекистон	Наманган
1.Бозорнинг хажми:	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 хажми	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 махсулотлари 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 махсулотлари 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 (дуккакдиларни қўшган холда), макарон махсулотлари.	Млрд сўм	1334,2	76,7	1921,2	77,2	144,0	100,6
ун, ёрма (дуккакдиларни қўшган холда), макарон махсулотлари холи 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 махсулотлари сотилди жами	Млрд сўм	222,2577	14,4	399,6608	22	179,8	152,8
3.4.Қандолат махсулотлари 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 натижасида 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 (2.3.4-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 хиссасига 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.

2.3.4-жадвал

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

№	Маҳсулотлар	2008 йил	2009 йил	2010 йил	2011 йил	2012 йил	2012/2008 га нисбатан 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 қондирилишини таъминлайди ва шахснинг ҳар томонлама гармоник ривожланишини юзага келтиради. Унинг миқдорий ҳажми махсус рационал истеъмол нормаларни ишлаб чиқиш йўли билан аниқланса, умум миқёси яъни масшаби – рационал истеъмол савати ва рационал бюджети ёрдамида ўрнатилади.

Рационал истеъмол нормалари инсонни оқилона эҳтиёжларини қондириш 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 товаробороти 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 жуфт².

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 хўжаликларида истеъмол қилинаётган нон ва нон маҳсулотлари ҳисобини сўров анкеталари ўтказган ҳолда аниқлашимиз мумкин. Бунинг учун стандарт меъёрлари ҳамда корхоналарда ишлаб чиқарилаётган нон ва 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 Ш.С.Салимов. истеъмол иқтисодиёти. Самарқанд -2008 й. Маърузалар матни. Манба.
<http://uz.denemetr.com/download/docs-76265/768-76265.doc>

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

2.3.5-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 жараёни 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)нг 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. (2.3.6-жадвал). Бундан қуйидагиларни хулоса қилиш мумкин:

2.3.6-жадвал

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

кг			
Кўрсаткичлар	2010 йил	2012 йил	2012 йилда 2010 йилга нисбатан (-\+)
1.1.Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарилди	0,2	1,4	1,2
1.2.Қандолат маҳсулотлари чакана савдо айланмаси	1,4	1,3	-0,1
Фарқи (1.1-1.2)	-1,2	0,1	1,3
2.1.ун маҳсулотлари ишлаб чиқарилди	40,5	28,4	-12,1
2.2.ун маҳсулотлари чакана савдо айланмаси	31,3	11,8	-19,5
Фарқи (2.1-2.2)	9,2	16,6	7,4
3.1.нон маҳсулотлари ишлаб чиқарилди	9,1	9,7	0,6
3.2.нон маҳсулотлари чакана савдо айланмаси	7,4	6,8	-0,6
Фарқи (3.1-3.2)	1,7	2,9	1,2

Манба: Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида тайёрланди

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.

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

III боб. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида маркетинг стратегияларидан фойдаланиш.

3.1. Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқариш самарадорлигини ошириш.

Бозор муносабатлари шароитида корхона иқтисодий барқарорлигини белгиловчи асосий омиллардан бири харидорларнинг маҳсулот ва хизматларга бўлган эҳтиёжларини юқори даражада қондирилишига қаратилган талабни шакллантириш ва сотишни рағбатлантиришга катта эътибор қаратмоқда.

Халқнинг турмуш даражаси оша бориши, қандолат маҳсулотлари сотилишига қулай шарт-шароитлар яратиб бериш орқали истеъмолчилар талабларини кучайиши олиб келади ва кўпгина янги товарлар ишлаб чиқиши ва уни реализация қилишда бевосита рекламага ҳам боғлиқ бўлади.

Рекламада товарни сотиш тезлашади, муомала чиқимларини камайтиради, товарлар тўғрисида фойдали маълумотлар бериши, шу товарларнинг хусусиятлари, қимматли жиҳатлари, уларни ишлатиш усуллари тушунтириши керак.

Реклама яхши йўлга қўйилган бўлса, харидорлар ўзларига зарур товарларни тез топиб, осон ва кўп вақт сарфламай сотиб оладиган бўладилар. Шу тариқа товарни сотиш тезлашади ва самарадорлиги ортади.

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 бугдой 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.

Ҳозирда озиқ-овқат корхоналарининг иқтисодий ҳолатини чуқур ва ҳар томонлама таҳлил қилиш асосида ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнида йўл қўйилган камчиликларни аниқлаш ва уларни бартараф этиш йўлларини белгилаб олиш муҳимдир.

Нон ва қандолат маҳсулотлари савдоси самарадорлигини оширишда инфратузилмаларни ўрни катта.

Инфратузилмаларни такомиллаштириб бориш учун:

- инвестиция фаолиятини моддий рағбатлантиришни такомиллаштириш;

-эркинлаштирилган бозор иқтисодиётига ўтиш жараёнида ишлаб чиқариш тараққиётини такомиллаштириш ва давлат томонидан белгиланган вазифаларни тўғри, самарали бажариш;

-ички ва ташқи инвестицияларни жалб этишнинг самарадорлигини ошириш муҳим аҳамиятга эга.

Қандолат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарини ишлаб чиқариш ва сотиш самарадорлигини ошириш маҳаллий бошқарув тизимларини такомиллаштириш муаммолари билан боғлиқдир.

Интернет орқали савдо қилиш ҳозирги пайтда замонавий савдо қилиш тури ҳисобланади. Жуда кўп фирмалар интернетда маҳсулотларини таклиф қиладилар. Истеъмолчилар ўзларига керакли маҳсулотни ўзларининг компьюттери орқали буюртма бериб сотиб олишлари мумкин. Интернет орқали савдонинг устунлик томонлари бу биринчидан, вақт тежалади, иккинчидан воситачиларсиз тўғридан-тўғри ишлаб чиқарувчидан олиш имконияти пайдо бўлади.

Тўғри маркетинг – бу харидор билан турли воситалар билан тўғридан-тўғри мулоқот бўлиб, харидорни маҳсулотни сотиб олишга ишонтиришдан иборатдир.

Иқтисодий ислохотлар чуқурлашиб бораётган ҳозирги мураккаб шароитда савдо соҳасини ривожлантириш мамлакат иқтисодиёти ривожининг муҳим масалаларидан биридир. Ушбу долзарб масаланинг ечими бўйича амалга оширилган битирув малакавий ишида озиқ-овқат товарлари савдоси соҳасини ривожланишида маркетинг стратегиясидан фойдаланишнинг назарий асосларини таҳлил қилиш билан бирга чакана савдо хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналари фаолияти ҳар томонлама ўрганилди, таҳлил қилинди ва такомиллаштириш йўналишлари аниқланди. Жумладан, Поп туманида озиқ-овқат товарлари, яъни қандолат маҳсулотлари савдоси тармоқларини ривожлантириш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ:

1. Ҳозирги бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида савдо ташкилотларининг самарасини орттириш учун улардаги стратегик маркетинг фаолиятини такомиллаштириш талаб этилади. Стратегик маркетинг ва бошқарув масаласини ҳар томонлама кўриб чиқиш мақсадида, аввало, чакана савдо соҳаси ичидаги ва ташқарисидаги асосий муаммоларни ҳисобга олиш лозим бўлади. Ҳар қандай ташкилот муваффақиятга эришиш учун ўзининг ички ўзгарувчиларини ва унга таъсир этувчи ташқи таъсир омилларини ҳисобга олиши бугунги шароитда муҳим аҳамият касб этади.

2. Иқтисодий ислохотларнинг чуқурлашуви шароитида чакана савдо хизмат кўрсатиш корхоналари ўз фаолиятларида, бизнесни бошқариш масалалари бобида, фақатгина фойдага эришиш мақсадлари билангина чекланиб қолишлари мумкин эмас. Бу нарса уларнинг самарадорлигининг ортишига имкон бермайди. Шу сабабдан бу соҳа корхона ва ташкилотларининг узоқ муддатли маркетинг ва сотиш стратегияларини ишлаб чиқишда корхонанинг жамият олдидаги бурчлари ҳисобга олиниши таклиф қилинади. Чакана савдо корхоналари ижтимоий масъулиятни қабул қилишлари лозим.

3. Озиқ-овқат савдоси корхона ва ташкилотларининг раҳбарлари кенгаши доирасида уларнинг стратегияларини шакллантириш мақсадга мувофиқдир. Корпоратив фуқаролик тамойиллари ва энг муҳим ижтимоий лойиҳаларни ҳисобга олиб стратегик режаларни доимий равишда таҳлил қилиб бориш катта аҳамиятга эгадир. Стратегик режаларнинг бажарилиши учун уларни қисқа муддатларда ва атрофлича ўрганиб чиқиш ва таҳлил қилиб бориш керак. Бундай таҳлил чакана савдо хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожига катта ҳисса қўшади.

4. Озиқ-овқат савдоси корхона ва ташкилотларининг фаолиятларида стратегик режалаштириш катта аҳамиятга эгадир. Амалиёт шундан далолат бериб турибдики, узоқ муддатли стратегик режаларга корпоратив фуқаролик тамойилларини жорий этиш бизнесдаги фаолиятнинг барча йўналишлари

бўйича шу бизнес равнақининг мақсад ва кўрсаткичларини аниқ равшан белгилаб олишга имкон беради.

5. Чакана савдо соҳасидаги стратегик бошқарув самарали тарзда амалга оширилиши учун мавжуд имкониятлардан самарали фойдаланиш мақсадида, савдо корхоналари ва ташкилотларининг маркетинг бўлими томонидан, ҳар кварталга сотилиши кутилаётган қандолат маҳсулот турлари ва миқдорлари бўйича режа тузилиши лозим.

Бундан ташқари ҳудудларда савдо корхонаси чакана товар айланмасини режалаштиришни корхонанинг зарарсиз ишлашини таъминаши мумкин бўлган минимал товар айланмасини аниқлашдан бошлаш мақсадга мувофиқ. Бундай товар айланмаси ҳажми критик товар айланмаси деб аталади. Ушбу ҳажмни аниқлаш бўйича барча ҳисоб-китоблар корхонанинг зарарсизлик нуқтасини аниқлашга олиб келади.

Савдо корхоналарида товар айланмаси таркибини босқичма-босқич ҳисоблаш усулида барча товарлар массасини бир қатор товар гуруҳларига тақсимлаш зарурати юзага келади. Бу гуруҳларга сифати, биологик хусусияти, истеъмол қилиш усули, эҳтиёжларни қондириш даражаси бўйича ўхшаш ҳамда бир-бирини тўлдирувчи товарларни бирлаштириш лозим.

Тадқиқот натижасида олинган бу таклифларни амалга оширилиши Поп туманида қандолат маҳсулотлари чакана савдони ривожлантиришга ҳамда туман аҳолисининг турмуш даражасини юксалтиришга қўшадиган ҳиссасини оширишга олиб боради.

3.2. Нон ва қандолат маҳсулотларини сотиш усуллари такомиллаштириш.

Мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожланиши натижасида истеъмол товарлари бозор ривожланиб унинг таркибида ўзгаришлар содир бўлишига олиб келади. Нон ва нон маҳсулотлари истеъмоли камайиб бошқа турдаги озиқ-овқат товарларининг улуши ортиб боради. Поп туманида ун, нон ва

қандолат маҳсулотлари чакана савдосининг тарбий ўзгаришига қуйидаги омиллар таъсир қилади:

- 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 шахобчаларини

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 Поп туманида ун ва нон маҳсулотлари ҳамда қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ривожланиш истиқболларини белгилаш бугунги кундаги долзарб масалалардан бири ҳисобланади. Нон ва қандолат маҳсулотларини соташ усулларини танлаш ва истиқболларн белгилаш асосида мақсадга эришиш йўллари асосланади. Режалаштириш, келажакни кўра билиш, башорат қилиш мазмунини англлатиб эхтимолий характерга эга ҳисобланади.

Шунингдек, физиологик ва рационал истеъмол нормалари даражасида ун ва нон маҳсулотларини чакана савдо шахобчалари орқали сотилганда туманнинг 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 атига 17 %ни ташкил этган ҳалос, бироқ аҳолини нон ва нон маҳсулотларига бўлган истеъмоли

уларнинг оила хўжалигида ўзи учун ишлаб чиқараётган ҳамда статистик ҳисобатларга қайд этилмаётган нонвойлар томонидан қондирилаётган нон ва нон маҳсулотлари акс эттирилмайди.. Шунга кўра, нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо айланмаси статистик манбаларда йилдан-йилга камайиб бораётганлик ҳолатини биз юқоридаги таҳлил қилган эдик.

Фикримизча нон ва қандолат маҳсулотларини чакана савдосини ҳозирда нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдоси асосан туман бозорлари ва чакана савдо магазинларида орқали амалга оширилмоқда.

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 қабул қилинган.

Ҳозир, Поп тумани бозори ҳамда Ғурумсарой бозори комплекслари тўла модернизация қилиниб, савдо ўринлари 2-3 баробарга кўпайтирилди. Шу жараёнда махсус шарқона дизайн билан ишланган нонларни сотиш савдо маскани қуриб 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

кишлоқ 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 ассортиментига, савдо тармоқларининг техник даражасига мос равишда ривожланади ва такомиллашиб боради. Шу ўринда туманда нон ва нон маҳсулотлари чакана савдо амалиётини ривожлантиришда савдо сифати ва маданиятининг ахамияти 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 қатъий амал қилиш;
- Нон ва нон маҳсулотларининг белгиланган ассортиментлари доимо мавжуд бўлиши ва кенгайтирилиб борилиши;
- Товарларни сотишнинг илғор усуллари кенг қўлланилиши;
- Харидорларга қўшимча хизматлар таклиф этилиши;
- Харидорларга хизмат кўрсатишда сарфланадиган вақтни минималлаштириш;
- Савдо ходимларининг юқори касбий маҳорати, дўкон ходимларининг харидорларга нисбатан хушмуомалали, эътиборли муносабатлари;
- Нон ва нон маҳсулотлари сотишнинг тартиблари тўғрисида харидорларни хабардор қилиб бориш;
- Савдо ходимларининг тартибли ташқи кўриниши;

- Дўконнинг яхши санитария ҳолатида бўлиши;
- Дўконлар ичидаги харидорларни ахборотлар билан таъминловчи воситалардан кенгроқ фойдаланиш.

Нон ва нон маҳсулотлари сотиш шаҳобчалари ёки савдо расталарида харидорларга тақдим 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.

Харидорларга 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.

Харидорларга 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 қилинади. Нон ва нон сотиш шаҳобчалари ва расталарини қуриш ва жойлаштиришда бир жойда тўпланиб қолишига йўл қўймаслиги лозим, улар аҳолига қулайликлар яратишга эътиборни қаратиши керак.

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 ёки савдо шаҳобчаларидан кечқуриш нон ва маҳсулотларини топиш қийин ва бўлса ҳам доимий савдоси амалга ошмайди. Айниқса тунга вақтларда бунинг умуман иложи йўқ, Гурумсарой бозори комплексидан ташқари, чунки бу бозор Тошкент-Ўш катта трассаси жойлашган.

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 туманда 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 ўзи - ўзига хизмат кўрсатиш, почта, телефон ва Интернет тармоғи орқали буюртмали савдо, жўнатмали 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 буюртмалар орқали нон ва нон маҳсулотларини 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.

3.3. Нон ва қандолат маҳсулотлари бозорини ривожлантириш истикболлари.

Президентимиз Ислом 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.»³

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.

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 ҳаражатлар охир натижада меҳнат унумдорлигини оширишга, ЯИМни кўпайишига, яъни иқтисодий самарани оширишга олиб келади.⁴

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

³ Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қиладди. Т.: «Ўзбекистон», 2011, 24 б.

⁴ Б.Абдукаримов диссертацияси

талаб ва таклиф қуйидагича ўзгаришлари вужудга келиши мумкин. (3.3.1-жадвал).

3.3.1-жадвал

Модернизациялаш натижасидаги ун, нон ва қандолат маҳсулотлари бозоридаги ўзгаришлар йўналишлари ҳамда бозордаги талаб ва таклифига таъсири⁵

Модернизациялаш натижасидаги ўзгаришлар йўналишлари	Ўзгаришларнинг	
	талабга таъсири	таклифига таъсири
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 ҳами ортади
Маҳсулотлар сифатини ошади	Сифатли маҳсулотлар хариди 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

Манба: талаба ишланмаси.

Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики нон ва нон маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарнинг модернизациялаш ва фаолиятларини диверсификациялаш жараёнлари истеъмол товарлари бозоридаги талаб ва таклиф ўзгаришларини ҳам миқдор жихатидан ҳам сифат жихатидан оширишга олиб келади ва истеъмол маданиятини оширишга ва ҳалқнинг турмуш даражасини кўтарилишига олиб келади.

Юқоридаги фикрларини асослаш учун айрим амалий мисоллар келтирамиз.

- ишлаб чиқаришни модернизациялаш, янги прогрессив техника ва технологияларни ҳар қандай тармоқ, соҳа ва корхоналарга жорий қилиниши

⁵ Муаллиф ишланмаси

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, ҳаражатларни 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.

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 қадоқлаш, ташиш маҳсулот сифат кўрсаткичларини мукамаллаштиришга катта таъсир кўрсатади. Шунинг учун ҳозирги шароитда маҳсулотларнинг бозордаги хариди уларнинг сифат кўрсаткичлари билан аниқланади.

Хулоса ва таклифлар

Бозор муносабатларини қарор топиши шароитида истеъмол бозорини ўрганиш замон талабларидан келиб чиқади ва унинг ривожланиши маркетингни ривожлантириш билан боғлиқ бўлиб, бу жараёни янада такомиллаштириш бўйича қуйидаги таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди:

- Озиқ-овқат савдосини ривожлантиришнинг маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш имкониятларига эга бўламиз. Бу эса, ҳар бир корхонанинг истиқболини, аҳолини озиқ-овқат маҳсулотлари билан таъминлаш, озиқ-овқат маҳсулотига бўлган талаб ва таклиф асосида маҳсулот ишлаб чиқариш йўллари белгилаб беради.

- Бозор муносабатлари озиқ-овқат саноати маҳсулотларини ишлаб чиқариш, унинг бозорини шакллантиришда туб ўзгаришларга олиб келиши, ва бу жараёнда рақобат муҳитининг янада жонланишига эришиши лозим бўлади. Ваҳоланки, озиқ-овқат саноатида энг муҳим маркетинг тамойили рақобат ва рақобатбардошлик муносабатларининг ривожланиши, ҳар бир хўжалик субъекти ўз фаолиятини рақобатчи корхоналар билан солиштирган ҳолда бозордан ўз ўрнини топиши ва барқарор фаолият юритиши учун кенг имкониятлар яратиши лозим. Шу мақсадда Ўзбекистон Республикасининг «Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида»ги қонуни талабларини бенуксон бажарилишига эришиш, қонун ижроси бўйича масъул вилоят бошқармаси ишларини янада эркинлаштириш, ойдинлаштириш, савдо-сотиқ жараёнларини замон талаблари асосида шакллантириш ва ривожлантиришга эришиш зарур.

- Озиқ-овқат товарлари савдоси бозорида, хусусан нон ва қандолат маҳсулотлари бозорида маркетингни ташкил қилиш ва мажмуали бошқаришда маркетинг хизматини юритиш, тартибга солиш ва уни назорат қилиш, қабул қилинаётган қарорларнинг стратегик характери ва бошқариш механизмининг ҳамма элементлари уйғунлигини таъминлаш лозим.

- Озиқ-овқат, хусусан нон ва қандолат маҳсулотлари савдоси шаҳобчаларини модернизация қилиш ва ихтисослаштириш ишларининг кучайтирилиши, товарлар ва хизматларни “Истеъмол мажмуалари” шаклида тақлиф этиш ва буни амалга ошириш учун бошқа хизмат кўрсатиш шаҳобчалари лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва улар фаолиятини йўлга қўйиш, шунингдек, уларни қайси жойларда қурилиши билан боғлиқ ишларни ҳал қилиш керак бўлади.

- Ўзбекистонда озиқ-овқат товарлари бозори мамлакатимизда ишлаб чиқарилган маҳсулотлар билан эмас, балки хориждан келтирилган товарлар билан тўлдирилмоқда. Бундай ҳолат нархларнинг ўсишига ва аҳоли реал даромадларининг пасайишига олиб келади. Истеъмол бозорини фаоллаштириш, уни мамлакатимизда ишлаб чиқарилган товарлар билан тўлдириш республика товар ишлаб чиқарувчиларини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш, рағбатлантиришни талаб этади. Уларга рақобатли бозорда эркин ҳаракат қилиш асосларини ўргатиш, уларни менежмент, маркетинг соҳасидаги билимларини ошириш масаласига янада жиддий ёндашиш лозим бўлади.

- Ҳозирги пайтда республика истеъмол бозорини сифатли озиқ-овқат маҳсулотлари билан тўлдириш, уни хориждан келаётган сифатсиз озиқ-овқат маҳсулотларидан ҳимоя қилиш долзарб масаладир. Бунинг учун, ҳозирги шароитда корхоналарни реал бошқариш учун ишлаб чиқариш ва аҳолига хизмат кўрсатиш жараёни мониторингини юритиш, технологик жараёнларнинг бажарилаётганлиги, ишчи ўринларининг тўлдирилиши, моддий ва пул маблағлари ҳаракати, иш вақтининг тўғри сарфланиши, моддий заҳиралар, тайёр маҳсулотларнинг мавжудлиги зарурдир. Бу, ўз навбатида, корхонадаги муаммоларни ўз вақтида ҳал этиш имкониятини беради ва корхона шубҳасиз муваффақиятга эришади.

- 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.

Поп туманида нон ва қандолат маҳсулотлари чакана савдосини ривожланатириш:

- Нон ва нон маҳсулотлари сотишда белгиланган иш режимларига қатъий амал қилиш;
- Нон ва нон маҳсулотларининг белгиланган ассортиментлари доимо мавжуд бўлиши ва кенгайтирилиб борилиши;
- Товарларни сотишнинг илғор усуллари кенг қўлланилиши;
- Харидорларга қўшимча хизматлар таклиф этилиши;
- Харидорларга хизмат кўрсатишда сарфланадиган вақтни минималлаштириш;
- Савдо ходимларининг юқори касбий маҳорати, дўкон ходимларининг харидорларга нисбатан хушмуомалали, эътиборли муносабатлари;
- Нон ва нон маҳсулотлари сотишнинг тартиблари тўғрисида харидорларни хабардор қилиб бориш;
- Қишлоқ жойлардаги аҳолини ҳам ҳисобга олган ҳолда нон ва нон маҳсулотлари савдосини ва савдо шахобчаларини яратиш.
- Нонвойларнинг савдо маданиятини ошириш ва уларга янада кенг имкониятлар яратиш, шунингдек, савдо бўйича қайта тайёрлаш, ҳуқуқий савдохонлигини ошириш чораларини кўриш;
- Чакана савдо ва нонвойхоналарни яхши санитария ҳолатида бўлишини таъминлаш;
- Нон сотиш масканлари ва нонвойхонларнинг ичидаги харидорларни ахборотлар билан таъминловчи воситалардан кенгроқ фойдаланиш;
- Сотишнинг илғор усуллуари “буюртмага асосан”, “электрон савдо” “телефон орқали савдо” каби турларини нонвойхоналарда қўллаш лозим.

Демак, олиб борилган тадқиқотларимиз натижаларига кўра, маркетингни қўллаш жараёни ва уни янада такомиллаштириш жуда кўплаб омиллар таъсирида шаклланиб, Ўзбекистон республикасида ишлаб

чиқарилаётган ва сотилаётган истеъмол маҳсулотлари бозорида эришилган илмий ва амалий натижалар, улардан олинган хулосалар ва таклифлар озиқ-овқат савдосини, хусусан нон ва қандолат маҳсулотлари савдосини ривожланиши учун муҳим йўналиш ҳисобланади ва бу жараён мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишида муҳим вазифалардан бирини бажаради.

Фойдаланилган адабиётлар.

I. Ўзбекистон Республикасининг қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – т.: “Ўзбекистон”, 2012 й.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Тадбиркорлик ва тадбиркорлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида”ги қонуни (янги таҳрири), 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 қонуни
6. Ўзбекистон Республикасининг «Стандартлаштириш тўғрисида»ги қонуни
7. Ўзбекистон Республикасининг «Метрология тўғрисида»ги қонунлари
8. Ўзбекистон Республикасининг “Оилавий тадбиркорлик” тўғрисидаги қонуни
9. Ўзбекистон Республикасининг «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги,

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

10. Ўзбекистон Республикаси Савдо вазирлигининг “Халқ истеъмоли моллари сифати бўйича Давлат инспекцияси тўғрисидаги низоми” тасдиқланди
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 1994 йил 26 февральдаги “**Савдони эркинлаштириш ва истеъмол бозорини товарлар билан тўлдиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида**”ги қарори
12. «Савдо ташкилотлари даромадларини декларацияда кўрсатишлари тўғрисидаги низом», «Товарларни мажбурий равишда касса ёки товар чеклари орқали сотиш тартиби»

- 13.«Солиқ тўловчи савдо корхоналарини, шунингдек, уларнинг даромадларини код билан рўйхатдан ўтказиш тўғрисидаги низом»ни
- 14.Ўзбекистон Республикаси Вазирлар мажмасынинг “Ижтимоий муҳим озиқ-овқат товарларини импорт қилиш ва сотишни тартибга солиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори
- 15.Президентининг “Инқирозга қарши чоралар дастури”да
- 16.Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Бозорларнинг фаолиятини ташкил этишни ва аҳолига хизмат кўрсатиш сифатини яхшилашга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” Фармони
- 17.Ўзбекистон Республикаси Президентининг Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида, 2008 йил 18 ноябрь, ПФ-4053-сон
- 18.Ўзбекистон Республикаси Вазирлар мажмасынинг 1994 йил 26 февральдаги “Савдони эркинлаштириш ва истеъмол бозорини товарлар билан тўлдиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори
19. “Ўзбекистон Республикасида чакана савдо қоидалари” тўғрисидаги низом
20. “Товарларни улгуржи бозорларда, улгуржи-савдо комплексларида ва савдо марказларида улгуржи ва майда улгуржи сотиш тартиби” тасдиқланди.
- 21.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.
- 22.Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Иқтисодиёт реал сектори корхоналарининг молиявий барқарорлигини янада ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги 4053-сонли фармони. 2008 йил 18 ноябр
- 23.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

24. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2010 йил 26 апрелдаги “Дехқон бозорлари ва савдо комплекслари фаолиятини ташкил қилишни янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-1326 –сонли
25. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2000 йил 12 августдаги “Бозорлар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги 315-сонли
26. 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,
27. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “2009-2012 йилларда Наманган вилояти саноатини ривожлантириш ва ишлаб чиқаришни модернизациялаштириш Дастури тўғрисида”ги 232-сонли қарори,
28. 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
29. 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
30. 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
31. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 25 мартдаги 155-сонли **“Аҳолини ватанимизда ишлаб чиқарилган ун ва нон махсулотлари билан таъминлашни яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”**ги қарорига
32. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2012 йил 7 мартдаги “Саноатда ишлаб чиқариш ҳаражатларини кикартириш ва махсулот таннархини пасайтиришга доир кўшимча чора тадбирлар тўғрисида”ги 64-сонли қарори
33. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг **“Аҳолини ватанимизда ишлаб чиқарилган ун ва нон махсулотлари билан таъминлашни яхшилаш чора-тадбирлари тўғрисида”**ги 2003 йил 25 мартдаги 155-сонли қарори

34.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

35.2012 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

36.И.А.Каримов Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократиялаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. Т.;

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

38.Каримов И.А. Амалга ошираётган ислохотларимизни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамияти қуриш – ёруғ келажагимизнинг асосий омилидир. Республика Конституцияси қабул қилинганининг 21 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси.
<http://uza.uz/oz/politics/29870/>

39.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/>

40.И.А.Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси.
www.gov.uz

41.Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг мамлакатимизни 2013 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2014 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор

йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Манба: <http://uza.uz/oz/politics/30441/>

42.И.А.Каримов “Асосий вазифамиз-Ватанимиз тараққиёти ва ҳалқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” 2009 йилнинг асосий якунлари ва 2010 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг энг муҳим устивор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. www.UzA.uz.

43.И.А.Каримовнинг “2015 йил иқтисодиётимизда туб таркибий ўзгаришларни амалга ошириш, модернизация ва диверсификация жараёнларини изчил давом эттириш хисобидан хусусий мулк ва хусусий тадбиркорликка кенг йўл очиб бериш устувор вазифамиздир” маърузидаги В.М мажлисидаги маърузаси. 2015 йил.17 январ. www.uza.uz

IV. Дарслик ва ўқув қўлланмалар

44.А.Солиев. “Маркетинг”. Тошкент. “Иқтисод-молия” – 2010 йил 7-17 б

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

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

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

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

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

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

51.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

52.Н.Собиров, М.Турсунов. Чарм-пойабзал саноатида рақобатбардош муҳитни яратиш омиллари. Иқтисодиёт ва таълим. 2012 йил, 6-сон. 69 бет.

53. Манба: МДХ мамлакатлари бозорига экспорт қилиш. Россия Федерацияси ва Қозоғистон мисолида. Амалий қўлланма. Ўзбекистон бизнес форуми лойиҳаси. 2008 йил

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

VI. Интернет сайтлари

1. www.gov.uz – О'zbekiston Respublikasi Davlat hokimiyati portali
2. www.press-service.uz – О'zbekiston Respublikasi Prezidentining Matbuot xizmatirasmiy
3. www.mfer.uz – О'zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiya vasavdo Vazirligining rasmiy sayti sayti
4. www.UzA.Uz – О'zbekiston milliy axborot agentligi rasmiy sayti
5. www.InternetNews.com – yangiliklar serveri
6. www.api.uz – Ўзбекистон матбуот ва ахборот агентлиги
7. www.lex.uz – Ўзбекистон Республикаси Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси
8. www.bdm.uz – бизнес эксперт журналининг расмий сайти
9. www.iqtisodiyot.uz - *“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали*
10. www.cooper.uz – Ўзбекистон Республикаси саноат ярмаркаси ва кооперацион биржасининг расмий сайти