

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

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Факултет: Сервис ва туризм

Кафедра: Хизматлар кўрсатиш, сервис ва уни ташкил этиш

“Химояга тавсия этилади”

Кафедра мудири т.ф.н.

_____И.Х.шукуров

«____»_____ 2019 yil

**5610100-«Хизматлар соҳаси (Товар экспертизаси хизматларини
ташкил этиш)» таълим йўналиши**

**ХСЕ-115 гурӯх талабаси Абдуллаева Юлдузнинг “Парфюмерия-
косметика товарлари ассортиментларининг таҳлили ва сифатининг
экспертизаси (Жиззах шаҳридаги тижорат дўконлари мисолида)”
мавзусидаги**

БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШ

**Илмий раҳбар:
т.ф.н., доцент Ахмеджанова Ф.А.**

Самарқанд-2019

М У Н Д А Р И Ж А

	Кириш	3
I БОБ	ПАРФЮМЕРИЯ-КОСМЕТИКА ТОВАРЛАР АССОРТИМЕНТИ, ИСТЕЙМОЛ ХУСУСИЯТЛАРИ	
	1.1. Ўзбекистон Республикасида парфюмерия-косметика товарларни ишлаб чиқариш холати	8
	1.2. Парфюмерия товарлар ассортименти ва истеъмол хусусиятларини шакллантирувчи омиллар.	11
	1.3. Парфюмерия товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари.	16
	1.4. Косметика товарлар ассортименти ва истеъмол хусусиятларини шакллантирувчи омиллар.	18
	1.5. Косметика товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари.	19
II БОБ	ПАРФЮМЕРИЯ-КОСМЕТИКА ТОВАРЛАР АССОРТИМЕНТИНИНГ ТАХЛИЛИ	
	2.1. Парфюмерия-косметика товарлар бозорининг холати	23
	2.2. Парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг тахлили	32
III БОБ	ПАРФЮМЕРИЯ-КОСМЕТИКА ТОВАРЛАР АССОРТИМЕНТИНИНГ СИФАТ ЭКСПЕРТИЗАСИ	
	3.1. Парфюмерия-косметика товарларнинг сифат кўрсаткичлари ва уларни баҳолаш усуллари.	42
	3.2. Парфюмерия-косметика товарлар сифатига кўйиладиган талаблар	44
	3.3. Парфюмерия-косметика товарлар сифатини баҳолаш натижалари	47
	3.4. Корхоналарда ишчи-ходимларнинг меҳнат шароити хавфсизлигини таъминлаш	54
	Хулоса ва таклифлар	59
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати	66

КИРИШ

Малумки, 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясида иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштириш масаласига алоҳида эътибор қаратилган. Мамлакатимизда хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш, унинг иқтисодиётдаги аҳамияти ва хиссасини ошириш, хизматлар сифатини диверсификация қилиш ва такомиллаштириш хамда унинг инфратузилмасини кенгайтиришга экспорт фаолиятини либераллаштириш, экспорт тузилиши ва географиясини кенгайтириш, иқтисодиёт соҳалари ва худудларнинг экспорт имкониятларини кенгайтириш ва сафарбар қилиш каби масалалар белгилаб берилган¹.

Мамлакатимизда Ҳаракатлар стратегиясини амалга оширишда алоҳида эътибор «Инсон манфаатлари — ҳамма нарсадан устун» деган тамойил ва «Халқ давлат идораларига эмас, давлат идоралари халқимизга хизмат қилиши керак» деган эзгу тоянинг, энг аввало, халқ билан тўғридан-тўғри мулоқот ўрнатиш ҳамда фуқаролар хукуқлари, эркинликлари ва қонуний манфаатларининг реал ҳимоя қилинишини таъминлаш орқали ҳаётга амалий татбиқ этилишига қаратилди.

Мавзунинг долзарблиги: Аҳоли учун мулжалланган ички ва ташқи бозорларини турли хил кенг ассортиментдаги сифатли товарлар билан тўлдириб бориш бугунги куннинг долзарб вазифаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Халқ истеъмоли товарлари бозорини шаклланиши ва амал қилиши ҳар бир давлат иқтисодиётидан келиб чиқиб, ўзига хос равища ривожланиб боради. Ўзбекистон мустақилликка эришгандан кейин унинг иқтисодиётининг субъектлари ҳақиқий мустақилликка эришди, ҳамда

¹ 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегияси

аҳолини халқ истеъмоли товарларига бўлган эҳтиёжини қондириш масалалари Республикада фаолият кўрсатаётган ишлаб чиқариш корхоналари зиммасига тушди. Аҳолининг товарларга бўлган эҳтиёжини қондириш мамлакатда мавжуд бўлган саноат, қишлоқ хўжалиги комплексларига қарашли корхоналар томонидан ҳамда халқ хўжалигининг бошқа тармоқларига қарашли ишлаб чиқариш корхоналарини ҳисобидан амалга оширилмоқда.

Ҳозирда мамлакатимизда, аҳоли эҳтиёжи учун зарур бўлган, импорт орқали келтирилган истеъмол товарларини камайтириш, уни давлатдан ташқари секторларда, яъни кичик корхоналар, оммавий хусусий корхоналарда ишлаб чиқаришга, қишлоқ жойларга саноатни олиб киришга кенг эътибор берилмоқда.

Ҳозирги вақтда иқтисодий жиҳатдан ривожланган мамлакатларда сифат, ички ва ташқи бозорга чиқариладиган маҳсулот ҳажмини кўпайтириш гарови ва фойда олишнинг асосий манбаи ҳисобланади. Маълумки, мамлакатда сифатли маҳсулот қанча кўп ишлаб чиқарилса, шунча сифатсиз маҳсулотлар миқдорини камайишига, унинг ҳисобига хом ашё ва яримфабрикатларнинг тежалишига, меъёрий–техник ҳужжатларда белгиланган талабларга риоя қилиш ҳисобига тайёр маҳсулот реализациясининг ошишига олиб келади.

Ҳозирги кунда Республикамиз биргина Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги (МДХ) давлатлари билангина эмас, балки дунёning кўпгина ривожланган мамлакатлари билан иқтисодий алоқаларнинг ривожланишида ташқи бозорга чиқариш учун мўлжалланган маҳсулот сифати ҳал қилувчи омиллардан бири бўлиб ҳисобланади.

Демак, ички ва ташқи бозор учун мўлжалланган маҳсулотлар сифатини яхшилаш ўта муҳим заруратлардан бири бўлиб ҳисобланади,

чунки маҳсулотлар сифати иқтисодий ислоҳотларни янада чуқурлаштириш ва давлат сиёсатини мустаҳкамлашда муҳим омил бўлиб хизмат қиласди.

Тадқиқотнинг мақсади: Ҳозирда мамлакатимизда, аҳоли эҳтиёжи учун зарур бўлган, импорт орқали келтирилган истеъмол товарларини камайтириш, уни давлатдан ташқари секторларда, яъни кичик корхоналар, оммавий хусусий корхоналарда ишлаб чиқаришга, қишлоқ жойларга саноатни олиб киришга кенг эътибор берилмоқда.

Ҳозирги вақтда иқтисодий жиҳатдан ривожланган мамлакатларда сифат, ички ва ташқи бозорга чиқариладиган маҳсулот ҳажмини кўпайтириш гарови ва фойда олишнинг асосий манбаи ҳисобланади. Маълумки, мамлакатда сифатли маҳсулот қанча кўп ишлаб чиқарилса, шунча сифатсиз маҳсулотлар миқдорини камайишига, унинг ҳисобига хом ашё ва яримфабрикатларнинг тежалишига, меъёрий – техник ҳужжатларда белгиланган талабларга риоя қилиш ҳисобига тайёр маҳсулот реализацийсининг ошишига олиб келади.

Шуларни эътиборга олган ҳолда биз битирув малакавий ишимиз олдида парфюмерия-косметика товарлар ассортименти ва сифатини ўрганиб, ассортиментини кенгайтириш ва сифатини такомиллаштиришга йўналтирилган тадқиқотларни олиб боришни мақсад қилиб қўйдик. Ишнинг мақсадига эришиш учун қўйдаги вазифаларни бажаришга тўғри келди:

- парфюмерия-косметика товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари, сифат кўрсаткичлари, сифатининг экспертизасига доир адабиётларни ўрганиб таҳлил қилиб чиқдик;
- тижорат дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини ўрганиб тиҷорат экспертизасини ўтказиб таҳлил қилиб чиқдик;

-парфюмерия-косметика буюмларнинг сифат кўрсаткичлари ва уларни баҳолаш усулларини ўрганиб чиқдик;

-парфюмерия-косметика буюмлар экспертизасини ўтказиб таҳлил қилиб чиқдик.

Олиб борилган тадқиқотларимиз натижаларидан келиб чиқкан ҳолда, парфюмерия-косметика товарлар ассортименти ва сифатини такомиллаштириш йулларига қаратилган тавсиялар беришга ҳаракат қилдик.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси: Товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари, товарлар ассортименти ва истеъмол хусусиятларига таъсир этувчи омиллар, товарлар сифати, товарлар сифатига таъсир этувчи омиллар, товарлар ассортименти ва сифатини такомиллаштириш масалалари чет эллик олимлардан: Ралука Бранд, Сандра Ҳелена, Ф.Петрише, Т.А.Мельниченко, А.П.Ходыкин, И.Дзахмишева, О.Голубенко ва бошқалар томонидан тадқиқ қилинган. Мустақиллик йилларида мамлакатимиз олимлари томонидан ҳам Р.Нормахматов, Ф.Ахмеджанова, К.Отамуродов, К.Салихов С.Сайдмуродов, А.Султонов, А.Тўлагановлар томонидан қатор изланишлар олиб борилган. Бироқ парфюмерия-косметика товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари ва сифатига таъсир этувчи омиллар етарлича ўрганиб таҳлил этилмаган.

Тадқиқот обьекти: Битирув малакавий ишининг обьекти сифатида Жizzах шаҳрида парфюмерия-косметика товарлар сотуви бўйича фаолият кўрсатаётган тижорат дўконлари.

Тадқиқотнинг предмети: Тадқиқотнинг предмети этиб тижорат дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг таҳлили билан боғлиқ муносабатлар ҳисобланади.

Тадқиқот усуллари: Битирув малакавий иши доирасидаги тадқиқотлар давомида назарий жиҳатдан таҳлил қилиш асосида парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини, истеъмол хусусиятларини таҳлил қилиш, тижорат дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарларнинг сифатини органолептиқ, физик-кимёвий усулларида баҳолаш каби бир қатор усуллардан фойдаланилди.

Битирув малакавий иш таркиби: Битирув малакавий ишимиз 3-боб, 11 - бўлимлардан ташкил топган бўлиб, тадқиқотларимизнинг асосий жойлари 12-жадвал ва 7-диаграммаларда ўз аксини топган.

1-БОБ. ПАРФЮМЕРИЯ-КОСМЕТИКА ТОВАРЛАР АССОРТИМЕНТИ, ИСТЕЙМОЛ ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. Ўзбекистон Республикасида парфюмерия косметика товарларни ишлаб чиқариш ҳолати

Ҳозирги кунда Республикамиз биргина Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги (МДҲ) давлатлари билангида эмас, балки дунёning қўпгина ривожланган мамлакатлари билан иқтисодий алоқаларнинг ривожланишида, ташқи бозорга чиқариш учун мўлжалланган маҳсулот сифати ҳал қилувчи омиллардан бири бўлиб ҳисобланади ва. иқтисодий ислоҳотларни янада чуқурлаштириш, давлат сиёсатини мустаҳкамлашда муҳим омил бўлиб хизмат қиласи.

Маълумки, маҳсулот сифати унинг асосий кўрсаткичлари орқали характерланади. Шунинг учун ҳам маҳсулот сифатига қўйиладиган талаблар ва меъёрий хужжатларга киритиладиган сифат кўрсаткичлари илғор фан ва техника, технология ва халқаро тажрибаларнинг талабларига жавоб берадиган бўлиши керак. Рақобат кучли бўлган бозорда ишлаб чиқарилаётган маҳсулот қанча сифатли бўлса, у шунча жаҳон бозорида ўз ўрнини топади ва мамлакат иқтисодиётига маълум даражада ижобий таъсир кўрсатади. Ташқи бозорга чиқариладиган маҳсулот ҳажми мамлакатда ишлаб чиқарилаётган маҳсулот сифатига боғлиқ бўлади. Ўзбекистон иқтисодиёти ривожланиб борар экан, истеъмол бозорини аҳоли талабига жавоб берадиган сифатли товарлар билан тўлдириш, асосий вазифаларидан бири ҳисобланади. Бундай вазифани бажариш учун бир томондан аҳоли эҳтиёжини ўрганиш зарур бўлса, иккинчи томондан, ҳалқ истеъмол товарларини аҳоли талабига мос равишда ишлаб чиқариш зарур.

Охирги йилларда парфюмерия-косметика товарларига бўлган талаб бутун дунёда ўсиб бормоқда. Ўзбекистон бозорида асосий рақобат Европа ва Америка фирмалари орасида пайдо бўлмоқда. Истеъмолчилар қўпроқ Европа фирмаларида ишлаб чиқарилган парфюмерия-косметика товарларини маъқул кўришмоқда. Бунга сабаб; биринчидан машҳур француз “C.DIOR”, “L’oreal”, “NinaRichy”, “Lancome”, “Procter&Camble”, “Revlon” (АКШ), “Oreflame” (Швеция), фирмаларининг имиджи истеъмолчиларга анча вақтдан бери таниш бўлиб келаётган бўлса, иккинчидан сифат ҳамда ассортиментнинг янгилиги жиҳатидан истеъмолчилар талабини қондириб келмоқда.

Хозирги кунда Россияда кўплаб корхоналар парфюмерия-косметика товарлари ишлаб чиқариш билан шуғулланиб келмоқда. Улар ичида таниқли фирма ва янги ўз ўрнига эга фирмалардан: АО “Свобода”, “Рассвет”, “Новая заря”, “Линда”, “Гармония плюс”, “Северное сияние”, АО ”Фитотехнолог”, “Чистая линия” каби корхоналардир.

Ўзбекистонда машҳур парфюмерия-косметика товарлари ишлаб чиқарувчи корхона бўлиб, ”Ўзбекистон ҳамда Россия” концерни “Калина” ўртасида ташкил этилган -“Паллада-Восток” корхонаси ҳисобланади. Ушбу корхона ассортименти сифат ва янгилик жиҳатидан бозор талабига жавоб бериб келмоқда. Парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг асосий қисми косметика, шу жумладан тери парвариши учун мўлжалланган товарларга тўғри келмоқда. Бунга сабаб ўрта ва катта ёшдаги истеъмолчиларнинг шу косметика товарларига бўлган талабининг ўсиши ҳамда атроф-муҳитнинг ўзгараётганлиги сабабли гипоаллергетик косметика товарларига бўлган талабдир. Иккинчи ўринда косметика товарлари ишлаб чиқариш ассортиментини сочни парваришлаш косметика товарлари эгалламоқда. Шу билан биргаликда “Паллада-Восток” қўшма корхонасида Ўзбекистон бозорини сезиларли улушини эгаллаш, маҳсулотларни сифатини талаб даражасига қўтариш, ассортиментини

замон талабига мос равища янгиланиб туриши билан биргаликда маҳсулотлар нархини аҳоли даромадига тўғри келишини таъминлаш каби, ишлаб чиқариш ассортименти устида ишлар олиб бормоқда.

Яна бир энг йирик ва энг катта косметика маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхона АО "Лола-атир упа" корхонаси ҳисобланади. Ушбу корхона 1942 йилдан бери фаолият юритиб келмоқда. 2009 йилдан бошлаб корхона парфюмерия маҳсулотларини ишлаб чиқаришни тўхтатиб кремлар, тиш пасталари, аёллар ва болалар учун гигиеник воситалар ишлаб чиқаришни йўлга қўйди. Корхона Россия федерациясининг "Цитрин" корхонаси билан яқиндан ҳамкорлик қилган ҳолда ўз маҳсулотлари ассортиментини янада кенгайтириб қелмоқда. Ҳозирги кунда "Лола-атир упа" корхонаси маҳсулотлари МДҲ мамлакатларига экспорт қилинмоқда.

"Навои Бьюти". Ушбу корхона 2010 йили Жанубий Кореяning "DK Cosmetics" корхонаси билан ҳамкорликда уз фаолиятини бошлаган. Биринчи маҳсулотини ушбу корхона «Эстель» бренди остида кенг оммага тақдим қилди. 2011 йилдан бошлаб эса корхона маҳсулоти «Be-Beauty» бренди остида ишлаб чиқарилмоқда. Бутун ишлаб чиқариш жараёни кореялик мутахассислар томонидан назорат қилинади. Ҳом-ашё Кореядан олиб келиниши ушбу марка маҳсулотларининг сифатини юқори даражада бўлишини таъминлайди.

Яна бир косметика воситалари ишлаб чиқарувчи корхона бу "Global Cosmetics" корхонаси бўлиб 2013 йил ташкил этилган. Ушбу корхона сочни парваришлиш воситаларини ишлаб чиқаради. Ҳозирда эса нафақат кенг омма учун балки гўзаллик салонлари учун мўлжалланган маҳсулот хам ишлаб чиқармоқда.

Ўзбекистонда илк бор ҳалқаро стандартларга асосланган инновация косметик маҳсулотлари ишлаб чиқаришни йўлга қўйилмоқда. Янги корхонани ташкил қилиши Навоий ЭИЗ худудида режалаштирилмоқда.

Ушбу лойиҳада Ўзбекистоннинг шериги косметика бозорида пешқадамлардан бўлган Жанубий Кореялик “DaejinChemical” компанияси бўлади .“Навоий” ЭИЗ субъектлари бир қатор имтиёз ва преференциялар олишади. Масалан, улар ер солиги, даромад солиги, юридик шахсларнинг мулкини солиқقا тортиш, ободонлаштириш ва ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш солиги, микрофирма ва кичик корхоналар учун ягона солик тўлови, давлат жамғармаларига мажбурий тўловлар ва божхона тўловларидан озод этиладилар. Барча имтиёзлар киритилган инвестициялар ҳажмига қараб 3 йилдан 5 йилгача тақдим этилади.

Ҳукуматимиз бозорларимизга кириб келаётган импорт товарлари миқдори ва сифатини тартибга солиш ва маҳаллий корхоналарда барча истеъмол хусусиятлари юқори бўлган кенг ассортиментдаги товарлар ишлаб чиқаришига алоҳида эътибор берилмоқда. Шундан келиб чиқсан ҳолда маҳаллий корхоналар биринчи навбатда ишлаб чиқараётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментларини истемолчилар талабларига мос келтиришлари учун уларни такомиллаштиришлари лозим. Товарлар ассортиментини такомиллаштириш бир қатор жараёнлар кетма-кетлигидан иборат бўлиб, улардан энг муҳимлари таклиф талабга мослигини таҳлил қилиш, товарлар ассортиментини шаклланишига таъсир этувчи омилларни таҳлил қилиб, ҳар бир омилнинг товар ассортиментининг шаклланишига таъсирини аниқлаш. Товарлар ассортиментининг кенглиги, тўлиқлиги ва таркибий тузилиши каби кўрсаткичларни таҳлил қилиш кабиларни ўз ичига олади.

1.2. Парфюмерия товарлар ассортименти ва истеъмол хусусиятларини шакллантирувчи омиллар.

Парфюмерия товарларига духилар, атиrlар, парфюмерия наборлари ва хушбўй хидли сувлар киради. Булар асосан кишининг териси, сочи, кийими ва бошқа нарсалардан хушбўй хид тарқатиб туриш учун

ишлатилади. Уларнинг айримларидан гигиеник ва роҳатбахш восита сифатида ҳам фойдаланилади.

Парфюмерия товарлар ассортименти ва истеъмол хусусиятларини шаклланишига қуйдаги омиллар таъсир этади. Бу омилларни лойиҳалаш ва маҳсулотни яратиш, хом ашё ва материаллар, технологик жараёнлар (ишлаб чиқариш технологияси) киради.

Лойиҳалаш ва маҳсулотни яратиш жараёнида маҳсулот сифати ва миқдорига олдиндан маълум талаблар мўлжалланиб қўйилади. Бу талаблар бозор маркетинги тадқиқотлари асосида белгиланади. Унинг натижаси сифат даражаси ҳамда энг маъқул бўлган сон ёки миқдор тавсифларига бўлган истеъмолчилар талабини аниқлаш ҳисобланади. Сон ва сифатни таъминлаш муваффақияти кўпроқ ушбу омилларга боғлиқ бўлади. Муайян (конкрет) маҳсулот тавсифларига бўлган талаблар қанчалик тўғри аниқланганлигига ва кўрсатилганлигига охирги натижа, яъни товарларни ўтказиш (тарқатиш) ва реализация қилиш боғлиқ бўлади.

Хом ашё ва материаллар. Хом ашё товарлар сифатини шакллантиришда энг муҳим омиллардан бири бўлиб ҳисобланади. Одатда хом ашё дейилганда, тайёр буюмлар ишлаб чиқариш учун ишлатиладиган ҳар хил моддалар тушунилади. Хом ашё ва материаллар асосий ва ёрдамчи гуруҳларга бўлинади.

Асосий хом ашё – хом ашёнинг таркибий қисми бўлиб, ишлаб чиқариш босқичларида тайёр маҳсулотнинг сифати ва миқдорини шаклланишига жиддий таъсир кўрсатади. Тайёр маҳсулот сифати хом ашёнинг таркиби ва сифатига кўп жиҳатдан боғлиқ бўлади. Масалан, парфюмерия буюмлардаги композицион моддалар миқдори ва тури, ассортименти ва сифат гуруҳига таъсир этади.

Ёрдамчи хом ашёлар – хом ашёнинг таркибий элементлари ҳисобланиб, тайёр маҳсулот ёки асосий хом ашёнинг таркиби ва

хусусиятларини яхшилаш мақсадида ишлатилади. Озиқ – овқат маҳсулотлари ва ноозиқ – овқат товарлари ишлаб чиқаришда кўплаб кўшимча хом ашёлардан фойдаланилади, масалан, зиравор ва дориворлар, бўёқлар, консерванлар, пигментлар, қотиувчилар, ғовак ҳосил қилувчилар, эскиришдан сақловчи моддалар, тўлдирувчилар, пластификаторлар ва бошқалар. Ёрдамчи материаллар ёрдамчи хом ашёларнинг бир тури ҳисобланади. Ёрдамчи материалларга ўраб – боғловчи ва пардозловчи (шпагатлар, тасмалар, қистирғичлар ва шунга ўхшашлар) материалларни киритиш мумкин. Булар кўпроқ ноозиқ – овқат товарлари ва нисбатан камроқ озиқ – овқат маҳсулотлари учун ишлатилади. Хом ашё материаллар кимёвий таркиби бўйича органик ва ноорганик; келиб чиқиши бўйича – табиий, сунъий ва синтетик гурухларга бўлинади.

Органик материаллардан кўпроқ полимерлар ва пластмасса турлари, силикат материаллари ва минераллардан кенг миқёсда фойдаланилади. Органик материаллардан халқ истеъмол товарлари ишлаб чиқариш учун кенг кўламда табиий ва сунъий целлюлозали, оқсили ва углеводли моддалар ишлатилади. Улар келиб чиқиши бўйича ҳайвонлар ва ўсимликлардан олинади. Синтетик материаллар (каучук, резина, смола, пластмасса) ҳар хил идишлар тайёрлашда қўлланилади.

Парфюмерия буюмларни ишлаб чиқаришда хушбўй ҳидли моддалар, этил спирти, сув ва айрим ҳолларда бўёқлар ишлатилади. Хушбўй ҳидли моддалар табиий ва сунъий гурухларга бўлинади.

Табиий хушбўй ҳидли моддалар келиб чиқиши бўйича иккига (ҳайвонлардан ва ўсимликлардан олинадиган хушбўй ҳидли моддаларга) бўлинади. *Ўсимликлардан олинадиган хушбўй ҳидли моддаларга* эфир мойлари, бальзамлар, смолалар ва қурух ўсимлик хом ашёлари киради. *Эфир мойлари-гуллар*, гул куртаклари, мева (анис), мева пўчоқлари,

барглари (ялпиз), ёғочлар ва бошқалардан олинадиган енгил учувчан мойга ўхшаш суюқлик.²

Бальзам ва смолалар - смолали дараҳтларни кесик жойларидан оқиб чиқкан модда. Улар одеколон ва духилар ҳидини кучайтириш ва эфир мойлари ҳидини бойитиш учун қўлланилади.

Қуруқ ўсимлик хом ашёларига спирт дамламаси сифатида қўлланиладиган ўсимликларнинг қуриган ҳидли қисмлари (уруглари, пўстлоқлари) киради. Улардан букетлар композицияси ва уларнинг турғунлигини узайтириш учун дамлама сифатида фойдаланилади.

Ҳайвонлардан олинадиган хушбўй ҳидли моддаларга айрим ҳайвонларнинг безлари ёки улардан ажралиб чиқкан маҳсулот (мускус, амбра, бобр ипори, цибет (цибет мушуклари ички безларидан олинадиган мазга ўхшаш масса) ва бошқалар киради. Улар дамламалар кўринишида қўлланилади. *Мускус*- бу кабарға буғиси секреция безларидан олинадиган тўқ жигар рангли дона-дона модда.

Амбра - йиртқич китлар (кашалот) ошқозонидан олинадиган кул ранг-зангори рангли парафинга ўхшаш мойли масса.

Бобр ипори (мушки) - дарё эркак-бобри (қундуз) нинг секреция безларидан ажралиб чиқадиган маҳсулот.

Цибет - цибет мушугининг ички серекция безларидан ажралиб чиқкан сариқроқ мойга ўхшаш масса.

Синтетик хушбўй ҳидли моддалар эфир мойлари, кимёвий ва ўрмон ўсимликларидан мураккаб кимёвий жараёнлар натижасида олинади. Уларни ишлаб чиқариш, хушбўй ҳидлар ассортиментини кенгайтириш, турли хил гул ва мавхум характердаги турғун ҳидлар олишда мухим

² А.П.ХодыкинА.П.Товароведение непродовольственных товаров:Учебник. М: Дашков и К, 2016

аҳамиятга эга. Ҳозирги пайтда композиция таркибига 80 фоизгача синтетик хушбўй ҳидли моддалар қўшилади.

Этил спирти парфюмерияда хушбўй ҳидли моддаларни эритувчиси ва дезинфекцияловчи, ҳамда одеколон ва хушбўй ҳидли сувларда оромбахш восита сифатида ишлатилади. Сув парфюмериянинг асосий таркиби ҳисобланади. Бўёқлар парфюмерия суюқлигига ранг бериш учун ишлатилади.

Парфюмерия буюмлари ишлаб чиқариш куйидаги технологик жараёнлардан иборат: композицияни тайёрлаш, парфюмерия суюқлигини тайёрлаш, композицияни спиртда эритиш, дамламалар, сув ва бўёқларни қўшиш, суюқликни махсус берк бакларда тинитиш, фильтрлаш, куйиш, безаш ва буюмларни жойлаш.

Уибу технологик жараёнларда прафюмерия товарларнинг энг муҳим товаршунослик тавсифлари шакллантирилади Технологик жараёнларда асосий хом ашё билан бир қаторда муайян маҳсулот сифати ва миқдори ҳамда унинг ассортиментини шаклланишига ҳал этувчи таъсир кўрсатади.

Ишлаб чиқариш жараёнида хом аше ва материаллар механик, термиқ, физик – механик ва бошқалар таъсирида малум даражада ўзгаради, натижада тайёр маҳсулот сифати шаклланади.

Парфюмерия маҳсулотини ишлаб чиқариш технологияси асосан уч босқичдан иборат бўлади: тайёрлов, асосий ва охирги босқичлар.³

Тайёрлов босқичида асосий ва ёрдамчи хом ашёлар қайта ишлов бериш учун тайёрланади. Бу босқичда хом ашёларнинг бирламчи

³ Т.А.Мельниченко Товароведение парфюмерно-косметических товаров:Москва,”Феникс” 2002 г.

хусусиятлари амалда ўзгармайди ёки унча сезиларли бўлмаган даражада ўзгариши мумкин..

Ишлаб чиқариш жараёнининг *асосий босқичида* тайёр маҳсулот олиш учун бажариладиган, яъни хом ашёлар (материаллар, ярим фабрикатлар)га қайта ишлов бериш билан боғлик бўлган операциялар бажарилади. Ушбу босқичда бирламчи хом ашёлар, материаллар ва ярим фабрикатларнинг хусусиятлари сезиларли даражада ўзгаради ва уларни натижасида тайёр маҳсулот янги хусусиятларга эга бўлади.

Ишлаб чиқаришнинг *охирги босқичи* тайёр маҳсулотга товар кўриниш бериш мақсадида ишлов бериш, уларни сақланишигини яхшилаш ва белгиланган талабларга мос келишини тасдиқлаш каби операциялар мажмуидан иборат бўлади. Бу босқичда хом ашёнинг бирламчи хусусиятлари ўзгармасдан қолади, чунки тайёр маҳсулотнинг янги сифати аллақачон шаклланган бўлади. Бу босқичнинг барча операциялари тайёр маҳсулот сифатини қўшимча равишда яхшилаш учун (ўраб – боғлаш, сифат градацияси бўйича навларга ажрашиш, бўяш, тамғалаш) ёки сифатни охирги назорати учун йўналтирилган.

1.3. Парфюмерия товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари.

Духиларнинг барча хиллари фақат кийим, соч ва баданга муаттар ҳид берувчи восита сифатида қўлланилади. Уларнинг таркибига 20 % кам бўлмаган композиция ва дамламалар қўшилади.⁴

Дуҳи - бу спиртли ёки сув-спиртли гул ёки фантазия йўналишидаги хушбўй ҳидли парфюмерия композициясининг аралашмаси. Духиларнинг асосий кўрсаткичлари уларнинг ҳиди, оригиналлиги ва турғунлиги ҳисобланади. Духилар ҳидининг йўналишидан қатъий назар сифати бўйича тўрт гурухга бўлинади - экстра, А, Б,.В. Консистенцияси бўйича духилар-

⁴ Ф.А.Ахмеджанова Ноозик-овқат товарлари товаршунослиги ва экспертизаси объектлари. Дарслик Тошкент 2019

суюқ қаттиқ ва кукунсимон ҳолатда, ишлатилиши бўйича - эркаклар ва аёллар учун мўлжалланган бўлади.

Ҳидининг характеристики бўйича духилар гул хидли ва мавхум (фантазийли) ҳидларга бўлинади.

Экстра гуруҳдаги духиларнинг таркибида 50% композиция ва 50 % спиртли-дамламалар бўлади. Ҳидларининг турғунлиги 50-60 соатгача сезилади.

“A” гуруҳ духиларнинг таркиби 35% композиция ва 35% спиртли дамламалардан иборат. Ҳидининг турғунлиги 40соатгача сезилади. Бу гуруҳдаги духиларнинг ассортименти 80 фоизгacha ташкил этади.

“B” гуруҳ духилари 20% композиция, 10 % спиртли дамламалар ва сувдан ташкил топган бўлади.

Одеклонлар - бу гул ва фантазия йўналишидаги хушбўй ҳидли парфюмерия композициясининг сув-спиртли эритмасидир. Улар гигиеник, оромбахш ва ҳид берувчи восита сифатида ишлатилади. Одеклонлар атиришишаларида ва аэрозолли кўринишда чиқарилади.

Одеклонлар таркиби 2- 10 %гача композициядан иборат бўлади. Уларга цитрус мойлари қўшилиши натижасида, уларнинг оромбахш ва дезинфекциялаш хусусиятлари ошади.

Одеклонлар сифат гурухи бўйича “Экстра”, “A”, “B”, “B” гуруҳларига бўлинади.

Гигиеник одеклонлар таркиби 59% спирт ва 2% композицион моддадан ташкил қилган бўлади.

Хушбўй ҳидли сувлар - гул ва фантазия йўналишидаги хушбўй ҳидли композициянинг сув-спиртли эритмаси. Улар гигиеник ва оромбахш

восита сифатида ва атиrlар бажарадиган функцияларни бажариш учун ишлатилади.

Парфюмерия наборлари бадий безатилган қутичалардаги ҳар хил парфюмерия буюмларидан тузилган. Уларга духи ёки атир номлари берилади. Масалан, “Черный ларец”, “Ромео и Джульетта”, ва бошқалар. Уларнинг идишлари ҳам бир хил тузилишига эга бўлади.

1.4.Косметика товарлар ассортименти ва истеъмол хусусиятларини шакллантирувчи омиллар

“Косметика” сўзи грекча бўлиб, безатиш “санъати” деган маънони билдиради. Ҳозирги вақтда косметика тушунчаси анча кенгайган. Ҳозир “Косметика” деб оғиз бўшлиғи, соч ва терига қарайдиган ва терининг муддатдан олдинроқ эскиришини тузатиш ва пайдо бўлишини огоҳлантириш мақсадида ишлатиладиган комплекс буюмларга айтилади. Косметиканинг асосий вазифаси соғлом танани сақлаш ва уни табиий ҳолатини янада яхшилашдан иборат.

Киши организмининг ташқи муҳит билан алоқаси тери орқали бўлади. Бу алоқа асабнинг тугаш жойлари, қон томирлар, ёғ ва тер безлари орқали амалга ошади. Шунинг учун бирор косметика воситасини танлашдан олдин терининг типини аниқлаш зарур. Терилар 4 та типга ажратилади: нормал, қуруқ, ёғли ва аралаш.⁵

Косметика товарлар ассортиментини шаклланишига ва истеъмол хусусиятларига таъсир этувчи омиллар бўлиб ишлатилган хом-ашелар хисобланади. Косметик товарлар таркибига ёғлар, мойлар, мумлар, нефтни қайта ишлаш маҳсулотлари, доривор ўсимликлар дамламаси, кимёвий моддалар, қуюлтирувчи моддалар ва витаминалар қўшилади.

⁵ Петрище Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: Учебник; - 2-е изд., испр. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006.

Ёзлар - ҳидсиз очиқ рангли ёки оқ рангли йиртқич китлар (кошолот) нинг қаттиқ массали ёғи ишлатилади. *Мойлар* олишда данакли ўсимликлардан фойдаланилади. *Нефтни қайта ишилаш маҳсулотларига* церезин, стеарин, вазелинлар киради. *Қотирудчи воситалар* сифатида кремларни қотирудчи, агар-агар ва крахмаллардан фойдаланилади. *Дамламалар* ҳар хил ўсимликлар (алоэ, ромашка, қизилпойча) дан олинади.

Косметик буюмлар ишлаб чиқариш қуйидаги операциялардан иборат: қаттиқ хом ашёларни эритиш, таркибий қисмларни аралаштириш, эриган массани фильтрлаш, таркибиға қўшиладиган моддалардан эмульсия тузиш, хушбўй ҳидлар қўшиш, олинган массани совутиш, майдалаш ва тайёр маҳсулотни қадоқлаш.

1.5. Косметика товарлар ассортименти, истеъмол хусусиятлари.

Косметика товарлар ишлатилиши бўйича уч гурухга бўлинади: шифобахш-гигиеник, декоратив ва ҳар хил косметика буюмлар.

Шифобахш-гигиеник косметика буюмлари тери, соч ва оғиз бўшлигини соғлом ҳолатда ушлаб туриш, тери ва соч нуқсонларини тузатиш учун ёрдам беради.⁶

Шифобахш-гигиеник косметика буюмлари. Шифобахш-гигиеник косметика буюмлари қуйидаги кичик гурухчаларга бўлинади: терига қараш учун воситалар, оғиз бўшлиғига қараш учун воситалар ва сочга қараш учун воситалар.

Терига қараш учун воситаларга кремлар, пудралар ва лосьонлар киради. Уларнинг номлари 300 га яқин. *Кремлар* (инглизча “қаймоқ” деган маънони билдиради) – бу қуюқ ёки суюқ муаттар ҳидли ва ёқимли

⁶ Ф.А.Ахмеджанова Ноозик-овқат товарлари товаршunosлиги ва экспертизаси объектлари. Дарслик Тошкент 2019

кўринишили ва ҳидли маҳсулот. Улар терини сақлаш, озиқлаш ва тозалаш учун қўлланилади таркиби ва консистенцияси бўйича ёғли ва эмульсионли бўлади. Ёғли кремларнинг таркиби ланолин, асалари муми ва бошқа қўшимчалардан тузилган бўлади

Эмульсион кремлар таркибидаги сувнинг қўплиги билан фарқ қиласди. *Лосьонлар* -бу тиник ёки бироз бўялган ҳар хил актив моддалар, парфюмерия композицияси ва бошқа ёқимли ҳидли моддаларнинг спиртли - сув эритмаси. Улар терини юмшатиш ва тозалаш учун мўлжалланган. *Пудралар* - порошокка ўхшаш майдаланганди минерал ва органик моддалар аралашмаси. Пудра бетни атмосферанинг заарли таъсирларидан сақлаш, тери рангини яхшилаш, уни тиник қилиш ва унга хира тус бериш учун мўлжалланган. Пудралар масса тури бўйича порошокка ўхшаш, компактли, кремга ўхшаш ва суюқ, ишлатилиши бўйича-ёғли ва қуруқ тери учун, ранги бўйича-оқдан жигарранг тусларигача бўлади.

Соқол қириш ва қирилгандан сўнг терига қараш учун воситалар. Бу гурух товарларга ҳар хил кремлар ва лосьонлар киради. Соқол қириши учун кремлар соқол олишдан олдин терини юмшатиш ва намлатиш, сувда яхши эриши, тез ва яхши кўпириши керак. Кремлар таркибига кўпинча қичитишни олдини олиш учун қўшимчалар қўшилади. Махсус лосьонлар устаралар билан соқол оловчилар учун тавсия этилади. Соқол олингандан сўнг терига қараш учун ишлатиладиган кремлар ва лосьонлар терини дезинфекция қилиш, ёқимли хид боғишилаш, юмшатиш, қичималарни тузатиш ва майда кесик жойларни тузалишини тезлатиш учун мўлжалланган.

Оғиз бўшлиғига қараш учун воситалар. Оғиз бўшлиғига қараш учун воситаларга тиш пастаси, тиш порошоги ва тиш эликсирлари киради.

Tish pastalari ассортиментда энг кўпчиликни ташкил қиласди. Тиш пастаси - бу фойдали қўшимчалар, хушбўй ҳидлар, желе (дилдироқ) ҳосил

қилувчилар ва кимёвий тоза тиндирилган бўрлардан олинган кремга ўхшаш маҳсулот. Пасталар ишлаб чиқариш учун асосий хом ашёлар сифатида бўр, глицерин, ялпиз мойи, хушбўй ҳидлар ва фойдали қўшимчалар ишлатилади. Қўшиладиган қўшимчалари бўйича пасталар гигиеник ва шифобахш-профилактик пасталарга бўлинади. Болалар учун тиш пасталари хушбўй ҳидлар ҳисобига яхши мазалиги билан ажралиб туради.

Тии элексирлари -бу актив таъсир этувчи воситалар ва хушбўй ҳидли моддаларнинг сувли-спирт эритмаси.

Сочга қараш учун воситалар. Сочга қараш учун воситалар ассортименти шифобахш-профилактик (соч ювиш воситалари, соchlарни мустахкамлаш учун воситалар) ва декоратив мақсадлар (соч учун буёқлар, сочга майинлик, ялтироқлик бериш воситалари, турмакни сақлаш воситалар) учун воситаларга бўлинади.

Сочни ювии учун воситаларга синтетик юза-актив моддалар асосида тайёрланган совунсиз шампунлар киради. Болалар учун шампунлар болаларнинг териси ва қўзининг ёшли қабиғини қичитмайдиган юмшоқ ювиш воситалар асосида тайёрланади. Ҳозирги кунда икки функцияли - ҳам сочни ювиш, ҳам сочни бўяш учун шампунлар чиқарилмоқда.

Соч буёқлари келиб чиқиши бўйича табиий ва сунъий буёқларга бўлинади. *Басма* - бу индиго баргларидан тайёрланган порошок. *Хино*-бу хино усимлик баргларини қурутиб олинган табии буёқ. Сунъий буёқлар кенг гамма рангда чиқарилмоқда. Улар ҳар қандай соchlарни ҳар қандай рангларга, шунинг билан биргаликда оқарган соchlарни ҳам бўяди. Соч турмакларини сақлаш учун кўпроқ локлардан фойдаланилади.

Декоратив косметика *Декоратив косметиканинг* асосий вазифаси кишига нисбатан диққат-эътиборни кучайтиришдан иборат, яъни унинг яхши томонларини чизиб кўрсатиши ва унча катта бўлмаган нуқсонларини

беркитишдан иборат. Декоратив косметикага лаб помадалари, киприк бўяш учун тушлар, қош бўяш учун қаламлар, тирноқ локлари, лок ювиш учун суюқликлар, лабни ялтираш учун воситалар киради. Помадалар ишлатилиши бўйича гигиеник-рангсиз, лабни шамоллашдан сақловчи ва уни юмшатувчи ва декоратив-ранг берувчи помадаларга бўлинади.

Лаб учун ялтироқлар лабни озиқлаш ва юмшатиш, ялтиратиш ва ёқимли тус бериш учун қўлланилади. *Киприк учун туши* киприкни бўяш ва узайтириш учун хизмат қиласди. *Тирноқقا қарааш* учун воситаларга пастага ўхшаш ва суюқ локлар, локларни тозалаш учун суюқликлар, тирноқни мустахкамлайдиган лосьон ва кремлар киради.

П.БОБ. ПАРФЮМЕРИЯ-КОСМЕТИКА ТОВАРЛАР АССОРТИМЕНТИНИНГ ТАХЛИЛИ

2.1. Парфюмерия-косметика товарлар бозорининг ҳолати

Бозор иқтисодиёти шароитида аҳолини кенг ассортиментдаги, сифатли истеъмол товарларига бўлган талабини қондириш муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Истеъмол бозори замонавий ҳолатининг мезони бўлиб, бозорни товарлар билан тўлдирувчи манбалар ҳолати, ўз навбатида бозорни тўйинганлигини аниқловчи талаб ва таклифнинг нисбати, талаб қондирилиш даражаси, ассортиментнинг кенглиги, тўлиқлиги ва тузилиши, товар сифати хизмат қилиши мумкин. Бозорни товарлар билан тўлдирувчи манбалар бўлиб, таклифнинг кенглиги ва характеристини белгилайдиган республикамиз саноат корхоналари томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулотлар, ҳамда импорт қилинган товарлар ҳисобланади. Ассортиментни тузилишида сўнги йилларда Республикаизда ишлаб чиқаришнинг кескин ривожланиши ва импорт товарлар ҳиссасининг пасайиши қўзатилмоқда. Истеъмол бозорида маҳаллий товарлар ҳажмининг ошишига қуидаги сабаблар мавжуд:

- маҳаллий саноат корхоналарининг реконструкция қилиниши ва модернизациянинг амалга оширилиши, янги технологияларнинг жалб қилиниши-товар ассортименти ва ҳажмига таъсир қилди;
- хорижий инвесторларга яратилган иқтисодий муҳит. Натижада аксарият саноат корхоналарига хорижий инвестициялар киритилиб, фаолиятини тиклаб олишга эришилди;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликка берилаётган эътибор ва имтиёзлар натижасида ялпи ички маҳсулот таркиб ва миқдор жиҳатдан қўпайишига олиб келмоқда.

- Парфюмерия-косметика товарлар бозорини ўрганиш натижасида шу нарса маълум бўлдики, истеъмолчилар Россияда ишлаб чиқарилган косметика товарларини афзалроқ кўришмоқда. Бунга сабаб: биринчидан Европа ва АҚШ мамлакатларида ишлаб чиқарилган маҳсулотларга нисбатан нархларнинг ўрта даромадли истеъмолчиларга тўғри келиши бўлса, иккинчидан маҳсулотнинг сифати талаб даражасида бўлишидир. Парфюмерия-косметика бозорини ўрганиш натижасидан маълум бўлишича истеъмолчиларни З гурухга бўлиш мумкин: -юқори даромадли, асосан фирма дўконларидан машхур брендли маҳсулотларни харид қилишга интилиб нархига эътибор бермайдиган истеъмолчилар;
- -ўрта даромадли истеъмолчилар, парфюмерия-косметика товарларини оддий дўконлардан, реклама ҳамда мутахассисларнинг баҳоларига эътибор бериб, ўрта нархдаги маҳсулотларни харид қиласиган истеъмолчилар;
- -кам таъминланган истеъмолчилар, парфюмерия-косметика товарларнинг сифатига унча эътибор бермасдан, паст нархдаги кундаликда зарур бўлган атири совун, тиш пастаси, шампун каби косметика товарларини харид қиласиган истеъмолчилар.

Парфюмерия-косметика товарларига бўлган талабнинг ўсиши: аҳолининг яшаш турмуш тарзи, маданияти, ассортиментининг кенглиги, урф-одат ва бошқа омилларга боғлиқ. Жиззах бозорларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини ўрганиш мақсадида “LACOSTA” ва “Париж” дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини ўрганиб чиқдим.

**Жиззах тижорат дүконларида сотилаётган парфюмерия
товарлар ассортименти.**

“Люкс” тоифадаги парфюмерия товарлар ассортименти.

Номланиши	Тури	Ишлаб чиқарилған корхона.	Ишлаб чиқарилған давлати	Хажми
“NOA”	PARFYUM Атир	“L ‘Oreal”	Франция	50 мл
“Dolce & Gabbana”	EAY DE TOILETTE	“Dolce & Gabbana”	Италия	100 мл
“Chanel № 5”	PARFYUM Атир	“Chanel”	АҚШ	35 мл
“Kenzo (flower by Kenzo)	EAY de PARFYUM	“Kenzo Parfums”	Франция	100 мл
“S.T.Dupont”	EAY de PARFYUM	“S.T.Dupont”	Франция	100 мл
“BULGARY BLY NOTTE”	EAY de PARFYUM	“Bulgari Parfums”	Болгария	80 мл
Dior Voyage La collection “I Dior”	EAY DE TOILETTE	“DIOR”	Франция	100 мл

“Ultraviolet” paco rabanne	EAY de PARFYUM	“Paco rabanne”	Франция	100 мл
-------------------------------	-------------------	-------------------	---------	--------

2-жадвал

« Масс-маркет» тоифадаги парфюмерия товарлар ассортименти.

Номланиши	Тури	Ишлаб чиқарылган корхона	Ишлаб чиқарылган давлати	Хажми
“Aroma-Abcolu”	EAY de PARFYUM	“Jeanee Arthess Parfums”	Франция	100 мл
“Acqua Di Gio”	EAY DE TOILETTE	“Giorgio Armani Parfums ”	Франция	100 мл
“Iceberg Twice”	PARFYUM	“Parfums Iceberg Twice ”	Франция	35 мл
“GHIA”	EAY de PARFYUM	“Carlo Bossi ”	Франция	100 мл
“Remy”	EAY DE TOILETTE	“Remy Marquis”	Франция	100 мл
“O.K.”	EAY DE TOILETTE	“Uitra Lux Corp. LTD”	Хитой	100 мл
“Blak real”	EAY de	“Uitra Lux	Хитой	100 мл

	PARFYUM	Corp. LTD”		
“ Sinorita”	EAY de PARFYUM	“Original Parfum Inc”	Франция	75мл

З-жадвал

Сочни бўяш учун мўлжалланган косметика товарлар ассортименти

Номланиши	Мақсадли ишлатилиши	Ишлаб чиқарган корхона.	Ишлаб чиқарган давлат	Хажми
“Garnier Color Naturals”	Сочни бўяш учун	“Garnier”	Франция	100 мл
“Blondex”	Сочни бўяш учун	Литар Косметик	Украина	35 гр
“Palette”	Сочни бўяш учун	“Schwarzkopf & Henkel”	Германия	100 мл
“Prestige”	Сочни бўяш учун	МЧЖ “Роза Импекс”	Болгария	100 мл
“Acme color” “Рябина”	Сочни бўяш учун	МЧЖ “ЭКМЕ”	Украина	100 мл
“Славия”	Сочни бўяш учун	“Славия”	Украина	100 мл
Хна “Sanam”	Сочни бўяш учун	“ВАНТ RAWAN”	Эрон	50 гр
Хна “Айназ”	Сочни бўяш учун	“NARQOL VAZAKO”	Эрон	30 гр

Гигиеник- даволовчи косметика товарлар ассортименти

(Шампунлар ассортименти)

Номланиши	Мақсадли ишлатилиши	Ишлаб чиқарган корхона.	Ишлаб чиқарган давлат	Хажми
“Head & Shoulders”	Сочни парвариши учун	“Procter & Gamble”	Франция	200 мл
“Wash & Go”	Сочни парвариши учун	“Procter & Gamble”	Франция	200 мл
“Dove”	Сочни парвариши учун	“Unilever”	Польша-Россия	200 мл
“Sunsilk”	Сочни парвариши учун	“Unilever”	Польша-Россия	200 мл
“Русское поле”	Сочни парвариши учун	“Фратти косметик”	Россия	350 мл
“Ласковая мама”	Болалар учун	“Фратти косметик”	Россия	100 мл
“Радужный чайчик”	Болалар учун	“Фратти косметик”	Россия	100 мл
“Pantene Pro-V”	Сочни парвариши	“Procter & Gamble”	Франция	200 мл

	учун			
“Shauma”	Сочни парвариши учун	“Schwarzkopf”	Германия	250мл
“Фруктовкй рай”	Барча турдаги сочлар учун	“Паллада-Восток”	Ўзбекистон	250 мл
“Эдельвейс”	Барча турдаги сочлар учун	“Паллада-Восток”	Ўзбекистон	250 мл
“Южная ночь”	Барча турдаги сочлар учун	“Паллада-Восток”	Ўзбекистон	200мл

5-жадвал

Оғиз бўшлиғига қарашиб учун гигиеник- даволовчи косметика

товарлар ассортименти

Номланиши	Мақсадли ишлатилиши	Ишлаб чиқарган корхона.	Ишлаб чиқарган давлат	Ҳажми
‘Pepsodent’’	Нозик тишлар учун	‘Unilever’’	Хиндистон	120 гр
‘Colgate’’’	Гиш парвариши учун	‘Colgete Palmolive Manufacturing Limited’’	Туркия	130 гр
‘Blend-a-med’’	учун	‘Procter& Gamble’’	Хиндистон	75 гр
‘Кедровкй бальзам’’	Гишни даволовчи	‘Торн-Косметик’’	Россия	130гр

“Фтородент”	Гишни тарвариши учун	“Весна”	Россия	100гр
“Colgate”	Гиш бактериясига карши	“Colgete Palmolive Manufacturing Limited”	Турция	100 гр
“Pepsodent”	Гишни тарвариши учун	“Unilever”	Турция	50 гр

6-жадвал

Терини парвариши учун гигиеник- даволовчи косметика товарлар ассортименти

Номланиши	Мақсадли ишлатилиши	Ишлаб чиқарган корхона.	Ишлаб чиқарган давлат	Хажми
Крем “Чёрный жемчуг”	Нозик терини парвариши учун	“ОАО Концерн Калина”	Россия	50 мл
Крем “Чистая линия”	Юз терисини парвариши учун	“ОАО Концерн Калина”	Россия	100 мл
Крем “Природная аптека”	Юз терисини парвариш учун	“ОАО Свобода”	Россия	40 мл
“Бархатные ручки”	Қўл терисини парвариши учун	““ОАО Концерн Калина””	Россия	80 мл

Крем “Лимон”, “Облепиха”, “Ромашка”	Тери парвариши учун	“Палада - Восток”	Узбекистон	50 гр
“Детский”	Болалар учун	“ОАО Свобода”	Россия	45 мл
Крем “Nivea”	Тери парвариши учун	“Beiersdorf”	Германия	100 гр

7-жадвал

Атир совунлар ассортименти

Номланиши	Ишлаб чиқарган корхона.	Ишлаб чиқарган давлат	Хажми (вазни)
“Palmolive”	“Colgete Palmolive Manufacturing Limited”	Туркия	125гр
“Camey”	“Procter& Gamble”	Хиндистон	100 гр
“Абсолют”	“ОАО Весна”	Россия	90 гр
“Duru”	“Evyap”	Туркия	250 гр
“Fax”	“Unilever”	Туркия	250гр
“Детское”	“Свобода”	Россия	90гр
“Dove”	“Unilever”	Туркия	100гр

“ Цветы весны”	“ОАО Весна”	Россия	90гр
----------------	-------------	--------	------

2.2.Парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг таҳлили

Бозор муносабатларининг равнак топишида, эркин рақобат ва аҳоли турмуш фаровонлигини таъминлашда тижорат фаолиятини ташкил этиш, тижорат соҳасидаги изланишларнинг моҳиятига, мазмунига ва йўналишига асосланади. Тижорат экспертизасининг ялпи тижорат фаолиятини ташкил этишда, уни бошқаришда, режалаштиришда ва назорат этишда муҳим аҳамиятга эга бўлиши замонавий тижорат назариясининг асосий хусусиятларидан бири сифатида намоён бўлмоқда.

Тижорат экспертизасини юқори даражада ташкил этилиши, уларнинг кўлами, таҳлилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланиладиган услублар йиғиндиси, бевосита корхонани тижорат стратегиясини белгилашда, амалга оширишда дастлабки босқич “таянч нуқта” хисобланади. Истеъмол бозори тобора янги товарлар ва хизматлар билан бойиб бораётган бугунги шароитда янги имкониятларни аниқлаш ва улардан оқилона фойдаланишда тижорат экспертизасининг аҳамияти кун сайин ортиб бормоқда. Ўзбекистонда иқтисодий ислоҳатларни чуқурлаштириш жараёнининг асосий шартлари ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар рақобатдорлигини таъминлаш, ишлаб чиқарувчилар ва харидорлар ўртасида муносабатларини самарали шакл ва услубларда ташкил этишдан иборат. Истеъмол бозорини ўрганишда, товарларнинг мавқейини, товар ассортиментининг кенглиги, харидор талаби, маҳаллий бозорда импорт товарларнинг ўрни ва рақобатчилар ҳақида маълумот олишда тижорат экспертизасининг аҳамияти бениҳоят каттадир. Тижорат экспертизасини ўтказиш асосида истеъмол бозордаги товарлар харакатини ўрганиш имкони туғилади. Товарларнинг тижорат экспертизасини ташкил

етишда бирқанча услубларидан фойдаланилади. Айникса, кузатш, эксперемент, сўров ва гуруҳли баҳс услублари кенг кўлланилади. Лекин улар асосида ахборотни йиғиш воситалари, қуроллари танлов тартиби турлича бўлиши мумкин. Кузатиш-бирламчи ахборот олишда кўп кўлланиладиган услуг ҳисобланади. У мутахассисларниг тегишли муаммо бўйича шахсий кузатишлари баҳолаш ишлари, умумлаштиришлари асосида амалга оширилади. Сўров услуби тадқиқотда ўрганилаётган объективининг моҳияти, интилиш хусусиятлари борасида кўпроқ маълумот тўплашда кўп кўлланилади. Эксперемент-тадқиқотларда муқобил деб белгиланган йўналишлар бўйича истакдаги амалий холатни вужудга келтириш ва бу асосда самарали бўлган йўналишга таъсир этувчи омилларни аниқлашга асосланади. Гуруҳли баҳс услуби тадқиқотларда мураккаб ва долзарб мавзу бўйича етакчи мутахассисларниг гурух тарзидаги сұҳбатини, мунозараларини ва бу асосида ишлаб чиқарилиган умумий таклифларни ишлаб чиқаришига таянади. Биз ўз тадқиқотимизда товарларниг тижорат экспертизасини кузатиш услубининг танлама кузатиш турини танлаб олдик. Танлама кузатиш тижорат экспертизасида кўпроқ кўлланиладиган услуг ҳисобланади. Танлама кузатиш бир неча афзалликларга эга: биринчидан, танлама кузатишда йиғиладиган маълумотлар тез фурсатларда амалга оширилади. Иккинчидан, танлама кузатиш йўли билан оладиган ахборот мажмуанинг кўп қирраларини ва хусусиятларини атрофлича ўрганиш имконини беради. Учинчидан, танлама кузатишда рўйхатга олинувчилар микдори нисбатан кам бўлганлиги сабабли, тадқиқот объективини тайёрлаш, у билан мустаҳкам алоқа ва қайта алоқа ўрнатиш имкони бирмунча юқори бўлади. Бугунги кунда рақобатбардош, сифатли маҳсулотларни ўз юртимизда ишлаб чиқариш, ички истеъмол бозорини маҳаллий ҳалк истеъмол товарлари билан тўлдиришга алоҳида эътибор берилмоқда. Хусусан, маҳаллий шароитда истеъмол товарларини ишлаб чиқаришни рағбатлантириш мақсадида кенг қўламли солиқ имтиёзлари жорий этилди. Улгуржи ва

чакана савдони тартибга солиш, республикамиз худудида улгуржи савдо бозорлари, дўконлар, умумий овкатланиш ва майший хизмат корхоналари тармоқини ривожлантиришга қаратилган бир қанча муҳим қарорлар қабул қилинди. Шунга қарамасдан ҳали ҳамон ички истеъмол бозорида сотилаётган парфюмерия-косметика товарларининг деярли яримини хорижнинг буюмлари эгаллаб келмоқда.

Парфюмерия- косметика товарлари кундалик эҳтиёж товарлари гуруҳига мансуб бўлиб, замонавий ассортиментни мингдан ортиқ атиր, одеколон, гигиеник ва рангли косметика товарларни ўз ичига олади. Парфюмерия-косметика товарлар бозорининг таҳлилидан маълум бўлишича: хозирги кунда Ўзбекистон бозорларида парфюмерия-косметика товарлари ассортименти жуда кенг бўлиб, махаллий саноат корхоналарида ҳамда бошқа Россия, Польша, Франция, Туркия давлатларида ишлаб чиқарилган парфюмерия-косметика товарлари ассортиментидан ташкил топган. Парфюмерия товарлари орасида қуйидаги машҳур Европа “Chanel” (Франция), ”Dolce Cabana” (Италия), ”Dior”(Франция) корхоналарининг ҳамда косметика товарларидан ”L'oral”(Франция), ”Procter&Camble” (АҚШ), ”Чёрный жемчук” (Россия)” маҳсулотларига талаб катта эканлиги аниқланди. Парфюмерия-косметика товарларнинг нархи асосан парфюмерия-косметикани ишлаб чиқаришда ишлатиладиган хом-ашё, маҳсулотнинг ҳажми, ҳамда ишлаб чиқарилган давлатига боғлик эканлиги маълум бўлди.

Дўконларда сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини ”Масс-маркет” ва ”Люкс” тоифадаги парфюмерия-косметика товарлари ташкил этмоқда. ”Масс-маркет” тоифадаги парфюмерия-косметика товарлар ассортименти асосий улушкини ташкил этмоқда. ”Люкс” тоифадаги парфюмерия товарлар ассортиментини асосан қуйидаги маҳсулотлар: ”NOA” хушбўй суви,”Dolce & Gabana” хушбўй суви (Италия)” Chanel № 5” парфюмерия суви (Франция), Франциянинг

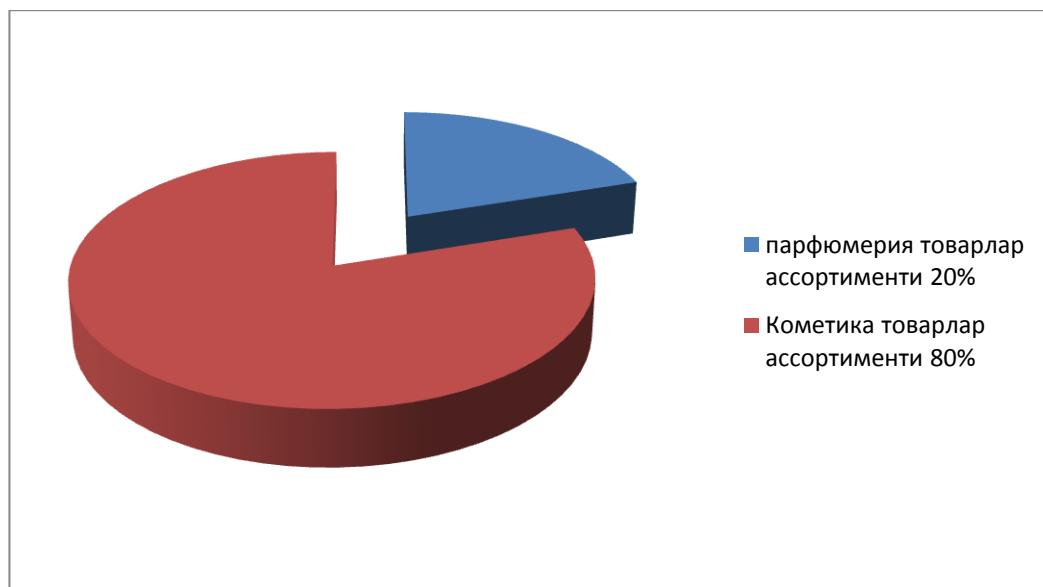
”Keuro parfum” компанияси махсулоти, ”Flower by Keuro” парфюмерия суви, Италиянинг ”Bulgary parfunis” компанияси махсулоти ”, BLY NOTTE” парфюмерия суви, Франциянинг ”S.T.Pupont” компанияси махсулоти, ”Ultraviolet” ва ”Paco Rabanne” парфюмерия суви ташкил қиласди.” Люкс” тоифадаги парфюмерия товарлари нархи асосан юқори бўлганлиги сабабли истеъмолчиларнинг юқори даромадли харидорларига мўлжалланган.

Парфюмерия-косметика товарларига бўлган талабнинг ўсиши: аҳолининг ўсиши, аҳолининг яшаш турмуш тарзи, маданияти, ассортиментнинг кенглиги, урф-одат ва бошқа омилларга боғлиқ. Жиззах бозорларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини ўрганиш мақсадида “LACOSTA” ва “Париж” дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментини ўрганиб чиқдик. Парфюмерия-косметика товарлар бозорининг таҳлилидан маълум бўлишича: хозирги кунда Ўзбекистон бозорларида парфюмерия-косметика товарлари ассортименти жуда кенг бўлиб, махаллий саноат корхоналарида ҳамда бошқа Россия, Польша, Франция, Туркия давлатларида ишлаб чиқарилган парфюмерия-косметика товарлари ассортиментидан ташкил топган.

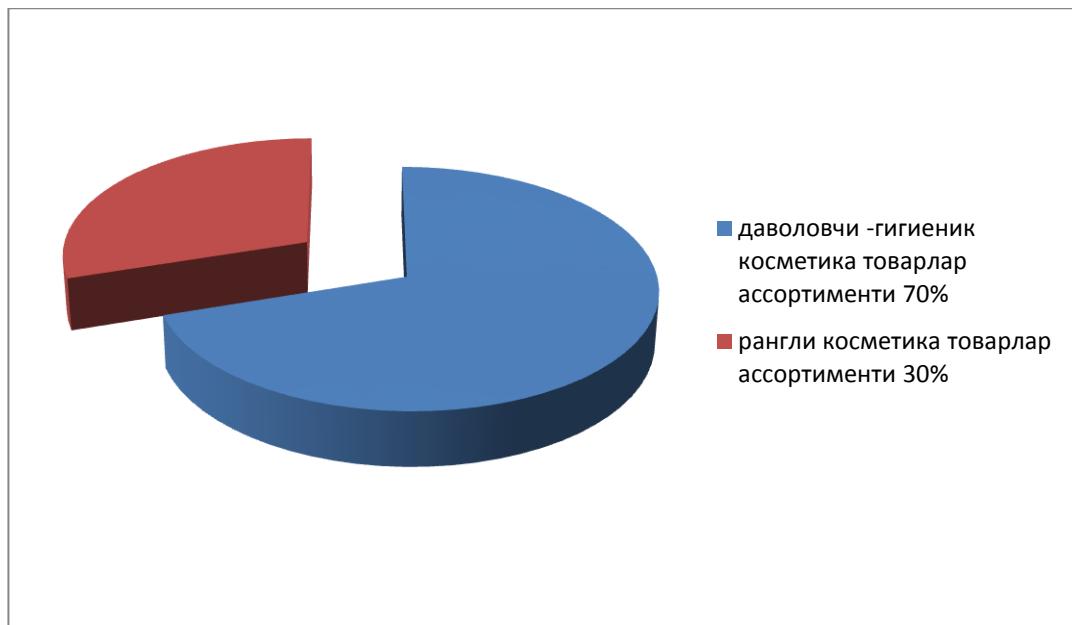
Парфюмерия-косметика товарларнинг нархи асосан парфюмерия-косметикани ишлаб чиқаришда ишлатиладиган хом-ашё, махсулотнинг ҳажми, ҳамда ишлаб чиқарилган давлатга боғлиқ эканлиги маълум бўлди. Жиззах тижорат дўконларида сотилаётган парфюмерия товарлар ассортименти жуда кенг бўлиб, мураккаблик гурухи, мақсадли ишлатилиши, ҳажми, ишлаб чиқарилган жойи ва давлати, қадоқланиши ҳиди ва ҳидининг турғунлиги бўйича гурухланади. Дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича таҳлили шуни кўрсатдики, парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг 20% ни парфюмерия товарлар ассортименти,

80%ни косметика товарлар ассортименти ташкил этмокда (1-диаграмма).

Сотилаётган косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича тахлили шуни кўрсатдик, ассортиментининг -70% ни даволовчи- гигиеник косметика товарлар ассортименти ташкил этаётган бўлса, 30% ни рангли косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда.



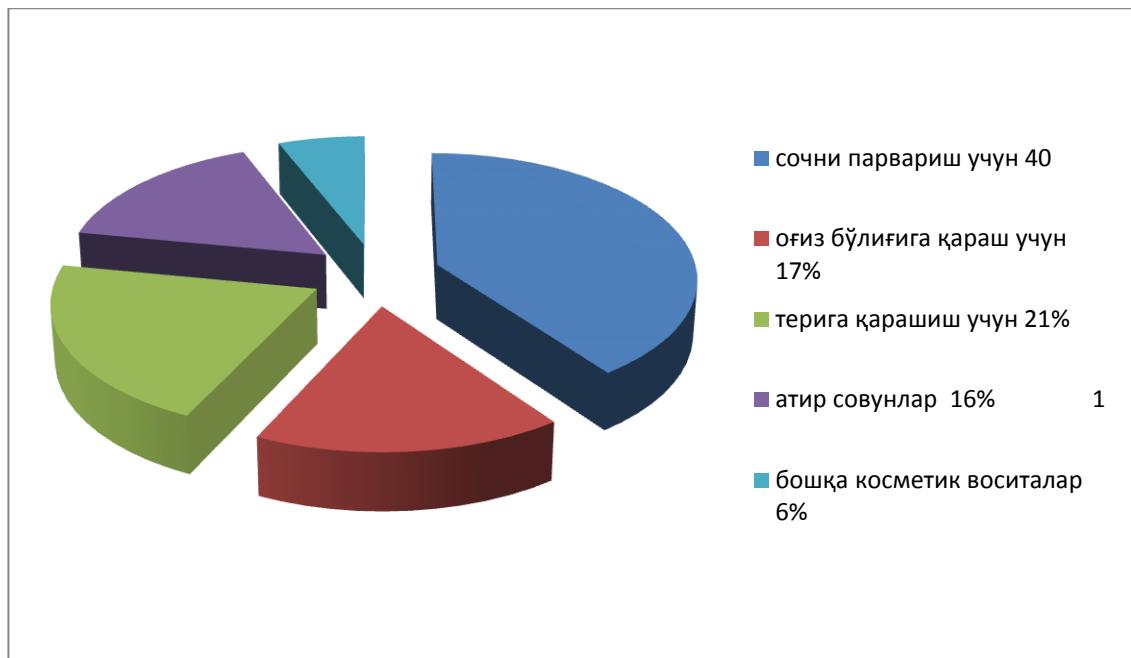
1- диаграмма. Парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича улуши



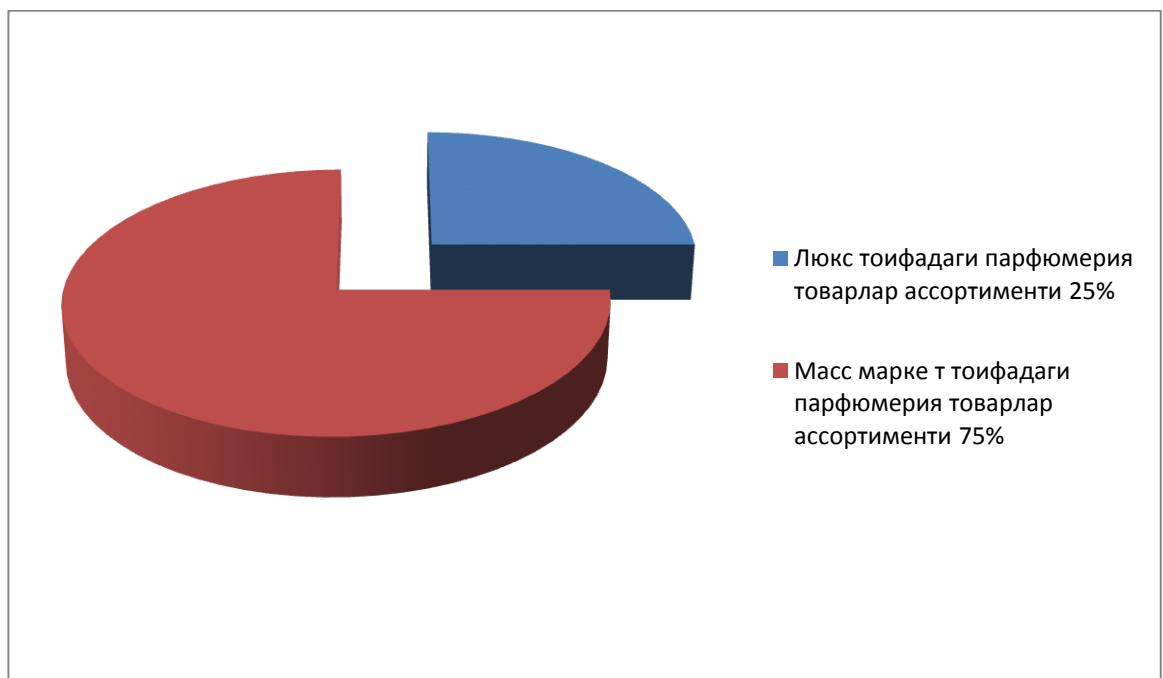
2- диаграмма. Косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича улуши.

Даволовчи-гигиеник косметика товарлар ассортименти ўз навбатида мақсадли ишлатилиши бўйича, сочни парвариш қилиш учун, терини парвариш қилиш учун, оғиз бўшлифининг гигиенаси учун, соч-соқол олиш учун мўлжалланган косметика товарлар ассортиментини ўз ичига олади.
(3- диаграмма).

Дўконларда сотилаётган парфюмерия товарлари ассортиментининг мураккаблик гуруҳи бўйича таҳлили шуни кўрсатдик: сотилаётган парфюмерия товарлар ассортиментининг 75% ни “масс-маркет” тоифадаги, яъни ўрта нархдаги ўрта даромадли истеъмолчилар учун мўлжалланган парфюмерия товарлари ташкил этмоқда. Қолган ассортиментининг 25% ни “Люкс” тоифадаги, яъни даромади юқори бўлган истеъмолчилар учун мўлжалланган нозик ҳидли, мураккаб дизайнли парфюмерия товарлари хамда парфюмерия тўпламлари ташкил этмоқда. (4- диаграмма)



3 диаграмма. Даволовчи-гигиеник косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича улуши.



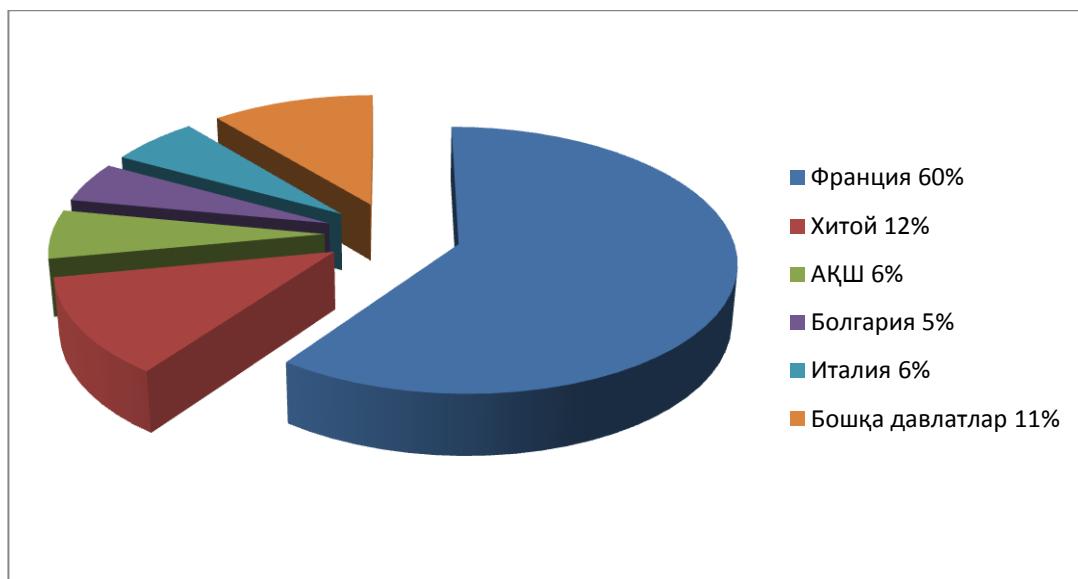
4- диаграмма. Парфюмерия товарлар ассортиментининг мураккаблик гурухи бўйича улуши

Сотилаётган косметика товарлар ассортиментининг мураккаблик гурухи бўйича таҳлили шуни кўрсатдики косметика товарлар ассортиментининг 70% «масс-маркет» тоифадаги, ўрта ва паст даромадли истеъмолчилар учун мўлжалланган косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда. Сотилаётган 30% косметика товарлар ассортиментини юқори даромадли истеъмолчилар учун мўлжалланган мураккаб дизайнли турли мақсадларда ишлатиладиган косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда.(5- диаграмма)

Парфюмерия косметика товарлар ассортиментини шакллантирувчи асосий белгилардан бири бўлиб, парфюмерия-косметика товарларининг ишлаб чиқарилган давлати хисобланади. Дўконларда сотилаётган парфюмерия товарлари ассортиментини ишлаб чиқарилган давлати бўйича таҳлили шуни кўрсатдики, парфюмерия товарларининг 60% -Франция давлатида ишлаб чиқарилган парфюмерия товарлари ташкил этмоқда, 6% - Италияда, 6% - АҚШ мамлакатида, 12% Хитойда, 5%- Болгарияда давлатида ва 11% -бошқа давлатларда ишлаб чиқарилган парфюмерия товарлари ташкил этмоқда. (Парфюмерия товарларининг тамғасида кўрсатилиши бўйича.) (6- диаграмма).



5- диаграмма. Косметика товарлар ассортиментининг мураккаблик гурухи бўйича улуши



6- диаграмма. Парфюмерия товарлар ассортиментининг ишлаб чиқарилган давлати бўйича улуши



7- диаграмма. Косметика товарлар ассортиментининг ишлаб чиқарилган давлати бўйича улуши

Сотилаётган косметика товарларнинг ишлаб чиқарилган давлати бўйича тахлили шуни кўрсатдик, косметика товарлар ассортиментининг 30% -Россияда ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти, 17% -

Туркия давлатида ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти, 10% -Францияда ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти, 7% -Германияда ишлаб чиқарилган товарлар ассортименти, 12% - Узбекистонда ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда (косметика товарларининг тамгасининг малумоти бўйича (7- диаграмма.)

**Ш.БОБ.ПАРФЮМЕРИЯ-КОСМЕТИКА ТОВАРЛАР
АССОРТИМЕНТИНИНГ СИФАТ ЭКСПЕРТИЗАСИ.**

**3.1.Парфюмерия-косметика товарларнинг сифат кўрсаткичлари
ва уларни баҳолаш усуллари.**

Парфюмерия товарларининг асосий сифат кўрсаткичлари бўлиб, парфюмерия товарларнинг ташқи қўриниши, ранги, хиди, хидининг турғунлиги, тиниқлиги, таркибида бўлган спиртнинг миқдори, композицион моддалар миқдори хисобланади.

1. Парфюмерия товарларнинг ташқи қўриниши, (ранги) ГОСТ -29188.0-91 (Определение внешнего вида и цвета парфюмерных жидкостей) бўйича баҳоланди.

Парфюмерия товарларнинг ранги хамда ташки қўринишини ёркин ёруғлик таъсирида кўриш билан баҳоланади. Парфюмерия товарлар ёруғ ўтмайдиган шишага кўйилган бўлса, уни 20-30 мл ни стакан ёки пробиркага солиб, ёруғ свет таъсирида ранги хамда тиниқлиги аниқланиб стандартда кўрсатилган натижалар билан солиштирилади.

2.Парфюмерия товарлар ҳидини аниқлаш . ГОСТ 29188.091 (Методы оценки запаха парфюмерных жидкостей) асосида баҳоланди. Стандарт талабига кўра, парфюмерия товарлар ҳидининг турини аниқлаш учун 10x160 мм коғозни парфюмерия суюқлигига ботириб олиб, сўнгра органолептик усулида ҳидини бир неча маротаба ҳидлаш натижасида ўсимлик ёки мавҳум ҳидли эканлиги аниқланади

3.Парфюмерия суюқлиги ҳидининг турғунлигини аниқлаш. ГОСТ 17237-93 (Изделия парфюмерные жидкие. Метод оценки устойчивости запаха) келтирилган усул бўйича аниқланади. ГОСТда кўрсатилган усул бўйича парфюмерия суюқлиги пиёлага солинади. Олдиндан тайёрлаб қўйилган , яни иссиқ сувда совунсиз ювиб қуритилган

5x10 см оқ бўз тасмачаси солинади, парфюмерия суюқлигини шимиб олингандан сўнг, пиёла ичидан сикмасдан қисқич билан олиниб 15-20⁰ С бўлган хона ҳароратида қуритилади. Қуритилган тасманинг ҳиди ҳар 10 соатда органолептик усулида баҳолаб турилади ва ҳиднинг турғунлик вақти аниқланади.

4. Парфюмерия суюқлигининг тиниқлигини ГОСТ-17237-93(Изделия парфюмерные жидкие. Метод оценки прозрачности парфюмерной жидкости) бўйича аниқланди. Цилиндирли пробиркага 10-20 см³ парфюмерия суюқлиги қуюлади. Пробирка ичига термометр солиб оғзи беркитилади (термометр тўпичаси бутунлай суюқликга ботиб туриши керак) Пробиркадаги парфюмерия суюқлиги 5⁰С гача, муз ва туз аралашмаси билан совитилади. Парфюмерия суюқлигини муз ва туз аралашмасидан олиб, яхшилаб силкитиб қуёш нури таъсирида ёки электр лампа ёруғида қўрилади.

5. Парфюмерия суюқлигига композицион модданинг миқдорини аниқлаш ГОСТ 17237-93 (Общие технические условия. Изделия парфюмерные жидкие. Метод определения количества композиционных веществ.)

Одеколон ва парфюмерия суви 10 см³ пипетка ёрдамида олиниб куруқ цилиндирга солинади, уни штативга қўйиб маҳкамланади, устига 5 см³ толуол ёки ксилол эритмаси ва 20 см³ дистирланган сув солиб, 80⁰С гача қиздирилади, унинг устига 15% ли натрий хлор эритмаси солинади ва 30-40мин ўрта ҳароратли хонада сақланади. Композицион моддаларнинг миқдори қуйидаги формула асосида ҳисоблаб чиқилади

$$X_1 = \frac{(V - V_1) \cdot 100 \text{ xd}}{(V_2 \cdot xd)}$$

V-толуол ва ксилол экстрактининг миқдори см³

V₁-ксилол ва толуолнинг миқдори см³

V₂-парфюмерия суюқлигининг миқдори см³

3.2. Парфюмерия-косметика товарлар сифатига кўйиладиган талаблар

Парфюмерия товарлар сифатига кўйиладиган талаблар.

Парфюмерия товарлар таркибида механик аралашмалар бўлмаслиги ва 5^0 С температурада турганида кўзга кўринарли даражада лойқаланмаслиги лозим. Кийим-кечакларни ювганда парфюмериядан кетмайдиган доғ қолмаслиги керак. Парфюмерия шишалари бадиий безатилган бўлиши, кутилар чиройли ясалиши зарур. Қути ичидаги катақчалар унга жойланадиган парфюмерия идишининг шаклига ва катталигига мос бўлиши керак.⁷ Ҳарорат кўтарилигдан атири ва одеколонларнинг ҳажми кенгаяди,.шунинг учун атири ва одеколон шишага куйилганида шиша сифими камида 4% гача тўлдирилмайди. Парфюмерия товарлари солинган идиш ва шишаларни оғзини маҳкам бекитиш керак, хаво кислороди таъсирида таркиби ўзгаради. Шунинг учун шишаларнинг қопқоқлари шиша оғзига зич киритилиб, имкон борича бураб беркитилиши керак.

Маркалаш. Атири ва одеколон шишаларига буюмнинг номи ва ишлаб чиқарувчининг бренди ёки маркаси ёзилган ва чиройли қилиб безатилган қоғоз ёки фольга этикеткалар ёпиштирилади.Этикетканинг орқа томонида маҳсулотнинг чиқарилган санаси, сертификатлаштиришдан ўтганлиги ҳакида мувофиқлик белгиси, штрих ёки дресс коди, ишлаб чиқарилган жойи, ҳажми, композицион моддасининг миқдори кўрсатилиши керак. “Люкс” тоифадаги духи ва одеколонлар чиройли қилиб ясалган картон хилофларга солиб кўйилиши керак.

Косметика товарлар сифатига бўлган талаблар. Косметика товарлари ҳар бир маҳсулотнинг бажарадиган вазифасига мос бўлган сифатли материаллардан ишланиши, безарар бўлиши ва гигиеник ҳамда косметик талабларга жавоб бериши керак. Крем терини

⁷ Ф.А.Петрише Экспертиза товаров М: Экономика 2010.

яллиқлантирмайдиган ва безарап материаллардан ташкил топган, техник шартларда күрсатилган консистенцияда, бир жинсли күринишда, юмшоқ, ипир-ипир қуықаларсиз бўлиши ва терига бир текисда силлиқ ёпишиши керак. Упа қуруқ бўлиши, терини яхши қоплаши, унга яхши сўрилиши, ёпишиб текис, силлиқ ва юпқа қават ҳосил қилиши лозим. Порошоксимон упа жуда майда тўйилган, компакт упа-пухта пресланган бўлиши, секин босиб кўрганда уваланиб кетмаслиги ва ишқалаганда пахтага ёки момикقا юқиши керак. Тиш порошоги хушбўй ялпиз ҳидли, ушлаб кўрганда майнин бўлиши керак. Тиш пастаси ёқимли ҳидли ва оғиз бўшлигини совитадиган ялпиз мойи таъми келадиган, кремсимон бир жинсли масса кўринишида бўлиши керак. Тиш элексири лойқасиз, тиник, хушбўй ҳидли бўлиши керак. Бриолин кремсимон консистенцияли, ибир жинсли масса кўринишида хумоқлашмаган хушбўй ҳидли бўлиши лозим. Ўсимлиг косметик мойлари (репейное масло) тиник, чўқиндисиз ўзига хос рангли, хиди ёқимли бўлиши керак. Совун порошоги, соч-сокол қириш учун мўлжалланган крем сувда осонликча эрийдиган, тез ва яхши кўпирадиган кўпиги анчагача ўчмайдиган ҳиди ёқимли бўлиши зарур. Суюқ совун таркибида 20% алифатик кислоталар бўлиши, тиник, чўқиндисиз, ёқимли ҳидли ва шишадан осон қуайлайдиган бўлиши керак. Соч бўёғи сочни талаб этилган рангга беками қўст, бир хил бўядиган бўлиши лозим. Лаб помадасининг коплаш хусусияти яхши, ранги кўнгилдагидек бўлиши, осонликча, бир тексда суртилиб силлиқ парда ҳосил қилиши, безарап ва увадаланиб тушмайдиган бўлиши, лабга суртгач эриб кетмаслиги лозим. Кош бўядиган қаламлар интенсив бўялган, қошга биртексда суртилиши, ялтирамаслиги керак. Киприк бўядиган туш каттиқ бўлиши, мурт бўлмаслиги, киприкларни бир хил рангга бўяши ва уларга бир тексда тушиши керак. Юзни кизартирадиган бўёқ (румяна) тиник, пушти ранг, яхши қоплаш хусусиятига эга бўлиши лозим. Грим яхши қоплаш хусусиятига эга бўлиши, терида бир текисда ётиши, керакли тусдаги қатлам ҳосил қилиши, ялтирамайдиган бўлиши, терига суртилгач эриб

оқиб тушмаслиги лозим. Тирноқ лаки лойқасиз ва чўқиндисиз, ранги тоза, тирноқда қотиб қолган лак пардаси тиник бўлиши ва ювганда кетмаслиги керак. Лакни кетказадиган суюқлик лак пардасини осонликча эритадиган, рангиз, тиник, ва чўқиндисиз бўлиши лозим. Косметика товарлари бир сортда чиқарилади. Упа сифими турлича (12 дан 135 г гача) бўлган картон коробкаларда чиқарилади. Коробкалар хилма-хил шаклда: юмалоқ, овал, ярим овал, тўрт бурчак шаклида бўлади. Упанинг энг яхши турлари каробкаларга оқ коғоз ёпиштириб қўйилади. Кремлар консистенциясига ва номига қараб, шиша, пластмасса ва тунука банкаларда ҳамда металл тюбик (хилоф)ларда чиқарилади. Крем солинган банкалар қопқоқли, тюбиклар эса бураб бекитиладиган қопқоқчали бўлади. Қопқоқли банкалар, крем, банка ичига хаво кирмайдиган қилиб ва бўш жойлар қолдирмасдан тўлдирилиши, тюбикларда эса бўғигача етиб туриши керак. Банка ичидағи кремнинг юзида пергамент ёки парафинланган қоғоз ёхуд фольга қистирма бўлиши шарт.

Тиш порошоги ҳажми 70,80,95 ва 136 cm^3 бўлган картон ва металл қутичаларда чиқарилади; тиш пастаси металл тюбикларида 33 -150 г оғирлигида, тиш элексири эса ҳажми 50 cm^3 бўлган шишаларда чиқарилади.

Соч-соқол олишда ишлатиладиган совун порошоги картон қутичаларда (соф охирлиги 50 г) чиқарилади; соч-соқол креми металл тюбикларда 40 ва 50 г оғирликда чиқарилади. Лаб помадаси картон пластмасса ва металл хилофларда (пеналларда), қош бўяйдиган қаламлар хилофларда, тушъ пластинкалар картон қутичаларда чиқарилади; юзни қизартирадиган бўёк (румяна) турига қараб бошқа косметика моллари каби жойланади; грим-картон қутичаларда, тирноқ бўяйдиган лак ва лакни кетказадиган суюқлик шишаларда чиқарилади.

Маркалаш. Косметика товарлари этикеткаси маҳсулотнинг номи, корхонанинг маркаси ёки номи ва ишлаб чиқарилган манзили кўрсатилган бўлиши керак. Катталиги 10*15 мм дан ошмайдиган этикеткаларда

маҳсулотнинг номини кўрсатиш рухсат этилади. Этикеткаларда ёки товарга қўшиб бериладиган коғозда маҳсулотнинг вазифаси ёки уни ишлатиш усули кўрсатилади. Упа қутичаларида упанинг ранги ёзиб қўйилиши керак.

Косметика товарлари жойланган қутича ёки коробкаларга ёпиширилган ёрликларга фабрика ва маҳсулотнинг номи, фабриканинг манзили, қутичадаги маҳсулотнинг неча доналиги, тайёрланган вақти, қутичага жойловчининг номери, ГОСТ номери ёки техник шартлар кўрсатилган бўлиши керак.

3.3. Парфюмерия-косметика товарлар сифатини баҳолаш натижалари

Бозор иқтисодиёти шароитида аҳолини сифатли ҳалқ истеъмол товарлари билан таъминлаш муҳим вазифаларидан бири ҳисобланади. Аммо бугунги кунда ички истеъмол бозорини ҳалқ истеъмол товарлари билан тўлдиришга еришган бўлсақда, сифат жихатидан 50-60 % истеъмол товарлари талабдаражасига кўтариш учун ҳукуматимиз томонидан қатор қонунлар қабул қилинган. Шулардан асосийлари “Стандартлаштириш тўғрисида”, ”Маҳсулотлар ва хизматларни сертификатлаштириш тўғрисида”ги конунлардир. Товар сифатини кўтариш муаммосини ечишга стандартлаштириш ишларини такомиллаштирумасдан эришиб бўлмайди. Стандартлаштириш товар сифатини оширишда ягона давлат, ташкилий-техникавий сиёсатини ўтказиш имконини беради ва мамлакат иқтисодиётини ҳамда товар ҳаётий циклининг барча босқичларида стандартни бошқаришнинг илмий-услубий бирлигини таъминлайди. Корхона даражасидаги стандартлаштириш, сифатини бошқаришда тармоқ ва тармоқлараро даражаларнинг зарурый боғланишини таъминлайди. Стандартлаштириш товарларни тадқиқ қилиш ва лойихалаш босқичида, айланиш ва сотиш босқичида, истеъмол қилиш ва ундан фойдаланиш

босқичларида зарурдир. У буюмлар сифатини ва ишлаб чиқариш самаrasини оширади. Юқори сифатли маҳсулотларни ишлаб чиқаришни таъминлаш учун давлат ўз иқтисодиётини ва биринчи навбатда ишлаб чиқариш тармоқларини бугунги кун талабларига мувофиқ қайта кўриш, уларни энг янги технологиялар ва асбоб ускуналар билан жихозлаши кераклиги бугунги куннинг энг долзарб масаласи бўлиб қолмоқда. Истеъмол хусусиятлари тизими сифатнинг истеъмол кўрсаткичлари номенклатураси шаклланишининг асоси бўлиб хизмат қилади. Истеъмол хусусиятлари ва уларнинг кўрсаткичлари номенклатурасини ишлаб чиқариш, ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг техник даражаси, кишилар эҳтиёжи ва истеъмолчиларнинг товар сифатига бўлган талабининг ўзгаришига боғлиқ. Турли гурух товарлари бевосита истеъмол жараёнида пайдо бўладиган ва уларнинг фойдалилигини характерловчи турли хилдаги комплекс хусусиятларга эга.

Аҳолини юқори сифатли парфюмерия –косметика товарларга бўлган эҳтиёжларини қондириш даражасини билиш учун биз битирув малакавий ишимиз олдида тижорат дўконларида сотилаётган парфюмерия –косметика товарларининг сифатини ўрганиб чиқишни мақсад қилиб қўйдик.

Бунинг учун дўконларда сотилаётган парфюмерия товарлардан “Eclat” (Parfum) атири, ”Mystical” парфюмерия суви, ”ChIA” хушбўй суви, ”Бригантина” одеколонини танлаб олдик. Сифатини баҳолаш органолептик усулида амалга оширилди. Танлаб олинган парфюмерия товарларимиз барча сифат кўрсаткичлари жиҳатидан, яни ташқи кўриниши, ранги, ҳидининг тури, ҳидининг турғунлиги, тиниқлиги, композицион моддасининг улуши каби кўрсатқичлари стандарт талабига жавоб берди. Тамғаланиши, ўрами кўрсатгичлари бўйича ”ChIA” хушбўй суви ва ”Бригантина” одеколони стандарт талабига тўла жавоб бермади, яни тамғаланишида ишлаб чиқарилган корхонанинг номи, манзили, сифат гурухи, сифатини кафолатловчи мувофиқлик белгиси каби кўрсаткичлар

кўрсатилмаганлиги аниқланди. Парфюмерия товарларнинг асосий сифат кўрсаткичларидан бири хидининг турғунлиги бўйича - "Eklate" parfum атири стандарт талабига жавоб берди, яни норматив техник хужжат талабига кўра атиrlар учун 70 соат белгиланган бўлса, хақиқатдан ҳам хидининг турғунлигини баҳолаганда 70 соат атрофида бўлди.

"Mystical" парфюмерия сувининг хид турғунлиги бўйича талабга жавоб бермади, яни норматив техник хужжат талабига кўра хидининг турғунлиги 40 соатгача кўрсатилган бўлса, олинган натижа 30 соатга тўғри келди. "CHIA" хушбўй сувининг хид турғунлиги норматив техник хужжатда 30 соат кўрсатилган бўлса, олинган натижа 20 соатга тўғри келди. "Бригантина" одеколонининг хид турғунлиги 15 соатга тўғри келган бўлса норматив техник хужжатда 20 соат кўрсатилган.

Композицион моддаларнинг миқдори бўйича барча парфюмерия товарлари норматив техник хужжат талабига жавоб берган бўлса, "Бригантина" одеколонининг композицион моддасининг улуши норматив техник хужжатда кўрсатилган миқдордан кам бўлди.(8-жадвал)

Рангли косметика товарлар сифатини оргонолептик усулида баҳолаш натижаларидан маълум бўлишича барча сифат кўрсаткичлари, яъни ташқи кўриниши, ранги, хиди, томчи тушушининг ҳарорати норматив техник хужжат талабига тўлик жавоб берди.(9-жадвал)

Парфюмерия товарлар сифатини баҳолаш натижалари

Сифат кўрсат кичи	Тавсифи.							
	PARFYUM (Атир) "Eclate"		EAУ de PARFYUM (парфюмерия суви) “Mystical”		EAУ DE TOILETTE Хушбўй сув “ChIA”		Одеколон “Бриган тина”	
HTX	Олинган натижа лар	HTX	Олинган натижа лар	HTX	Олинган натижа лар	HTX	Олинган натижа Лар	
Ташқи кўрини ши	Тиник		Тиник		Тиник		Тиник	
Ранги	Оч малла		Кўк		Рангсиз		Оч малла	
Хидин инг тури	Мавхум		Гул ҳидли		Мавхум		Мавхум	
Хидин инг турғун лиги	70 соат	70 соат	40 соат	30 соат	30 соат	20 соат	20 соат	20 Соат
Тиник лиги	$+3^{\circ}\text{C}$ ҳароратда чўкма ҳосил бўлмаслиги							

Композицион моддалар (%)	25	25	20	15	10	8	5	3
--------------------------	----	----	----	----	----	---	---	---

9-жадвал

Рангли косметика товарлар сифатини органолептик усулида баҳолаш натижалари.

Номи	Таснифи					
	Лаб бўёғи ”Мисс“		”Балет“ тонал		”Fflur“ киприк туши	
	HTX	Олинган натижалар	HTX	Олинган натижалар	HTX	Олинган натижалар
Ташқи кўриниши	Юза сатхи силлиқ, бир маромда, бир хил					
Ранги	Тўқ қизил		Малла ранг		Қора	
Хиди	Ёқимли ва ўзига хос					
Томчи тушишининг ҳарорати –°C	55-80	70	40-65	45	45-75	65

Порошоксимон ва компакт упаларнинг сифатини органолептик усулида сифат кўрсаткичларини баҳолаш натижалари шуни кўрсатдик, барча сифат кўрсаткичлари норматив техник хужжат талабига жавоб беришини кўрсатди.(10-жадвал)

**Порошоксимон ва компакт упаларнинг сифатини органолептик
усулида баҳолаш натижалари**

Номи	Таснифи					
	Порошоксимон упа		Компакт махсулот			
	“Avon”		“Dove”		“Fflur”	
	НТХ	Олинган натижалар	НТХ	Олинган натижалар	НТХ	Олинган натижалар
Ташқи кўриниши	Бир хил маромда майдаланган кўшимчаларсиз				Бир хил пресланган компакт холатда	
Ранги	Малла		Саркиш		Тўқ сарик	
ҳиди	Ёқимли ва ўзига хос					
Элақда қолган қолдиги (%)	0.5	0.4	0.5	0.4	1.0	1.0
Компакт даражаси	-			Компактлиги стандарт талабига жавоб беради		

Сочга қарашиб учун мўлжалланган косметика товарларидан энг кўп ассортиментга эга бўлган, истеъмолчиларнинг эҳтиёжлари юкори бўлган “Wash\$Go” ва “Palmolive” шампунларнинг сифатини баҳолаш натижаларидан маълум бўлишича, барча сифат кўрсаткичлари талабга жавоб берганлиги, совунлар сифатини оргонолептик усулда баҳолаш натижаларидан маълум бўлдики, “Dove” ва “Fax” совунлари барча сифат кўрсаткичлари талабга тўла жавоб берган бўлса ”Fox” совуни баъзи бир кўрсаткичлари жихатидан норматив техник хужжат талабига жавоб бермади. Совунда стандарт талабига кўра урадиган штампи аниқ

бўлмаганлиги, совунни ўзида ёрилган жойлари мавжуд эканлиги, совунлар учун асосий кўрсаткич бўлган натрий хлорнинг улуши кўплиги, сифат кўрсаткичи камлиги аниқланди.(11-жадвал)

11-жадвал

Совунлар сифатини органолептик ва физик-кимёвий усулда бахолаш натижалари

Номи	Тавсифи					
	“Dove”		“ Fax”		“ Fox”	
	HTX	Олинган натижалар	HTX	Олинган натижалар	HTX	Олинган натижалар
Ташқи кўриниши	Урилган штампнинг ёзувлари аниқ кўрилади, ёриқларсиз, доғларсиз			Урилган штампнинг ёзувлари аниқ кўринмайди, ёриқлари мавжуд		
Ранги	Оқ		Яшил		Яшил	
ҳиди	Ўзига хос ҳидга эга					
Сифат кўрсаткичи (%)	78	78	74	75	74	70
Натрий хлор нинг микдори (%)	0.7	0.2	0.7	0.3	0.7	0.9

Шампун сифатини баҳолаш натижалари

Номи	Тавсифи			
	“Wash & Go”		“Palmolive”	
	HTX	Олинган натижалар	HTX	Олинган натижалар
холати (консистенцияси)	суюқ ҳолатда			
Ранги	Яшил		Сарғиш	
хиди	Ўзига хос ҳидга эга			
Водород ионларининг концентратцияси (PH)	5.0-7.5	5.5	5.0-7.5	6.0
куруқ моддалар улуши (%)	20.0	22.0	20.0	21.0

3.4. Корхоналарда ишчи-ходимларнинг меҳнат шароити хавфсизлигини таъминлаш

Жамият ва табиат асоси, уни ўз фаолияти билан ривожлантирувчи ва бошқарувчиси инсон эканлигини эътиборга олиб, унинг ҳаёт фаолиятини яхшилаш, эъзозлаш –тараққиёт йўлидаги муҳим омили ҳисобланади. Мустақиллигимизнинг дастлабки кунларидан фуқароларимизнинг ҳаёт шароитини яхшилаш, уларни турли таъсирлардан саклаш, ҳар қандай ҳолатда ҳам эҳтиёт этиб, муҳофаза этиш асосий эзгу мақсадимиз қилиб олинган.

Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги меҳнат муҳофазасининг ҳуқуқий, қонуний асосини Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонлари, Ўзбекистон Республикаси қонунлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари ва турли вазирликларнинг кўрсатмалари ва буйруқлари ташкил этади.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясида (1992 ил 8 декабр):

Олий Мажлисининг ваколатларига Ўзбекистон Республикаси Президентининг умумий ёки қисман сафарбарлик эълон қилиш, фавқулодда холат жорий этиш, унинг муддатини узайтириш ва тўхтатиш тўғрисидаги фармонларини тасдиқлаш киради (78-модда).

Ҳаёт фаолияти хавфсизлигига меҳнат муҳофазаси, қонунда кўрсатилганидек:

- меҳнат муҳофазаси иш жараёнида инсоннинг меҳнат қобилиягини, соғлиги ва хавфсизлигини таъминлаш учун йўналтирилган қонунлар мажмуаси, социал-иқтисодий, ташкилий, техник, гигиеник, профилактик тадбирларни ўз ичига камраб олар экан, демак барча жабҳаларда фуқароларнинг меҳнат қилиш шароити талаб даражасида яратилиши лозим.⁸

Ишлаб чиқаришда, ташкилотларда ҳар бир раҳбар ва мухандиснинг Ўзбекистон Республикаси «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунига амал қилиш, ишлаб чиқариш хавфсизлиги масалаларини иш фаолиятида тўғри ҳал этиши, унинг шу соҳадаги билим ва малакасига боғлик. Ҳаёт фаолияти хавфсизлиги билан бир қаторда унинг таркибий қисми бўлган меҳнатни техника хавфсизлиги ҳамда ёнғиннинг олдини олиш масалалари ҳозирги вақтда энг долзарб масалалардан хисобланади.

⁸ "Меҳнат муҳофазаси тўғрисида"ти Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 2009 й.

Корхоналарда ишчи ва хизматчилар ишининг хавфсизлик даражаси, шунингдек, хизмат малакаси ишчининг стажи, лавозимидан қатъий назар ишга қабул қилинганда белгиланган муддатларда техника хавфсизлиги бўйича йўриқномалар билан таништирилиши шарт.

Кириш йўриқлантируви техника хавфсизлиги, ёнғин хавфсизлиги ва тиббиёт хизмат ходимлари томонидан ўтказилади. Унда янги ишга кираётган ишчини мазкур корхонанинг ички тартиб-қоидалари, шу жараённинг ўзига хос заарли хусусиятлари, техника хавфсизлиги меъёрларини бажариш мажбурияти, шахсий ҳимоя воситаларидан фойдаланиш ва баҳтсиз ҳодиса рўй берганда биринчи ёрдам кўрсатиш усуллари билан таништирилади.

Саноат корхоналарига меҳнатни муҳофаза қилиш масалалари бўйича ўқитиш ва тарғибот қилиш мақсадида техника хавфсизлиги хоналари ташкил этилади. Унда техника хавфсизлигига оид қўлланмалар, маҳсус адабиётлар, замонавий шахсий ҳимояланиш воситалари бўлиши зарур. Бундай хоналар умумий йўриқлантирув ўтказишда фойдаланилади.

Ишлаб чиқариш корхоналарида хавфсиз ва соғлом меҳнат шароитини таъминлашда хавфсизлик техникаси, санитария-гигиена ва ёнғин хавфсизлигига боғлиқ қоида, норма, йўриқномалар катта аҳамиятга эга. Улар умумий, тармоқ ва оралиқ турларига бўлинади.

Корхоналарида, ташкилотларида хавфсизликни таъминлаш ва иш шароитини яхшилаш маъмуриятнинг асосий вазифаси сифатида меҳнат қонунлари кодексига ёзиб қўйилган.

Корхонада меҳнатнинг соғлом ва хавфсиз шароитларини таъминлаш юзасидан маъмурият билан ходимларнинг ўзаро мажбуриятлари жамоа шартномаси ёки битимида кўзда тутилади.

Саноат корхоналарида хавфсизлик техникаси, саноат санитарияси ва ёнғин хавфсизлиги қоида, норма ва тавсияномалариға риоя қилмаслик ишчиларни жароҳатланишга, заҳарланишга ва касб касалликлариға олиб келиши мумкин. Шунинг учун ҳам ишлаб чиқариш корхоналарида юз берган ҳар қандай бахтсиз ҳодиса ҳар томонлама текширилади ва ҳисобга олинади.

Ишлаб чиқариш чангининг ишчилар саломатлигига заарли таъсири кўп омилларга боғлиқ бўлади. Уларга биринчи навбатда чанг зарраларининг физик – кимёвий хоссалари, катталиги ва шакли, ҳаводаги чангнинг миқдори, смена давомида таъсир этиш муддати ва касбда ишлаш даври, муҳит ва меҳнат фаолияти каби бошқа омилларнинг бир вақтда таъсир этиши киради.

Электр ускуналарнинг носозлиги ёки уларни ишлатиш қоида – талаблариға амал қилмаслик, одамнинг шикастланишига олиб келади. Электр токи одам танасига термик, электролитик ва биологик хилда таъсир этиши мумкин. Натижада одамнинг нафас олишида, юрак фаолиятида, моддалар алмашувида, қон таркибида ва бошқа аъзоларида ўзгариш бўлиши мумкин.

Электр энергиясидан фойдаланишда ташкилот раҳбарининг буйруғи билан муҳандис-техник ходимлардан электр хўжалиги учун жавобгар ходим тайинланган бўлиши ва бу ходим электр хавфсизлиги бўйича тегишли малака гуруҳига эга бўлиши керак.

Корхоналарда ёнғинга қарши кураш ишларини шу корхоналарнинг ёнғинга хавфлилик даражасига қараб, корхона маъмурияти белгилайди. Агар корхонада ёнғин хавфли бўлса, унда ёнғинга қарши кураш бўлими ташкил қилинади. Бундай бўлим ўзининг маҳсус ёнғинга қарши кураш командаларини ташкил қиласди.

Савдо корхоналарида Мехнат Кодекси ва меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисидаги меъёрларни бузишда айбланган раҳбар шахслар маъмурий моддий ва жиноий жавобгарликка тортилади. Маъмурий жавобгарлик – ходимга хайфсан бериш, ишдан четлаштириш, ўртача ойлик иш ҳақининг йигирма фоизидан ортиқ бўлмаган миқдорда жарима солиш ва меҳнат шартномасини бекор қилишдан иборат. Моддий жавобгарлик эса «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунни бузган шахсларни назорат ташкилотлари томонидан белгиланган миқдорда жарима тўлашга ёки келтирилган моддий зарарни қоплашга мажбур қилишдан иборат. «Меҳнатни муҳофаза қилиш тўғрисида»ги Қонунни бузиш баҳтсизлик ёки ўлимга сабаб бўлса, айбдор шахслар белгиланган тартибда жиноий жавобгарликка тортилади.

ХУЛОСА.

1 Парфюмерия-косметика товарлариға бўлган талаб бутун дунёда ўсиб бормоқда. Ўзбекистон бозорида асосий рақобат Европа ва Америка фирмалари орасида пайдо бўлмоқда. Истеъмолчилар кўпроқ Европа фирмаларида ишлаб чиқарилган парфюмерия-косметика товарларини маъқул кўришмоқда. Бунга сабаб; биринчидан машхур француз “C.DIOR”, “L’oreal”, “NinaRichy”, “Lancome”, “Procter&Camble”, “Revlon” (АКШ), “Or eflame” (Швеция), фирмаларининг имиджи истеъмолчиларга анча вақтдан бери таниш бўлиб келаётган бўлса, иккинчидан сифат ҳамда ассортиментнинг янгилиги жиҳатидан истеъмолчилар талабини қондириб келмоқда.

2 Ўзбекистонда машхур парфюмерия-косметика товарлари ишлаб чиқарувчи корхона бўлиб, Ўзбекистон ҳамда Россия концерни “Калина” ўртасида ташкил этилган -“Паллада-Восток” корхонаси ҳисобланади. Ушбу корхона ассортименти сифат ва янгилик жиҳатидан бозор талабига жавоб бериб келмоқда. Парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг асосий қисми косметика, шу жумладан тери парвариши учун мўлжалланган товарларга тўғри келмоқда..

3. Яна бир энг йирик ва энг катта косметика маҳсулотларини ишлаб чиқарувчи корхона АО "Лола-атир упа" корхонаси ҳисобланади. Ушбу корхона кремлар, тиш пасталари, аёллар ва болалар учун гигиеник воситалар ишлаб чиқаришни йўлга қўйди. Корхона Россия федерациясининг “Цитрин” корхонаси билан яқиндан ҳамкорлик қилган ҳолда ўз маҳсулотлари ассортиментини янада кенгайтириб қелмоқда. Ҳозирги кунда “Лола-атир упа” корхонаси маҳсулотлари МДХ мамлакатларига экспорт қилинмоқда.

Ўзбекистонда илк бор халқаро стандартларга асосланган инновация косметик маҳсулотлари ишлаб чиқаришни йўлга қўйилмоқда. Янги

корхонани ташкил қилиши Навоий ЭИЗ худудида режалаштирилмоқда. Ушбу лойиҳада Ўзбекистоннинг шериги косметика бозорида пешқадамлардан бўлган Жанубий Кореялик “DaejinChemical” компанияси бўлади

4. Парфюмерия-косметика товарлар бозорини ўрганиш натижасида шу нарса маълум бўлдики, истеъмолчилар Россияда ишлаб чиқарилган косметика товарларини афзалроқ кўришмоқда. Бунга сабаб: биринчидан Европа ва АҚШ мамлакатларида ишлаб чиқарилган маҳсулотларга нисбатан нархларнинг ўрта даромадли истеъмолчиларга тўғри келиши бўлса, иккинчидан маҳсулотнинг сифати талаб даражасида бўлишидир. Парфюмерия-косметика бозорини ўрганиш натижасидан маълум бўлишича истеъмолчиларни З гурухга бўлиш мумкин: -юқори даромадли, асосан фирма дўконларидан машҳур брендли маҳсулотларни харид қилишга интилиб нархига эътибор бермайдиган истеъмолчилар;

-ўрта даромадли истеъмолчилар, парфюмерия-косметика товарларини оддий дўконлардан, реклама ҳамда мутахассисларнинг баҳоларига эътибор бериб, ўрта нархдаги маҳсулотларни харид қиласиган истеъмолчилар;

-кам таъминланган истеъмолчилар, парфюмерия-косметика товарларнинг сифатига унча эътибор бермасдан, паст нархдаги кундаликда зарур бўлган атир совун, тиш пастаси, шампун каби косметика товарларини харид қиласиган истеъмолчилар.

5. Жиззах тижорат дўконларида сотилаётган парфюмерия товарлар ассортименти жуда кенг бўлиб, мураккаблик гурухи, мақсадли ишлатилиши, ҳажми, ишлаб чиқарилган жойи ва давлати, қадоқланиши ҳиди ва ҳидининг тургунлиги бўйича гурухланади. Дўконларида сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича таҳлили шуни кўрсатдики, парфюмерия-косметика

товарлар ассортиментининг 20% ни парфюмерия товарлар ассортименти, 80%ни косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда .

6. Сотилаётган косметика товарлар ассортиментининг мақсадли ишлатилиши бўйича таҳлили шуни кўрсатдики, ассориментининг -70% ни даволовчи- гигиеник косметика товарлар ассортименти ташкил этаётган бўлса, 30% ни рангли косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда.

Даволовчи-гигиеник косметика товарлар ассортименти ўз навбатида мақсадли ишлатилиши бўйича, сочни парвариш қилиш учун, терини парвариш қилиш учун, оғиз бўшлиғининг гигиенаси учун, соч-соқол олиш учун мўлжалланган косметика товарлар ассортиментини ўз ичига олади.

7. Дўконларда сотилаётган парфюмерия товарлари ассортиментининг мураккаблик гурухи бўйича таҳлили шуни кўрсатдики: сотилаётган парфюмерия товарлар ассортиментининг 75% ни “масс-маркет” тоифадаги, яъни ўрта нархдаги ўрта даромадли истеъмолчилар учун мўлжалланган парфюмерия товарлари ташкил этмоқда. Қолган ассортиментининг 25% ни “Люкс” тоифадаги, яъни даромади юқори бўлган истеъмолчилар учун мўлжалланган нозик хидли, мураккаб дизайнли парфюмерия товарлари хамда парфюмерия тўпламлари ташкил этмоқда. Сотилаётган косметика товарлар ассортиментининг мураккаблик гурухи бўйича таҳлили шуни кўрсатдики косметика товарлар ассортиментининг 70% «масс-маркет» тоифадаги, ўрта ва паст даромадли истеъмолчилар учун мўлжалланган косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда. Сотилаётган 30% косметика товарлар ассортиментини юқори даромадли истеъмолчилар учун мўлжалланган мураккаб дизайнли турли мақсадларда ишлатиладиган косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда.

8. Парфюмерия косметика товарлар ассортиментини шакллантирувчи асосий белгилардан бири бўлиб, парфюмерия-косметика товарларининг ишлаб чиқарилган давлати хисобланади. Дўконларда сотилаётган парфюмерия товарлари ассортиментини ишлаб чиқарилган давлати бўйича

тахлили шуни кўрсатдикি, парфюмерия товарларининг 60% -Франция давлатида ишлаб чиқарилган парфюмерия товарлари ташкил этмоқда, 6% - Италияда, 6% - АҚШ мамлакатида, 12% Хитойда, 5% Болгарияда давлатида ва 11% -бошқа давлатларда ишлаб чиқарилган парфюмерия товарлари ташкил этмокда. (Парфюмерия товарларининг тамғасида кўрсатилиши бўйича.).

9. Сотилаётган косметика товарлар ассортиментининг ишлаб чиқарилган давлати бўйича тахлили шуни кўрсатдики косметика товарлар ассортиментининг 30% -Россияда ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти, 17% -Туркия давлатида ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти, 10% -Францияда ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти, 7% -Германияда ишлаб чиқарилган товарлар ассортименти, 12% - Узбекистонда ишлаб чиқарилган косметика товарлар ассортименти ташкил этмоқда (косметика товарларининг тамғасининг малумоти бўйича).

10. Парфюмерия товарларининг асосий сифат кўрсаткичлари бўлиб, парфюмерия товарларнинг ташқи кўриниши, ранги, хиди, хидининг турғунлиги, тиниқлиги, таркибида бўлган спиртнинг миқдори, композицион моддалар миқдори хисобланади. Танлаб олинган парфюмерия товарларимиз барча сифат кўрсаткичлари жиҳатидан, яни ташқи кўриниши, ранги, хидининг тури, хидининг турғунлиги, тиниқлиги, композицион моддасининг улуши каби кўрсаткичлари стандарт талабига жавоб берди. Тамғаланиши, ўрами кўрсаткичлари бўйича “CHIA” хушбўй суви ва “Бригантина” одеколони стандарт талабига тўла жавоб бермади, яни тамғаланишида ишлаб чиқарилган корхонанинг номи, манзили, сифат гурухи, сифатини кафолотловчи мувофиқлик белгиси каби кўрсаткичлар кўрсатилмаганлиги аниқланди.

11. Парфюмерия товарларнинг асосий сифат кўрсаткичларидан бири хидининг турғунлиги бўйича - ”Eklate” parfum атири стандарт талабига

жавоб берди, яни норматив техник хужжат талабига кўра атиrlар учун 70 соат белгиланган бўлса, хақиқатдан ҳам ҳидининг турғунлигини баҳолаганда 70 соат атрофида бўлди. “Mystical” парфюмерия сувининг хид турғунлиги бўйича талабга жавоб бермади, яни норматив техник хужжат талабига кўра ҳидининг турғунлиги 40 соатгача кўрсатилган бўлса, олинган натижа 30 соатга тўғри келди. “CHIA” хушбўй сувининг хид турғунлиги норматив техник хужжатда 30 соат кўрсатилган бўлса, олинган натижа 20 соатга тўғри келди. “Бригантина” одеколонининг хид турғунлиги 15 соатга тўғри келган бўлса норматив техник хужжатда 20 соат кўрсатилган.

12. Композицион моддаларнинг миқдори бўйича барча парфюмерия товарлари норматив техник хужжат талабига жавоб берган бўлса, “Бригантина” одеколонининг композицион моддасининг улуши норматив техник хужжатда кўрсатилган миқдордан кам бўлди.

13. Ранги косметика товарлар сифатини оргонолептик усулида баҳолаш натижаларидан маълум бўлишича барча сифат кўрсаткичлари, яъни ташқи кўриниши, ранги, ҳиди, томчи тушушининг ҳарорати норматив техник хужжат талабига тўлик жавоб берди.

14. Порошоксимон ва компакт упаларнинг сифатини оргонолептик усулида сифат кўрсаткичларини баҳолаш натижалари шуни кўрсатди, барча сифат кўрсаткичлари норматив техник хужжат талабига жавоб беришини кўрсатди.

15. Сочга қараш учун мўлжалланган косметика товарларидан энг кўп ассортиментга эга бўлган, истемолчиларнинг эхтиёжлари юкори бўлган “Wash\$Go” ва “Palmolive” шампунларнинг сифатини баҳолаш натижаларидан маълум бўлишича, барча сифат кўрсаткичлари талабга жавоб берганлиги, совунлар сифатини оргонолептик усулда баҳолаш натижаларидан маълум бўлди, “Dove” ва “Fax” совунлари барча сифат

кўрсатгичлари талабга тўла жавоб берган бўлса ”Fox” совуни баъзи бир кўрсатгичлари жихатидан норматив техник хужжат талабига жавоб бермади. Совунда стандарт талабига кўра урадиган штампи аниқ бўлмаганлиги, совунни ўзида ёрилган жойлари мавжуд эканлиги, совунлар учун асосий кўрсаткич бўлган натрий хлорнинг улуши қўплиги, сифат кўрсаткичи камлиги аниқланди.

Таклифлар.

Олиб борилган таҳлил натижасидан келиб чиқсан ҳолда, ахолини парфюмерия-косметика товарларига бўлган эҳтиёжини қондириш мақсадида қуидагиларни таклиф этамиз:

1.Стандартлаштириш, сертификатлаштириш худудий марказларига ҳамда санитария эпидемиологик текшириш органларига:

-ахолини кенг ассортиментдаги сифатли парфюмерия-косметика товарларга бўлган талабини қондириш максадида маҳсус аккредитлаштирилган замонавий ускуналар билан жиҳозланган лабораторияларни ташкил этиб, сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар сифатининг назоратини кучайтириш;

-парфюмерия-косметика товарлар сифатини текширадиган ҳамда баҳолай оладиган мутахассисларни тайёрлаш учун маҳсус ўкув курсларини ташкил этиб, мутахассисларни тайёрлаш;

-бозорларда сотилаётган парфюмерия-косметика товарлар сифатининг назоратини кучайтириш ҳамда қалбакилаштирилган, сифати талабга жавоб бермайдиган гигиеник ва мувофиқлаштирувчи сертификатсиз парфюмерия-косметика товарлар сотишини олдини олиш.

2.Ишлаб чиқариш корхоналарига:

- аҳолини парфюмерия-косметика товарларига бўлган талабини ўргангандан ҳолда сифатли, арzon нарҳдаги импорт ўрнини босувчи парфюмерия-косметика товарларини ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш;
- Ўзбекистоннинг иссиқ, қуруқ иқлим шароитини, интенсив қуёш нурларини инобатга олган ҳолда шу иқлим шароитига тўғри келадиган косметика товарларини ишлаб чиқаришни йўлга қўйиб ассортиментни кенгайтириш;
- Ўзбекистонда ўсаётган даволовчи ўсимликлардан фойдаланилган ҳолда даволовчи косметика товарларини ишлаб чиқаришни йўлга қўйиш.

3.Парфюмерия-косметика товарлар сотуви билан шуғулланаётган савдо ходимларига:

- доимий равишда парфюмерия-косметика товарлар ассортименти, истемол хусусиятлари ва сифатига қаратилган билимларини ошириб туриш;
- аҳолини парфюмерия-косметика товарларига бўлган талабини ўрганиб чиқсан ҳолда ишлаб чиқариш корхоналари билан алоқада бўлиб ассортиментини янгилашиб туриш.
- савдо ходимлари ўз манфаатларини кўзламасдан аҳолига сифатсиз, қалбакилаштирилган мувофиқлик хамда санитария гигиеник сертификатсиз парфюмерия-косметика товарларини сотувга чиқармаслик.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. “2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Харакатлар стратегияси тўғрисида” ги ПФ-4947-сонли Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й., 6-сон, 70-модда
- 2.Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Тошкент, “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 29 б.
- 3.Мирзиёев Ш.М. Қонун устуворлиги ва инсон манфаатларини таъминлаш юрт тараққиёти ва халқ фаровонлигининг гарови. “Ўзбекистон” НМИУ, 2017.–47 б.
- 4.Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қурамиз. “Ўзбекистон” НМИУ, 2017. – 485 б.
- 5.Ўзбекистон Республикасининг “Стандартлаштириш тўғрисида” ги Қонуни. Тошкент, 1993 йил 28 декабр.
- 6.Ўзбекистон Республикаси “Метрология тўғрисида” ги Қонуни. Тошкент, 1993 йил 28 декабр.
- 7.Ўзбекистон Республикаси “Маҳсулот ва хизматларни сертификатлаштириш тўғрисида” ги Қонун. Тошкент, 1993 йил 28 декабр.
- 8."Мехнат муҳофазаси тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Қонуни. 2009 й.
- 9.ГОСТ -29188.0-91Определение внешнего вида и цвета парфюмерных жидкостей
10. ГОСТ 29188.091 Общие технические условия.Методы оценки запаха парфюмерных жидкостей)
- 11.ГОСТ 17237-93.Общие технические условия. Изделия парфюмерные жидкие.
- 10.ГОСТ 28546-2002.Общие технические условия.Мъло туалетное твердое.

12.Гост 28767-90.Общие технические условия.Изделия декоративной косметика на жировой основе.

13.ГОСТ 29188.2-91.Метод определения возородного показателя pH. Изделия косметические.

14.ГОСТ.28303-89.Упаковка,маркировка,транспортирование и хранение. Изделия косметические.

15.СанПиН 0186-05.Гигиенические требования к производству и безопасности парфюмерно-косметической продукции.

12. Ф.А.Ахмеджанова Ноозик-овқат товарлари товаршунослиги ва экспертизаси объектлари. Дарслик Тошкент 2019

13.R. Normaxmatov, F.A. Axmedjanova. «Tovarshunoslik». Toshkent, «Mehnat». 2004..

14. Т.А.Мельниченко Товароведение парфюмерно-косметических товаров:Москва,”Феникс” 2002 г.

15. Ф.А.Петрище Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров: Учебник; - 2-е изд., испр. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006.

16. Ф.А.Петрише Экспертиза товаров М: Экономика 2010.

17. А.П.Ходыкин.Товароведение непродовольственных товаров:Учебник. М: Дашков и К, 2016

Интернет сайллари

1. www.ziyonet.uz
2. www.Lex.uz
3. www.arxiv.uz
4. www.stat.uz
5. www.xs.uz
6. www.my.gow.uz