

А.Н. САМАДОВ, С.А. ЭШМАТОВ

# МЕРЧЕНДАЙЗИНГ

Ўқув қўлланма

@TDIU

ТОШКЕНТ – “ИҚТИСОДИЁТ” – 2019

<b>КИРИШ</b> .....	<b>15</b>
<b>1-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГНИНГ МОҲИАТИ ВА МАЗМУНИ</b> .....	<b>17</b>
1.1. “Мерчендайзинг ва PR” фанининг предмети, методи ва вазифалари.....	17
1.2. Чакана савдо корхонаси – хўжалик юретишнинг асосий бўғини.....	19
1.3. Чакана савдо корхоналарининг иқтисодий мустақиллиги, манфаатлари ва уларни сафарбар этиш.....	22
1.4. Чакана савдо корхонасини ташкил этилиши ва унинг фаолиятига жамият иқтисодий тизимининг таъсири.....	28
1.5. Чакана савдо корхонасининг устав фонди ва активларининг шаклланиши.....	30
1.6. Чакана савдо корхонасининг ташкилий тузилиши ва унинг самарадорлиги.....	33
1.7. Чакана савдо корхонасида бошқарувнинг иқтисодий усуллари ва механизмлари.....	35
Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	38
<b>2-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КОНЦЕПЦИЯСИНИНГ БИРИНЧИ ДАРАЖАСИ</b> .....	<b>39</b>
2.1. Чакана савдо тармоқларининг турлари ва уларнинг аҳолига савдо хизмати кўрсатишдаги роли.....	39
2.2. Чакана савдо тармоқларини ихтисослаштириш.....	41
2.3. Чакана савдо тармоқларини типлаштириш.....	46
2.4. Чакана савдо тармоқларини жойлаштириш.....	51
Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	53
<b>3-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КОНЦЕПЦИЯСИНИНГ ИККИНЧИ ДАРАЖАСИ</b> .....	<b>54</b>
3.1. Магазин биноларининг турлари ва уларга қўйиладиган асосий талаблар.....	54
3.2. Магазин биноларининг асосий хоналари таркиби, уларнинг жойланиши ва ўзаро алоқаси.....	60
3.3. Магазинларнинг савдо залларини технологик планировкаси.....	64
3.4. Магазинларнинг умумтехник қурилмалар характеристикаси.....	72
3.5. Магазин хоналари майдонини аниқлаш.....	75
3.6. Магазин биноларидан фойдаланиш самарадорлигининг техник-иқтисодий кўрсаткичлари.....	76
Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	80

<b>4-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КОНЦЕПЦИЯСИНИНГ УЧИНЧИ ДАРАЖАСИ.....</b>	<b>81</b>	қилишнинг асосий йўналишлари.....	
4.1. Магазиндаги савдо-технологик жараёнларнинг таркибий қисмлари ва уларни рационал ташкил қилиш тамойиллари.....	81	7.6. Чакана савдо корхонасининг зарарсиз ишлаши учун зарур бўлган минимал товар айланмаси ҳажмини ҳисоблаш.....	148
4.2. Товарларни сотишга тайёрлаш.....	82	Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	150
4.3. Товарларни савдо залига жойлаштириш.....	84	<b>8-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ ЯЛПИ ДАРОМАДИ 151</b>	
4.4. Товарларни сотишнинг илғор усуллари.....	89	8.1. Чакана савдо корхонасининг ялпи даромади ва унинг манбалари....	151
4.5. Чакана савдода қўшимча хизмат кўрсатиш ва унинг асосий шакллари.....	95	8.2. Нарх ва унинг турлари.....	154
4.6. Товарларни магазиндан ташқарида сотиш усуллари.....	99	8.3. Чакана савдо корхоналарининг савдо-сотик, хизмат кўрсатиш ва бошқа фаолият турларидан келадиغان даромадлари.....	157
Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	101	8.4. Умумий овқатланиш корхоналари даромади.....	159
<b>5-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИ ТОВАР БИЛАН ТАЪМИНЛАШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ.....</b>	<b>102</b>	Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	162
5.1. Чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлашга қўйиладиغان талаблар.....	102	<b>9-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИДА МЕХНАТНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ВА ХОДИМЛАРГА ИШ ҲАҚИ ТўЛАШ.....</b>	<b>163</b>
5.2. Чакана савдо тармоқларини товар билан таъминлашнинг шакл ва усуллари.....	105	9.1. Чакана савдо корхоналари фаолиятига кўра ходимлар таркибини шакллантириш.....	163
5.3. Товарларни чакана савдо тармоқларига марказлаштирилган усулда ташишнинг моҳияти ва аҳамияти.....	111	9.2. Чакана савдо корхоналарининг меҳнат унумдорлиги ва самарадорлиги, уларни ошириш имкониятлари.....	165
5.4. Чакана савдо тармоқларига товарлар етказиб беришни ташкил этиш.....	116	9.3. Чакана савдо корхоналарида меҳнатни рағбатлантириш ва унинг аҳамияти.....	169
Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	120	9.4. Чакана савдо корхоналари ходимларига ҳақ тўлаш тизими.....	173
<b>6-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ МОДДИЙ-ТЕХНИКА БАЗАСИ ВА АСОСИЙ ФОНДЛАРИ.....</b>	<b>121</b>	Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	177
6.1. Чакана савдо корхонасининг моддий-техника базаси, унинг савдо ва хизмат кўрсатишдаги аҳамияти.....	121	<b>10-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ ХАРАЖАТЛАРИ, ФОЙДАСИ ВА РЕНТАБЕЛЛИГИ.....</b>	<b>178</b>
6.2. Чакана савдо корхоналарининг асосий фондлари ва уларнинг қиймати.....	124	10.1. Харажатларнинг моҳияти ва туркумлари.....	178
6.3. Чакана савдо корхоналари асосий фондларидан фойдаланиш самарадорлиги.....	128	10.2. Харажатларга таъсир этувчи омиллар.....	184
Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	131	10.3. Чакана савдо корхонасининг муомала харажатлари таҳлили.....	189
<b>7-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ ТОВАР АЙЛАНМАСИ..</b>	<b>132</b>	10.4. Муомала харажатларини умумий ҳажми бўйича режалаштириш.....	190
7.1. Товар айланмасининг моҳияти ва турлари.....	132	10.5. Муомала харажатларини асосий моддалари бўйича режалаштириш.....	192
7.2. Товар айланмаси ва бозор конъюнктураси.....	135	10.6. Чакана савдо корхоналарининг фойда ва рентабеллиги.....	195
7.3. Чакана савдо корхоналарининг товар захиралари ва айланиш вақти.....	138	10.7. Чакана савдо корхоналарида фойда ва рентабелликни ошириш имкониятлари.....	197
7.4. Чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлаш.....	143	Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	200
7.5. Чакана савдо корхонаси чакана товар айланмасини таҳлил	144	<b>11-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ МОЛИЯСИ.....</b>	<b>201</b>
		11.1. Молиявий ресурсларнинг иқтисодий асоси.....	201
		11.2. Айланма сармоя ва ундан фойдаланиш.....	203
		11.3. Молиявий ресурсларнинг шаклланиш манбалари.....	208
		11.4. Чакана савдо корхоналарининг тўловга кодирлигини таъминлаш....	211
		Мустақил ишлаш учун назорат саволлари.....	213

<b>12-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ.....</b>	<b>214</b>
12.1. Чакана савдо корхоналарининг стратегик режаси.....	214
12.2. Чакана савдо корхоналарининг тактик режаси.....	216
12.3. Бизнес-режа ва унинг тузилиши.....	218
12.4. Чакана савдо корхоналарининг товар айланмаси, хизматлар, захиралар ва товар билан таъминлаш режаларини тузиш.....	220
12.5. Чакана савдо корхоналарининг даромади, харажати ва фойдасини режалаштриш.....	224
12.6. Чакана савдо корхонасининг молия режасини тузиш.....	229
Муस्ताқил ишлаш учун назорат саволлари.....	231
<b>13-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ ИҚТИСОДИЙ КЎРСАТКИЧЛАРИ ВА УЛАРНИНГ САМАРАДОРЛИГИ.....</b>	<b>232</b>
13.1. Чакана савдо корхонаси фаолиятини баҳолашда фойдаланиладиган иқтисодий кўрсаткичлар.....	232
13.2. Даромадлар, харажатларнинг ҳолати ва корхона фойдаси.....	234
13.3. Чакана савдо корхоналарини бошқаришда иқтисодий усуллардан кенг фойдаланиш.....	235
13.4. Чакана савдо корхоналари фаолиятининг жорий ва якуний таҳлили.....	237
13.5. Таҳлил натижаларидан чакана савдо корхоналари фаолияти самарадорлигини оширишда фойдаланиш.....	239
Муस्ताқил ишлаш учун назорат саволлари.....	240
<b>ГЛОССАРИЙЛАР.....</b>	<b>253</b>
<b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....</b>	<b>257</b>

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>15</b>
<b>ГЛАВА 1 СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ МЕРЧЕНДАЙЗИНГА.....</b>	<b>17</b>
1.1. Предмет, методы и задачи “Мерчендайзинг и PR”.....	17
1.2. Розничное торговое предприятие-главное звено бизнеса.....	19
1.3. Экономическая независимость, интересы и мобилизация предприятий розничной торговли.....	22
1.4. Влияние экономической системы общества на создание и деятельность розничного предприятия.....	28
1.5. Формирование уставного капитала и активов розничного предприятия.....	30
1.6. Структура и эффективность розничного предприятия.....	33
1.7. Экономические методы и механизмы управления на розничном предприятии.....	35
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	38
<b>ГЛАВА 2 ПЕРВЫЙ УРОВЕНЬ КОНЦЕПЦИИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА.....</b>	<b>39</b>
2.1. Типы розничных сетей и их роль в предоставлении услуг населению.....	39
2.2. Специализация розничных торговых сетей.....	41
2.3. Типизация розничных торговых сетей.....	46
2.4. Размещение розничных торговых сетей.....	51
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	53
<b>ГЛАВА 3 ВТОРОЙ УРОВЕНЬ КОНЦЕПЦИИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА.....</b>	<b>54</b>
3.1. Типы зданий магазинов и основные требования к ним.....	54
3.2. Состав помещений магазина, их планировка и взаимосвязь.....	60
3.3. Технологическая планировка торговых залов магазинов.....	64
3.4. Характеристика общетехнических средств магазинов.....	72
3.5. Определение площади торговых помещений.....	75
3.6. Техничко-экономические показатели эффективного использования зданий магазинов.....	76
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	80
<b>ГЛАВА 4 ТРЕТИЙ УРОВЕНЬ КОНЦЕПЦИИ МЕРЧАНДАЙЗИНГА.....</b>	<b>81</b>
4.1. Составные части и принципы рациональной организации торгово-технологического процесса магазина.....	81
4.2. Подготовка товара к продаже.....	82
4.3. Размещение товаров в торговом зале.....	84
4.4. Усовершенствованные методы продажи товаров.....	89
4.5. Дополнительные услуги в розничном торговле и его основные формы.....	95

4.6. Способы продажи товаров вне магазина.....	99
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	101
<b>ГЛАВА 5 ОРГАНИЗАЦИЯ ТОВАРОСНАБЖЕНИЯ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....</b>	<b>102</b>
5.1. Требования к снабжению предприятий розничной торговли.....	102
5.2. Формы и методы обеспечения розничных сетей товарами.....	105
5.3. Сущность и значение централизованной перевозки грузов в розничные сети.....	111
5.4. Организация доставки товаров в розничные торговые сети.....	116
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	120
<b>ГЛАВА 6 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА И ОСНОВНЫЕ ФОНДЫ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....</b>	<b>121</b>
6.1. Материально-техническая база предприятия розничной торговли и ее значение в торговле и сфере услуг.....	121
6.2. Основные средства розничных предприятий и их стоимость.....	124
6.3. Эффективность использования основных средств предприятий розничной торговли.....	128
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	131
<b>ГЛАВА 7 ТОВАРООБОРОТ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....</b>	<b>132</b>
7.1. Сущность и виды товарооборота.....	132
7.2. Товарооборот и конъюнктура рынка.....	135
7.3. Товарные запасы и время оборота розничных торговых предприятий.....	138
7.4. Снабжения предприятий розничной торговли товарами.....	143
7.5. Основные направления анализа розничного товарооборота предприятия розничной торговли.....	144
7.6. Расчет минимального объема товарооборота, необходимого для обеспечения безубыточной работы торгового предприятия.....	148
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	150
<b>ГЛАВА 8 ВАЛОВАЯ ПРИБЫЛЬ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....</b>	<b>151</b>
8.1. Валовой доход и постоянные источники розничного торгового предприятия.....	151
8.2. Цена и ее виды.....	154
8.3. Доходы от розничной торговли, услуг и других видов деятельности розничных торговых предприятий.....	157
8.4. Доходы предприятий общественного питания.....	159
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	162

<b>ГЛАВА 9 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ И ОПЛАТА ТРУДА РАБОТНИКОВ В РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....</b>	<b>163</b>
9.1. Формирование персонала в соответствии с деятельностью розничных торговых предприятий.....	163
9.2. Производительность труда и эффективность розничных торговых предприятий, возможности их увеличения.....	165
9.3. Мотивация труда и ее значение в розничных торговых предприятиях.....	169
9.4. Платежная система для предприятий розничной торговли.....	173
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	177
<b>ГЛАВА 10 СТОИМОСТЬ, ПРИБЫЛЬ И РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....</b>	<b>178</b>
10.1. Сущность и классификация расходов.....	178
10.2. Факторы, влияющие на расходы.....	184
10.3. Анализ транзакционных издержек розничного торгового предприятия.....	189
10.4. Планирование транзакционных издержек по общему объему.....	190
10.5. Планирование транзакционных издержек по основным статьям.....	192
10.6. Прибыль и рентабельность розничных торговых предприятий.....	195
10.7. Возможности увеличения прибыльности и рентабельности в розничных торговых предприятиях.....	197
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	200
<b>ГЛАВА 11 ФИНАНСЫ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....</b>	<b>201</b>
11.1. Экономическая основа финансовых ресурсов.....	201
11.2. Оборотный капитал и его использование.....	203
11.3. Источники формирования финансовых ресурсов.....	208
11.4. Обеспечение платежеспособности предприятий розничной торговли.....	211
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	213
<b>ГЛАВА 12 ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....</b>	<b>214</b>
12.1. Стратегический план розничного торгового предприятия.....	214
12.2. Тактический план розничного торгового предприятия.....	216
12.3. Бизнес план и его структура.....	218
12.4. Составление планов товарооборота, услуг, резервов и поставка товаров розничного торгового предприятия.....	220
12.5. Планирование доходов, расходов и прибыли предприятий розничной торговли.....	224
12.6. Составление финансового плана розничного торгового предприятия.....	229
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	231

<b>ГЛАВА 13 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИХ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.....</b>	<b>232</b>
13.1. Экономические показатели, используемые при оценке розничного бизнеса.....	232
13.2. Доходы, состояние расходов и прибыль предприятия.....	234
13.3. Широкое использование экономических методов в управлении розничным бизнесом.....	235
13.4. Текущий и окончательный анализ розничного торгового предприятия.....	237
13.5. Использование результатов анализа для повышения эффективности розничного торгового предприятия.....	239
Контрольные вопросы для самостоятельной работы.....	240
<b>ГЛАССАРИЙ.....</b>	<b>253</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>257</b>

## CONTENT

<b>INTRODUCTION.....</b>	<b>15</b>
<b>CHAPTER 1 ESSENCE AND CONTENT OF MERCHANDISING.....</b>	<b>17</b>
1.1. The subject, methods and tasks of “Merchandising and PR”.....	17
1.2. Retail trade - is the main link in the business.....	19
1.3. Economic independence, interests and mobilization of retailers.....	22
1.4. The influence of the economic system of society on the creation and operation of a retail enterprise.....	28
1.5. Formation of the authorized capital and assets of the retail enterprise.....	30
1.6. Retail structure and performance.....	33
1.7. Economic methods and management mechanisms at a retail enterprise... Test questions for independent work.....	35 38
<b>CHAPTER-2 FIRST LEVEL OF MERCHANDISING CONCEPT.....</b>	<b>39</b>
2.1. Types of retail chains and their role in providing services to the public... 2.2. Retail specialization..... 2.3. Typification of retail chains..... 2.4. Placement of retail chains..... Test questions for independent work.....	39 41 46 51 53
<b>CHAPTER-3 SECOND LEVEL OF MERCHANDISING CONCEPT.....</b>	<b>54</b>
3.1. Types of store buildings and basic requirements for them..... 3.2. The composition of the store premises, their layout and relationship..... 3.3. Technological layout of the trading floors of stores..... 3.4. Characteristics of general technical equipment stores..... 3.5. Determination of the area of retail premises..... 3.6. Technical and economic indicators of the effective use of store buildings..... Test questions for independent work.....	54 60 64 72 75 76 80
<b>CHAPTER-4 THIRD LEVEL OF MERCHANDISING CONCEPT.....</b>	<b>81</b>
4.1. The components and principles of the rational organization of the store's shopping process..... 4.2. Preparation of goods for sale..... 4.3. Placement of goods on the trading floor..... 4.4. Advanced product sales methods..... 4.5. Additional services in retail and its main forms..... 4.6. Methods for the sale of goods outside the store..... Test questions for independent work.....	81 82 84 89 95 99 101



<b>CHAP- TER-5</b>	<b>ORGANIZATION OF GOODS FOR RETAIL TRADING ENTERPRISES.....</b>	<b>102</b>
5.1.	Retail supply requirements.....	102
5.2.	Forms and methods of providing retail chains with goods.....	105
5.3.	The essence and importance of the centralized transportation of goods to retail chains.....	111
5.4.	Organization of delivery of goods to retail chains.....	116
	Test questions for independent work.....	120
<b>CHAP- TER-6</b>	<b>MATERIAL AND TECHNICAL BASE AND FUNDAMENTAL FUNDS OF RETAIL ENTERPRISES.....</b>	<b>121</b>
6.1.	The material and technical base of the retailer and its importance in trade and services.....	121
6.2.	Fixed assets of retail enterprises and their value.....	124
6.3.	Efficiency of using fixed assets of retailers.....	128
	Test questions for independent work.....	131
<b>CHAP- TER-7</b>	<b>COMMERCIAL TURNOVER OF RETAIL TRADING ENTERPRISES.....</b>	<b>132</b>
7.1.	The nature and types of turnover.....	132
7.2.	Turnover and market conditions.....	135
7.3.	Inventories and turnaround times of retail outlets.....	138
7.4.	Provision of retail goods.....	143
7.5.	The main directions of the analysis of retail turnover of retail enterprises.....	144
7.6.	Calculation of the minimum volume of goods turnover necessary to ensure break-even operation of a trading company.....	148
	Test questions for independent work.....	150
<b>CHAP- TER-8</b>	<b>GROSS PROFIT (INCOME) OF RETAIL TRADING ENTERPRISES.....</b>	<b>151</b>
8.1.	Gross income and permanent sources of retail trade.....	151
8.2.	Price and its types.....	154
8.3.	Income from retail trade, services and other activities of retail trade enterprises.....	157
8.4.	Revenues of catering enterprises.....	159
	Test questions for independent work.....	162
<b>CHAP- TER-9</b>	<b>ORGANIZATION OF WORK AND PAYMENT FOR WORKERS IN RETAIL TRADING ENTERPRISES.....</b>	<b>163</b>
9.1.	Staff formation in accordance with the activities of retail trade enterprises.....	163
9.2.	Labor productivity and efficiency of retail trade enterprises, opportunities for their increase.....	165

9.3.	Labor motivation and its importance in retail outlets.....	169
9.4.	Payment system for retailers.....	173
	Test questions for independent work.....	177
<b>CHAP- TER-10</b>	<b>COST, PROFIT AND PROFITABILITY OF RETAIL ENTERPRISES.....</b>	<b>178</b>
10.1.	The nature and classification of expenses.....	178
10.2.	Factors affecting costs.....	184
10.3.	Retail transaction cost analysis.....	189
10.4.	Total transaction cost planning.....	190
10.5.	Planning of transaction costs by main items.....	192
10.6.	Profit and profitability of retailers.....	195
10.7.	Opportunities for increasing profitability and profitability in retail outlets.....	197
	Test questions for independent work.....	200
<b>CHAP- TER-11</b>	<b>FINANCE OF RETAIL TRADING ENTERPRISES.....</b>	<b>201</b>
11.1.	The economic basis of financial resources.....	201
11.2.	Working capital and its use.....	203
11.3.	Sources of financial resources.....	208
11.4.	Ensuring the solvency of retailers.....	211
	Test questions for independent work.....	213
<b>CHAP- TER-12</b>	<b>PLANNING ACTIVITIES OF RETAIL TRADING ENTERPRISES.....</b>	<b>214</b>
12.1.	Strategic plan for a retail outlet.....	214
12.2.	Retailer tactical plan.....	216
12.3.	Business plan and its structure.....	218
12.4.	Drawing up plans for trade, services, reserves and the supply of goods to a retail outlet.....	220
12.5.	Retail, revenue, cost and profit planning.....	224
12.6.	Drawing up a financial plan for a retail outlet.....	229
	Test questions for independent work.....	231
<b>CHAP- TER-13</b>	<b>ECONOMIC INDICATORS OF RETAIL TRADING ENTERPRISES AND THEIR EFFICIENCY.....</b>	<b>232</b>
13.1.	Economic indicators used in evaluating the retail business.....	232
13.2.	Income, expenses and profit.....	234
13.3.	The widespread use of economic methods in retail business management.....	235
13.4.	Current and final analysis of a retail outlet.....	237
13.5.	Using the results of analysis to increase the effectiveness of a retail outlet.....	239

Test questions for independent work..... 240

**GLOSSARY..... 253**

**LIST OF USED LITERATURE..... 257**

## КИРИШ

Мамлакатимиз иқтисодиётини модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида тармоқлар ва соҳалар рақобатдошлигини оширишни таъминлаш, иқтисодиётдаги таркибий ўзгартириш жараёнларини чуқурлаштириш республикамиз иқтисодиётини янада ривожланишига замин яратади. Шу нуқтаи назардан олганда “Маркетинг (тармоқлар ва соҳалар)” мутахассислиги магистрантларига “Мерчендайзинг ва PR” фанини ўқитиш муҳим аҳамият касб этади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармонида “Иқтисодиётни янада ривожлантириш ва либераллаштиришга йўналтирилган макроиқтисодий барқарорликни мустаҳкамлаш ва юқори иқтисодий ўсиш суръатларини сақлаб қолиш, миллий иқтисодиётнинг рақобатбардошлигини ошириш, қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва жадал ривожлантириш, иқтисодиётда давлат иштирокини камайтириш бўйича институционал ва таркибий ислохотларни давом эттириш, хусусий мулк ҳуқуқини ҳимоя қилиш ва унинг устувор мавқеини янада кучайтириш, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожини рағбатлантириш, ҳудудлар, туман ва шаҳарларни комплекс ва мутаносиб ҳолда ижтимоий-иқтисодий тараққий эттириш, инвестициявий муҳитни яхшилаш орқали мамлакатимиз иқтисодиёти тармоқлари ва ҳудудларига хорижий сармояларни фаол жалб этиш”га<sup>1</sup> алоҳида эътибор берилган. Бу ўз навбатида, иқтисодиётнинг турли тармоқ ва соҳаларида мерчендайзинг ва PR тизимини шакллантириш ва улар фаолиятини янада ривожлантириш учун кенг қамровли ва чуқур илмий асосга эга бўлган маркетинг изланишлари ўтказиш зарурлигини такозо этади.

<sup>1</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ - 4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони // Халқ сўзи, 2017 йил 8 февраль, 28 (6722) – сони.

Мерчендайзинг – маркетинг жараёнининг бир қисми ҳисобланиб, товарларни чакана савдо корхоналарида сотиш услубини ифодалайди. Мерчендайзинг чакана савдо корхоналари томонидан қўлланиладиган товарлар ва савдо маркаларини реклама қилишга қаратилган тадбирлар мажмуасидир. Қисқача қилиб айтганда, мерчендайзинг чакана савдони рағбатлантиришга қаратилган жараёндир.

“Мерчендайзинг ва PR” фани мерчендайзингнинг назарий ва амалий томонларини ўрганиш билан бир қаторда бозор шароитида чакана савдо корхоналарининг амалий фаолиятида пайдо бўладиган муаммолар таҳлилини ўтказишда, тегишли хулосаларни шакллантиришда ва уларнинг ечимини топишда муҳим ўрин эгаллайди.

“Мерчендайзинг ва PR” фани ихтисослик фанларидан бири бўлиб, унинг мақсади юқори технологияга асосланган чакана савдо корхоналарининг самарали фаолият олиб боришлари учун мерчендайзинг концепцияси ва стратегиясини ишлаб чиқиш ҳамда уларни чакана савдо корхоналари фаолиятига татбиқ этишнинг назарий ва амалий жиҳатларини ўргатишга қаратилган.

Ушбу ўқув қўлланмада мерчендайзингнинг моҳияти ва мазмуни, мерчендайзинг концепциясининг биринчи, иккинчи ва учинчи даражалари, чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлашни ташкил этиш, чакана савдо корхоналарининг моддий-техника базаси ва асосий фондлари, чакана савдо корхоналарининг товар айланмаси, ялпи даромади, муомала харажатлари, фойда ва рентабеллиги, чакана савдо корхоналари молияси, чакана савдо корхоналари фаолиятини режалаштириш усуллари батафсил баён этилган. Шунингдек, ўқув қўлланмада публик рилейшнзнинг моҳияти ва мазмуни, публик рилейшнзнинг фаолиятини ташкил этиш, режалаштириш, бошқариш ва самарадорлигини ошириш масалалари ҳам кенг ёритилади.

Мазкур ўқув қўлланма 5 А 230401 – “Маркетинг (тармоқлар ва соҳалар)” мутахассислиги магистрантлари учун мўлжалланган.

## **1-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГНИНГ МОҲИЯТИ ВА МАЗМУНИ**

### **1.1. “Мерчендайзинг ва PR” фанининг предмети, методи ва вазифалари**

Мерчендайзинг – маркетинг жараёнининг бир қисми ҳисобланиб, товарларни чакана савдо корхоналарида сотиш услубини ифодалайди. Мерчендайзинг чакана савдо корхоналари томонидан қўлланиладиган товарлар ва савдо маркаларини реклама қилишга қаратилган тадбирлар мажмуасидир. Қисқача қилиб айтганда, мерчендайзинг чакана савдони рағбатлантиришга қаратилган жараёндир.

Бозор иқтисодиёти шароитида бутун иқтисодий фаолиятнинг марказида корхона етакчи ўрин эгаллайди. Айнан шу бўғинда жамият учун асосий маҳсулот яратилади ва зарур хизматлар кўрсатилади. Корхонада малакали ходимлар тўпланади. Бу ерда мавжуд моддий ва меҳнат ресурсларидан оқилона фойдаланиш, юқори унумли техника-технологияни қўллаш масалалари ҳал этилади, бизнес-режалар ишлаб чиқилади, маркетинг қўлланилади ва самарали бошқарув – менежмент амал қилади.

Бу жараёнлар чуқур иқтисодий билимга эга бўлишни, бозор шароити талабларига мос келишни, корхона фаолиятини ташкил этиш, бошқара олиш ва юқори рентабелли фаолиятни таъминлашни талаб этади.

Кўйилган ушбу мақсадларга корхона иқтисодиёти асосларини яхши ўрганган ва амалиётда уни қўллай оладиган кадрлар эришиши мумкин. Иқтисодий асосларни ўрганишга «Чакана савдо корхоналари иқтисодиёти» фани хизмат қилади.

«Иқтисодиёт» – бу (П.Самуэльсоннинг фикрича) жамиятнинг маълум, чекланган ресурсларидан унумли фойдаланиб, зарур маҳсулотлар ишлаб чиқариш ва уни аҳолининг турли гуруҳлари ўртасида тақсимлаш ҳақидаги фандир. Корхона иқтисодиёти эса шу таърифнинг бир корхона ёки фирма микёсидаги ўрин эгаллашидир.

Иқтисодиёт фан сифатида бозор тизимининг фаолияти, турли иқтисодий



алоқага чиқувчиларнинг ўзаро алоқаси ва манфаатлари масалаларининг назарий асослари ҳамда амалий ҳолатини ўрганади.

“Мерчендайзинг ва PR” фанининг вазифалари куйидаилардан иборат:

- Чакана савдо корхоналари фаолиятининг иқтисодий асослари ва уни самарали бошқариш механизмларини асослаш;
- Чакана савдо корхонасининг моддий-техника базаси ва асосий фондларини таркибини тадқиқ этиш;
- Чакана савдо корхоналарининг айланмаси ва хизматларини назарий жиҳатдан кўрсатиб бериш;
- Чакана савдо корхоналарининг ялпи даромади ва нарх сиёсатини олиб боришини кўрсатиб бериш;
- Чакана савдо корхоналарида меҳнатни ташкил этиш ва ходимларга иш ҳақи тўлаш йўллари кўрсатиб бериш;
- Чакана савдо корхоналарининг муомала харажатлари, фойдаси ва рентабеллигини ҳисоблаш йўллари асослаб бериш;
- Чакана савдо корхоналари молияси ва унинг таркибини асослаш;
- Чакана савдо корхоналари фаолиятини режалаштиришни асосий жиҳатларини кўрсатиб беришдан иборатдир.

Иқтисодий жараёнлар ва воқеликлар ўрганиш даражасига кўра макроиқтисодиёт ва микроиқтисодиёт ҳолатида ўрганилади.

Макроиқтисодиёт иқтисодиётга бир бутун ягона тизим сифатида ёндошиб, талаб ва таклифнинг шаклланиши, миллий даромад ва ялпи миллий маҳсулот (ЯММ) нинг яратилиши ҳамда тақсимланиши жараёнларини ўрганади; ҳукуматнинг пул-кредит ва солиқ-бюджет сиёсатининг моҳиятини очиб беради; мазкур сиёсатнинг иқтисодий тараққиёт, инфляция ва ишсизлик даражасига таъсирини таҳлил этади. Бошқача қилиб айтганда, макроиқтисодиёт фани шу даражадаши жараёнларни давлат томонидан тартибга солиб турилишини ўрганади.

Макроиқтисодиёт таҳлили жами халқ хўжалиги ёки унинг бирор-бир тармоғи бўйича олиб борилади ҳамда миллий иқтисодиётнинг, шу жумладан унинг тармоқлари ўртасидаги алоқанинг умумий ҳолатини ёритиб беради. Мамлакат иқтисодиёти тармоқлари деганда, асосан саноат, қишлоқ хўжалиги, қурилиш, транспорт, алоқа, савдо ва хизмат кўретиш каби моддий тармоқлар ҳамда бошқа номоддий тармоқлар тушунилади.

Турли иқтисодий муаммоларнинг макроиқтисодий изланиши ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг умумий ҳажми, жами иш билан бандлик, даромад ва харажатларнинг ялпи миқдори, нархнинг умумий даражаси ва шу каби бошқа кўрсаткичлар таҳлилинини ўз ичига олади.

Микроиқтисодиёт турли тармоқлар корхоналари, фирмалари, товар-хомуш ва молия бозорлари, банклар, уй хўжаликлари ва бошқа тадбиркорлик субъектлари ҳамда иқтисодий тузилмаларнинг тузилиши, элементлари, хўжалик юритиш усуллари ва шакллари ўрганади. Бунда айниқса, тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва уни амалга ошириш масалалари алоҳида аҳамият касб этади. Булар бизнеснинг ташкилий шакллари, ҳуқуқий асослари, молиявий ва хўжалик режалари масалалари, сармоия бизнеснинг ривожига сафарбар этиш усуллари, бозорнинг яқка ҳокимланиш даражасига баҳо бериш усуллари, нарх масалалари, ишлаб чиқариш ва муомала харажатлари ҳисоби, тадбиркорлик ишларини расмийлаштириш жараёнлари ва бошқалардан иборат. Иқтисодчи олимлар К.Р.Макконелл ва С.Л.Брюларнинг фикрича, иқтисодчи корхона даражасидаги таҳлилни амалга оширганда, у ёки иқтисодиётнинг бир бўлагини микроскоп остида кузатаётгандек бўлади ва унинг амал қилишини, фаолиятини синчиклаб ўрганади.

Аммо макроиқтисодиёт билан микроиқтисодиёт ўртасида аниқ қатъий чегара йўқ. Кўплаб масалалар иқтисодиётнинг бу икки даражаси ўртасида ўзаро аралашган ҳолда ўрганилади.

### **1.2. Чакана савдо корхонаси – хўжалик юритишнинг асосий бўғини**

Иқтисодий тараққиётнинг барча босқичларида асосий бўғин сифатида корхона намоён бўлади. Айнан корхонада маҳсулот ишлаб чиқариш, хизмат

кўрсатиш, сотиш жараёнлари ва одамларнинг ишлаб чиқариш воситалари билан бевосита алоқаси амалга ошади. Мустақил корхона деганда, ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатиш учун мўлжалланган меҳнат воситаларига, ташкилий-маъмурий ва хўжалик мустақиллигига эга бўлган субъект тушунилади. Корхона мустақил фаолият юритиб, ўзининг ишлаб чиқарадиган товарларига, солиқлар ва мажбурий тўловларни амалга оширгандан кейин қоладиган фойдасига эгалик қилади.

Ўзбекистон Республикасининг «Корхоналар тўғрисида»ги Қонунига биноан, ҳуқуқий шахс мақомига эга бўлган, мулкчилик ҳуқуқи ёки хўжаликни тўла юритиш ҳуқуқи бўйича унга қарашли мол-мулкдан фойдаланиш асосида маҳсулот ишлаб чиқарадиган ва сотадиган ёки маҳсулотни айирбошлайдиган, ишларни бажарадиган, хизмат кўрсатадиган, беллашув ҳамда мулкчиликнинг барча шакллари тенг ҳуқуқлиги шароитида амалдаги қонунларга мувофиқ ўз фаолиятини рўёбга чиқарадиган мустақил хўжалик юритувчи субъект корхона ҳисобланали.

Чакана савдо корхонаси ўз фаолиятини бозордаги талаб ва тақлиф ўртасидаги муносабатга қараб юритади. Нима ишлаб чиқариш, қанча ишлаб чиқариш, қандай кўринишда, қандай ашёдан ишлаб чиқариш ёки товарларнинг қайси турларини сотишда ҳар бир корхона мустақил равишда бозордаги конъюктурага қараб, фойда олишни назарда тутиб белгилайди. Албатта оладиган фойда микдори ҳам корxonанинг иқтисодий ривожини таъминлай оладиган, ҳам ходимлар турмуш даражасини ўстиришга имкон берадиган бўлиши лозим.

Корхона бозорга ўз молини чиқариб сотади ва у ерда ишлаб чиқаришга керакли ресурсларни сотиб олади. Шу сабабли корхона бозор билан мунтазам алоқада бўлади, лекин бошқалардан алоҳидалашган хўжалик юритувчи субъект сифатида майдонга чиқади. Корxonанинг мана шу мақоми унинг иқтисодий эркин бўлиши ва мустақил иш тутишини билдиради.

Корхона ҳар қандай ишлаб чиқаришнинг бирламчи, асосий бўғини экани яна шунда ифодаланадики, у ўзининг маълум иқтисослашган вазифасини

бажаради. Бу айрим бўғинларнинг йиғиндисидан бозор иқтисодиётининг мураккаб тизими келиб чиқади. Ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш омиллари корхонада бирикиб, у ерда меҳнат жараёни юз беради, жамиятнинг талаб-эҳтиёжини қондиришга қаратилган моддий маҳсулотлар ва турли хизматлар яратилади. Ижтимоий меҳнат тақсимоти тизимида корхона ўз ўрнига эга бўлиб, маълум соҳада иқтисослашади ва шу асосда корхонада муайян техника-технология жамланади, шунга мослашган иш кучи фаолият олиб боради, яъни маълум касбий малака ва маҳоратга эга бўлган кишилар меҳнат жараёнига киришадилар.

Бозордаги ҳар хил моллар, кўрсатиладиган хизматлар корхонадаги меҳнатнинг маҳсули ҳисобланади. Меҳнат тақсимоти айрим корхонага ёки турдош корхоналар гуруҳига фақат уларга хос, яъни бошқалар бажармайдиган иш вазифаларини бириктириб кўяди. Корхона муайян ишлаб чиқаришга иқтисослашар экан, жамиятдаги меҳнат кооперациясида иштирок этади.

Корхонадаги индивидуал меҳнат жамиятдаги меҳнатнинг ажралмас қисми сифатида юзага чиқади. Шу сабабдан корхонадаги ишлаб чиқариш умумжамят доирасидаги ишлаб чиқаришнинг таркибий қисмидир. Демак, корхона меҳнат кооперацияси воситасида бошқалар билан боғланади, уларга хизмат қилиб қолмасдан, улар хизматидан баҳраманд бўлади. Бошқалар билан иқтисодий алоқа қилмайдиган корхона бўлмайди, чунки меҳнат тақсимотининг ўзи шунини талаб қилади.

Корхона ишлаб чиқаришни ташкил этиб, иш жойларини яратиб, ходимларга иш ҳақи бериб, солиқлар тўлаб ижтимоий дастурларни амалга оширишда иштирок этади.

Корхона халқ хўжалигининг биринчи бўғини бўлган ҳолда ўзининг маълум мақсадларига эга. Бу аввало, корxonанинг фаолиятга қодирлиги ва тўлов қобилиятини сақлашдан иборат. Корxonанинг ижтимоий мақсади ундаги ишлаётган ходимлар манфаатини таъминлаш ва жамият манфаатларига ҳам мос бўлган фаолиятни юритишни талаб этади.

Чакана савдо корхонаси ўз фаолиятини савдо-сотикни амалга оширишга

ва бунга оид барча жараёнларни бажаришга қаратади. Бозордаги иқтисодий муносабатларни ўрганиш, талабни билиш, товар манбаларни топиш, шартномалар тузиш, савдо-сотикни йўлга қўйиш ва давлат органлари билан ўзаро алоқалар мажмуаси савдо корхонаси фаолиятидаги иқтисодий жараёнларнинг умумлаштирилган кўринишидир.

Чакана савдо корхонаси аҳоли талабини қондириш асосида кам харажатлар билан фойда олишни ўз олдига мақсад қилиб қўяди. Юридик шахс мақомига эга бўлган ҳолда Ўзбекистон Республикасининг «Корхоналар тўғрисида»ги Қонунида белгилаб берилган ҳуқуқ ва мажбуриятларга эгадир.

### **1.3. Чакана савдо корхоналарининг иқтисодий мустақиллиги, манфаатлари ва уларни сафарбар этиш**

Мамлакатда иқтисодий ислохотларни либераллаштириш корхона ва фирмаларнинг хўжалик юритиш ҳамда эришган маҳсулига эгалик қилиш мақсадларида кенг имкониятлар яратиб беради. Республикамизда «Корхоналар тўғрисида»ги, «Тадбиркорлик тўғрисида»ги, «Корхоналар, бирлашмалар ва ташкилотлардан олинган солиқлар тўғрисида»ги ва бошқа Қонунларда мулкчилик шаклидан қатъий назар, хўжалик юритишнинг тенг ҳуқуқий ва иқтисодий шароитларини таъминланиши ҳақида қарор берилган.

Бозор иқтисодиёти шароитида савдо фирмалари ва корхоналари аҳоли талабига мос келадиган маҳсулот ишлаб чиқарувчи ёки етказиб берувчи фирма, компаниялар билан бевосита алоқа боғлаш ва шартномалар тузишга ҳақли. Шу каби ишлаб чиқарувчи корхоналар ҳам ўз харидорини ўзи мустақил топиши керак. Бу жараён маҳсулот сифатини яхшилашга кескин таъсир этади.

Бозорнинг ҳалқ истеъмоли моллари билан тўйиниш даражаси юқорилашиб бораётган бир даврда кўплаб мол гуруҳларининг эркин улгуржи савдоси ва мол биржалари катта аҳамият касб этмоқда. Моллар камчилигини бартараф этишда, айниқса бунинг аҳамияти бекиёс.

Ишлаб чиқариш корхонаси, фирмасига бирон маҳсулот ишлаб чиқаришини кўпайтиришга ундайдиган ёки сотилмаётгани ҳақида хабар

берувчи бўлиб савдо ҳисобланади. Бу билан савдо тармоғи саноат корхоналарига истеъмо моллари ишлаб чиқаришни кўпайтириш ва уларни харидор талабига мос бўлишини таъминлаш йўлида таъсир ўтказмоқда.

Аммо савдо фирмалари, корхоналарнинг хўжалик мустақиллиги ва ҳуқуқи кенгайиши билан бирга жавобгарлиги ҳам ошиб боради. Бу айниқса, аҳоли талабини чуқур ўрганиб, маҳсулот ишлаб чиқаришда саноат корхоналарига тўғри йўланма бериш билан ифодаланади. Баъзан аҳоли талабини яхши ўрганмай ва маркетинг изланишларини етарли йўлга қўймай туриб буюртма бериш натижасида кераксиз моллар ишлаб чиқарилиши мумкин.

Ўзбекистон Республикасининг «Корхоналар тўғрисида»ги Қонунида, «Давлат бозорни ривожлантиришга кўмаклашди, монополияга қарши тадбирларни амалга оширади ва барча меҳнатқашларнинг ижтимоий қароқчиликларини таъминлайди», – дейилган. Бунда рақобатчиларнинг обрўсини туширишга қаратилган ҳатти-ҳаракатларга, ишлаб чиқариш квоталари, сотиш ва таъминот бозорларини бўлиб олиш, эркин рақобатни чеклаш мақсадида корхоналар ўртасида монопол нарх-навони ушлаб туриш ҳақидаги ҳар қандай тил бириктиришларга йўл қўйилмайди. Акс ҳолда корхона монополияга қарши қонунларга мувофиқ жавобгарликка тортилади. Давлат қонун асосида ҳуқуқни ҳимоя қилувчи ва молия органлари орқали рақобат қилиш эркинлигини таъминлайди, истеъмолчиларни уларнинг ҳуқуқлари камситилишидан ҳамда хўжалик фаолиятининг ҳар қандай соҳасида монополия кўринишларидан муҳофаза қилади.

Чакана савдо корхоналари мустақиллигининг ошиши туфайли яқка тартибдаги меҳнат фаолияти билан шуғулланувчи фуқароларнинг, ишлаб чиқариш ширкатларининг маҳсулотини қабул қилиши ва сотиши мумкин. Аммо моллар турини кўпайтирувчи бу манбадан сует фойдаланилмоқда.

Ҳозирги даврда савдо корхонаси берилган ҳуқуқларга қарамай амалда ишлаб чиқарувчи ёки етказиб берувчи-воситачи билан мол етказиб бериш бўйича таъсирчан кучга эга бўлган шартнома тузиш имкониятига эга эмас,

чунки мол учун ҳақини олдиндан тўлаш сингари ишлаб чиқарувчи устунлиги мавжуд. Натижада моллар турини ошириш, сифатини яхшилаш бўйича маҳаллий саноат корхоналарига етарли таъсир эта олмаяпти ва аҳолига таклиф этилаётган маҳаллий молларнинг тубдан яхшиланиши сезилмаяпти.

Чакана савдо фирмалари, корхоналари фаолият дастури ва режа кўрсаткичларини белгилашда мустақилликка эга.

Чакана савдо фирмаларида тузилган меҳнат жамоалари корхона, фирманинг ижтимоий ва иқтисодий ривожланиш режаларини белгилашда етакчи куч вазифасини бажаради. Ўзини ўзи маблағ билан таъминлаш асосида ташкил этиладиган ишлаб чиқариш ва ижтимоий ривожлантириш фондлари тақсимлаш ҳар бир корхона жамоаси ихтиёридадир. Бу фонд маблағларини сарф этиш сметаси корхона жамоасининг умумий мажлисида муҳокама қилинади ва фойдаланишнинг аниқ йўналишлари белгиланади.

Бу маблағ ҳисобига ўзининг моддий-техника базасини кенгайтиради, техник қайта қуришни амалга оширади, ходимларнинг меҳнат шaroитларини яхшилайти ва ижтимоий эҳтиёжларни қондиришга сарфлайди.

Товар захиралари нормативини белгилашда ҳам савдо фирмалари, корхоналари мустақилликка эга. Бозор иқтисодиёти шароитида хўжалик юритишда савдо корхонасига меъёрдан ортиқча ва ўтмайдиган моддий-товар бойликларини сақлаш хўжалик фаолияти кўрсаткичларининг ёмонлашувига олиб келади ва аксича, товар захиралари нормативини оптималлаштириш корхона рентабеллигини оширишга имкон яратади. Оптимал мол захиралари оз меҳнат ва пул харажатлари ёрдамида харидорни маҳсулот билан узлуксиз таъминлашга замин яратади.

Бундан ташқари савдо корхонаси дўконлари ва омборларида тўпланиб қолган молларга бефарқ қараб тура олмайди. Маълумки, ўтмай қолган молни йиллар мобайнида сақлаш, сўнгра қайта-қайта арзонлаштириб, паст нархда сотиш ортиқча харажат ва зарар келтиради. Харидор эса, кўп ҳолларда бундай молдан қониқмайди. Шунинг учун савдо корхонаси ўтмай қолган моллар

нархини ўз вақтида арзонлаштириб сотишда, ким ошди савдосини ташкил этишда кенг мустақилликка эга.

Бозор иқтисодиётида рақобатнинг мавжудлиги корхоналарни шароитга тез мослашишга, чакқонлик билан фаолият усулларини, шаклларини ўзгартиришга, ишлаб чиқариладиган ёки сотиладиган молларни янгилаш, сифатини яхшилаш, харажатларни камайитириш, инвестиция ва инновация билан шуғулланиш, фаол маркетинг, реклама сиёсатини олиб бориш каби жараёнларга ундайди.

Иқтисодий манфаатдорлик негизида зришилган натижалар, яратилган маҳсулотнинг яратувчилари ўртасидаги тақсимотиға оид иқтисодий алоқалар ётади. Бу натижаларга эга бўлиш, улардан фойдаланиш, бошқариш шаклларида намоён бўлади.

Натижада иқтисодий мустақиллик асосида қилинган самарали меҳнат манфаатдорлик келтиради ва у янги юксак поғоналарга чорлайди.

Бозор иқтисодиёти шароитида мулк шаклларининг турли-туманлигига мос ҳолда корхоналарнинг турлари шаклланади. Мулк шаклининг хилма-хиллиги асосида мол, маҳсулотлар муайян мулк объекта бўлганда савдо-сотик амалга ошади.

Турли мулк шаклиға оид корхоналарнинг шаклланиши ва ривожланишиға ҳукуватимиз томонидан қабул қилинган қонунлар, қарорлар, фармонлар, дастурлар ва шу каби бир қатор меъёрий ҳужжатлар кенг имконият яратди. Ўзбекистон Республикасининг «Мулк тўғрисида»ги Қонуниға биноан корхоналар қуйидаги мулк шаклларида бўлиши мумкин:

- хусусий корхонлар;
- ширкат корхоналари;
- давлат корхоналари;
- аралаш корхоналар;
- қўшма корхонлар ва ҳоказо.

Мазкур Қонунға кўра давлат барча мулк шаклларининг тенг

хуқуқчилигини ва хуқуқий жиҳатдан муҳофаза этилишини кафолатлайди.

**Хусусий корхонлар** хўжалик юритувчи ва тадбиркорлик субъектлари ўз мол-мулкига хусусий тарзда эгалик қилиш, ундан фойдаланиш ва уни тасарруф этиш хуқуқини беради. Хусусий мулк тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишдан олган даромадлари ҳамда кредит муассасаларига қўйган маблағларидан, акциялар ва бошқа қимматбаҳо қоғозлардан келган даромадлардан ҳамда қонунда руҳсат этилган бошқа манбалар ҳисобига ҳосил этилади ва қўпайиб боради.

**Ширкат (жамоа) мулки корхоналари** оилавий мулкни, кооперативларнинг ижара, жамоа корхоналарининг мулкни, турли хўжалик жамиятлари ва ширкатларининг, ассоциациялар ва юридик шахс ҳисобланган бошқа бирлашмаларнинг мулкни ўз ичига олади. Хўжалик жамияти ва ширкати юридик шахс ҳисобланган ҳолда унинг мулки қатнашчиларининг қўшган ҳиссаси ҳисобидан, хўжалик фаолияти натижасида олинган ҳамда қонунда маън этилмаган бошқа асосларда улар томонидан қўлга киритилган мол-мулкдан ҳосил бўлади.

Хўжалик жамияти ва ширкати қатнашчиси қўшган ҳисса таркибига асосий ва оборот фондлар, пул маблағлари ва қимматли қоғозлар, ўзга мол-мулк ҳамда мулк хуқуқлар кириши мумкин.

**Ҳиссадор (акциядор) корхоналар** акциялар сотиш ҳисобига ҳосил бўлган, шунингдек ўз хўжалик фаолияти натижасида олинган ва қонунда маън этилмаган бошқа асосларга биноан қўлга киритилган мол-мулкнинг эгасидир. Давлат корхонаси ваколат берилган идорасининг қарорига асосан корхонанинг бутун мол-мулки миқдоридан акция чиқариб акционерлик жамиятига айлантирилиши мумкин.

Акцияларни сотишдан олинган маблағ давлат корхонасининг қарзлари қоплангандан кейин тегишли бюджетга тушади.

**Давлат мулки** субъекти республикада халқидир. Давлат корхоналарига хуқуқни халқ номидан давлат бошқарув органлари амалга оширади. Давлат корхоналари жамият мулкчилиги шаклларида бири бўлиб, бунда корхонага

эгалик қилиш, фойдаланиш ва уни тасарруф қилиш давлат ихтиёридадир.

**Маъмурий-худудий тузилма корхонлари** маҳаллий бюджет ҳисобидан вужудга келтирилган ҳамда сотиб олинган, шунингдек давлат мулкдан ўтказилган ва маҳаллий аҳамиятга молик бўлган корхоналардир.

Қўшма корхоналар мулки Ўзбекистон Республикаси ва бошқа давлатларнинг юридик ҳамда жисмоний шахслари иштирокидаги қўшма субъектлар мулкдир. Қўшма корхоналар мамлакатимиз ҳудудида хўжалик жамиятлари ва ширкатлари шаклида барпо этилиб, улар таъсис ҳужжатларида назарда тутилган фаолиятни амалга ошириш учун зарур мол-мулкка эгалик қилишлари мумкин.

**Чет эл фуқаролари корхоналари** — бу хорижий мамлакатлар фуқароларининг мамлакатимиз ҳудудидаги корхоналарига тўла эгалик қилиш хуқуқи бўлган корхоналардир. Давлат бу корхонанинг дахлсизлигини ва бошқа давлатларга бу мулкни эркин утказилишини кафолатлайди.

**Чет эл юридик шахслари корхоналари** — булар Ўзбекистон ҳудудида хўжалик фаолиятларини ва давлатимиз қонунларида маън этилмаган бошқа фаолиятни амалга ошираётган хорижий юридик шахслар субъектлари бўлиб, улар тадбиркорлик фаолияти учун зарур бўладиган ўз мулкларига эга бўлишга ҳақлидир. Корхона мулкни қўпайтириш ва бошқа давлатларга ўтказиш қонунан таъминланади.

Корхоналарнинг кенг тарқалган шакли **масъулияти чекланган жамиятдир**. Масъулияти чекланган корхоналар шундай корхоналарки, уларнинг Низом жамғармаси чекланган, яъни улушларга тақсимланган бўлади. Уни таъсис қилувчилар фирма мажбуриятлари юзасидан фақат ўз улушлари доирасида жавоб берадилар. Бундай жамият кенг ривожининг асосий сабаби жамиятнинг шакллантириш учун зарур маблағларнинг нисбатан озлигидир. Унга хос белгилар қуйидагилардан иборат:

- бундай жамият ҳар доим ёпиқ жамият ҳисобланади;
- таъсис қилувчилар нафақат мулкдор бўлиб қолмай, балки жамиятнинг ривожланишига қўмаклашишлари керак;

- масъулияти чекланган жамиятни тарк этганларга уларнинг улуши кайтариб бериледи ва жамият фаолияти давом этади;

- жамият аъзоси ўзига тегишли улушарни қолган аъзоларнинг розилигисиз сотиб юбориши мумкин эмас, чунки сотиб олишга масъулият чекланган жамият аъзолари кўпроқ ҳақли ва имтиёзларга эга.

Турли мулк эгаллигига хос корханаларнинг мустақил фаолият доираси, иш юритиш, яратган маҳсулотни ўзлаштириш тартиби бўлгани билан, уларда умумийлик, яхлитлик мавжуд. Чунки улар ягона иқтисодиётда бир-бири билан узвий, чамбарчас боғлиқдир. Корхоналар турли-туманлиги бир-бирини бойитади, ривожланишига, такомиллашувига замин яратади. Бу замин рақобат кураши воситасида шаклланади. Қайси корхона рақобатбардош бўлса, ўзини оқлаган ҳисобланади ва янада юксалади ёки аксинча.

#### **1.4. Чакана савдо корхонасини ташкил этилиши ва унинг фаолиятига жамият иқтисодий тизимининг таъсири**

Корхонани ташкил этиш, шакллантириш қўйилган мақсаддан бошланади. Аввало бозорни ўрганиш ва мўлжалланаётган маҳсулотнинг бозордаги ҳолатини аниқлаш, яъни шу маҳсулот таклифи ва унга бўлган талаб ўртасидаги муносабатни аниқлаш лозим. Ушбу фаолиятга тегишли чекланишлар, тўсиқларни ўрганиш, имкониятлар ва имтиёزلарни ўрганш талаб этилади.

Мамлакатимизнинг бозор иқтисодиёти тизимига ўтиши ва жамиятни шу аснода ривожлантириш имкониятларини яратиш турли-туман ҳажмдаги, турлича ҳўжалик юритиш ва мулкчилик корхоналарни барпо этиш йўллари кўрсатиб бери.

Шунинг учун корхона масштаби, тадбиркорлик шаклини аниқлаш мақсадга мувофиқдир. Тадбиркорлик шакллари биноан корхона кичик ёки йирик фаолиятли шакллардан бирини танлайди.

Корхона ишлаб турган корхоналар, ташкилотлар таркибидан битта ёки бир нечта таркибий бўлинманинг шу бўлинма (бўлинмалар) меҳнат жамоаси ташаббуси билан ажралиб чиқиш натижасида, агар бундай ажралиб чиқиш учун

корхона мол-мулки эгасининг розилиги бўлса ва корхона илгари ўз зиммасига олган мажбуриятларнинг бажарилиши таъминланса, тузилиши мумкин.

Корхонани барпо этиш ва унинг фаолияти учун ер участкаси, бошқа табиат ресурслари талаб қилинадиган ҳолларда улардан фойдаланишга рухсатномани тегишли ҳокимиятлар, қонун ҳужжатларида кўрсатиб ўтилган ҳолларда эса экология экспертизасининг ижобий ҳулосаси бўлган тақдирда табиатдан фойдаланувчи тегишли бошланғич ташкилот томонидан ҳам бериледи. Корхона давлат рўйхатидан ўтган қундан бошлаб барпо этилган деб ҳисобланади ва ҳуқуқий шахс мақомини олади.

Давлат рўйхатидан ўтказиш корхона жойлашган туман ҳокимияти томонидан амалга оширилади. Давлат рўйхатидан ўтказиш учун корхонани барпо этиш тўғрисидаги қарор. Низом ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вази́рлар Маҳкамаси томонидан белгилаб қўйилган рўйхат бўйича бошқа ҳужжатлар талаб этилади.

Корхонанинг барча ҳужжатлари қонун талабларига мос келган шароитда у рўйхатга олинади.

Корхона юридик шахс мақомига эга бўлган шўба корхоналар, шунингдек, филиаллар, ваколатхоналар, бўлимлар ҳамда жорий ва ҳисоб-китоб рақамлари очиш ҳуқуқига эга бўлагн бошқа алоҳида бўлинмалар тузиш ҳуқуқига эга бўлиб, улар тўғрисидаги низомларни тасдиқлайди.

Корхона давлат рўйхатидан ўтказилганидан сўнг юридик шахс мақомига эришган ҳолда, маълум мулкка, ҳўжаликни юритиб, бошқариш ҳуқуқига, ўз номидан мавжуд мол-мулки миқёсида, мажбуриятлари ва жавобгарликка эга бўлади. Корхона мустақил балансга, банкда жорий ва ҳисоб-китоб рақамларига ҳамда ўз номига эга бўлади.

Корхоналар Низом асосида фаолият юритади. Корхона Низомида қуйидагилар белгилаб қўйилади:

- корхонанинг номи ва юридик манзили;
- фаолият тури ва мақсадлари;



- унинг бошқарув ва назорат органлари, уларнинг ваколати;
- корхона мол-мулкни ташкил этиш ва фойдани (даромадни) тақсимлаш тартиби;

- корхонани қайта ташкил этиш ва фаолиятини тўхтатиш шартлари.

Низомга корхона фаолиятининг хусусияглари билан боғлиқ бўлган, Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонун ва меъёрий-ҳужжатларига зид келмайдиган бошқа қоидалар ҳам киритилиши мумкин.

Корхона маълум миқдорда мулкка эга бўлиши керак. Чунки айнан мулк корхонанинг моддий-техник имкониятлари ва иқтисодий мустақиллигини белгилайди ҳамда ишончлилигини таъминлайди.

Агар фаолият тури лицензия олишни талаб этса, корхона зарур лицензияларни олиши шарт. Корхонанинг лицензия олиниши керак бўлган фаолиятига рухсат бериш ва бундай рухсатни ҳақиқий эмас деб топиш тартиби Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

### **1.5. Чакана савдо корхонасининг устав фонди ва активларининг шаклланиши**

Корхона фаолияти учун зарур мол-мулкка эгаллик қилади, ундан фойдаланади ва тасарруф этади. Корхонанинг мол-мулки унинг асосий фондлари ҳамда айланма маблағларидан иборатдир. Корхонанинг асосий фондлари иморат, иншоотлар, бошқа ишлаб чиқариш, меҳнат воситаларидан иборат бўлиб, улар пул ўлчовида юритилиши ва эскиргани тикланиб, яроқли ҳолда сақлаб турилиши керак. Бу мулк корхона фаолияти мобайнида кўп йиллар хизмат қилади ва қиймати аста-секин ўтказиб боради.

Корхона фаолиятини юритиш учун хом-ашё, материаллар, ёқилғи, пул маблағлари ва турли арзон, майда буюмлар зарур бўлиб, улар айланма воситаларни ташкил этади. Асосий фондлар ҳамда айланма воситалар йиғиндиси корхонанинг устав фондини ташкил этади.

Корхона асосий фондлари ва айланма маблағлари, шунингдек қиймати корхонанинг мустақил балансида акс этадиган бошқа бойликлар унинг мулкчили

ташкил этади. Корхона мол-мулки қуйидаги маблағлар ҳисобига ташкил этилиши мумкин:

- таъсис этувчиларнинг пул ва моддий бадаллари;
- маҳсулот, ишлар, хизматларни сотишдан;
- фаолиятининг бошқа турларидан олинган даромадлар;
- банк ҳамда бошқа молиявий муассаса ва ташкилотлар қарз кредитлари;
- қимматли қоғозлардан олинадиган даромадлар;
- капитал маблағ ва бюджетдан дотациялар ҳисобига;
- ташкилотлар, корхоналар ва фуқароларнинг текинга ва хайрия мақсадларида берган бадаллари, шунингдек мерос тариқасида, ақирбошлаш ва совға қилиш йўли билан оладиган даромадлари;
- қонунда таъқиқланмаган ўзга манбалар ҳисобига.

Корхона ўзига қарашли мол-мулкни бошқа корхоналар, муассасалар ва ташкилотларга сотиш, топшириш, айирбошлаш, ижарага бериш, вақтинча фойдаланиш учун бепул ёки қарзга беришга ва корхона Низомида бошқа ҳоллар кўзда тутилган бўлмаса, уларни баланс ҳисобидан чиқаришга ҳақлидир. Агар Низомда ўзга ҳол кўзда тутилган бўлмаса, корхона ишлаб чиқариш воситаларни ва бошқа моддий бойликларни фуқароларга сотишга, бепул ёки ижарага беришга ҳақлидир.

Корхона ишлаб чиқаришни кенгайтириш ва такомиллаштириш, меҳнат жамоасини ижтимоий ривожлантириш мақсадларида қимматли қоғозлар чиқариш ҳамда сотиш йўли билан юридик ва жисмоний шахсларнинг пул маблағларини жалб этиш ҳуқуқига эгадир.

Жисмоний ёки юридик шахслар томонидан корхона мулкий ҳуқуқларини бузилиши натижасида унга етказилган зарар суд ёки давлат ҳакамлиги қарорига мувофиқ корхонага тўланади.

Корхона мавжуд мол-мулкдан мақсадга мувофиқ фойдаланиб фаолият юритади ва турли шериклари олдида моддий жавобгарликка эга бўлади. Агар корхонанинг ўз мажбуриятлари бўйича қарзини тўлашга қурби етмаса, қарз

берувчиларнинг талабини қондириш учун мол-мулкни сотишга мажбур бўлади. Бундай корхона банкрот ҳисобланади ва банкротликка оид қонунчиликка биноан чоралар кўрилади.

Корхонани тугатиш ва қайта ташкил этиш (бирлаштириш, қўшиш, бўлиб юбориш, ажратиш, қайтадан тузиш), корхона мол-мулки эгасининг ёки шундай корхоналарни тузишга ваколатли бўлган идоралар қарорига асосан ёхуд суд қарорига биноан амалга оширилади. Корхона давлат рўйхати реестридан чиқариб юборилган пайтдан бошлаб қайта ташкил этилган ёки тугатилган ҳисобланади.

Агар корхона бошқа корхона билан қўшилса мазкур корхоналарнинг ҳар бирига тааллуқли барча мулкӣ ҳуқуқлар ва мажбуриятлар қўшилиш натижасида вужудга келган корхонага ўтади. Бир корхонанинг бошқа бир корхонага қўшилиш чоғида унинг барча мулкӣ ҳуқуқлари ва мажбуриятлари қўшиб олган корхонага ўтади.

Агар корхона бўлиб юборилса, қайта ташкил этилган корхонанинг мулкӣ ҳуқуқлари ва мажбуриятлари, ана шу бўлиб юбориш натижасида вужудга келган янги корхоналарга, бўлиб юбориш ҳужжатлари (баланси) га мувофиқ тегишли қисмларга ўтади. Корхонадан битта ёки бир нечта янги корхонани ажратиб чиқариш чоғида қайтадан ташкил этилган корхонанинг мулкӣ ҳуқуқлари ва мажбуриятлари бўлиб юбориш ҳужжати (баланси) га мувофиқ тегишли қисмларда уларнинг ҳар бирига ўтади.

Корхона мулкдор ёки у ваколат берган идора тузган корхона инкирозга учраган тақдирда эса суд қарорига мувофиқ тугатилади.

Тугатилаётган корхонага қарз берганларнинг даъволари ана шу корхонанинг мол-мулкдан қондирилади. Бунда биринчи навбатда бюджет олдидаги қарзлар қондирилади ва тугатилаётган корхона тасарруфида бўлган ерларни қайтадан тиклаш харажатлари қопланади. Даъво қилиш учун белгиланган муддат ўтгандан кейин аниқланган ва қилинган даъволар биринчи навбатдаги даъволар, аниқланган даъволар, шунингдек, белгиланган муддатда

маълум қилинган даъволар қондирилгандан кейин корхонанинг қолган мол-мулкдан қондирилади.

Мол-мулкнинг етишмаслиги сабабли қондирилмаган даъволар бекор қилинган ҳисобланади. Тугатиш ҳайъати тан олмаган даъволар ҳам, агар қарз берувчилар даъвои тўла ёки қисман тан олмаслик тўғрисидаги хабарни олган кундан эътиборан бир ой муддат ичида ўз талаблари қондирилиши тўғрисида суд ёки давлат ҳакамлигига даъво қилмаган бўлсалар, бекор қилинган деб ҳисобланади.

Корхонани тугатиш чоғида меҳнат жамоаси аъзосининг қўшган ҳиссаси қарз берганларнинг даъволари кўзда тутилган шартлар ва тартибда қондирилгандан сўнг унга пул шаклида ёки қимматди қоғозлар билан берилади. Қарз берганларнинг ва меҳнат жамоаси аъзоларининг даъволари қондирилгандан кейин қолган мол-мулкдан мулкдорнинг кўрсатмасига биноан фойдаланилади. Корхона қайтадан ташкил этилганида унинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари қонуний ворисларига ўтади.

#### **1.6. Чакана савдо корхонасининг ташкилий тузилиши ва унинг самарадорлиги**

Бозор иқтисодиёти шароитида ишлаётган корхоналарнинг бошқариш тизими унинг фаолияти хусусиятлари ва ҳажмига мос келиши керак. Бошқаришнинг асосий вазифалари ташкил этиш иқтисодий таҳлил, режалаштириш, ҳисоб-китоб, назоратдан иборат. Бу вазифаларни адо этиш давомида корхонанинг иқтисодий механизми камраб олинади.

Корхона бошқарув тузилиши, шакли ва услубларини мустақил аниқлайди, ходимлар сонини белгилайди.

Мулк эгаси корхонани бевосита ёки ўзи ваколат берган идоралар орқали бошқаради.

Корхона тузилиши шаклланаётганда бошқарув ишларининг тақсимои ва ихтисослашишга эътибор берилади. Меҳнат тақсимои, ихтисослашиш бошқарув ходимларининг меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини оширади.

Аммо қўшимча бўғинларнинг пайдо бўлишига, улар ўртасидаги алоқаларнинг ва бошқарувнинг мураккаблашишига олиб келади.

Бошқарув тузилиши корхона, фирманинг ҳажмига боғлиқ бўлиб, фаолият доираси қанчалик катта бўлса, шунчалик бошқарув тизимига кўпроқ кадрлар жалб этилади.

Ташкилий тузилишда раҳбарга беихтиёр қуйи бўғинларнинг бўйсунishi кичик савдо корхоналарида кенг учрайди. Буни қуйидаги чизма кўринишида ифодалаш мумкин.



1-расм. Корхонанинг ташкилий тузилишида беихтиёр раҳбарга бўйсунish тури

Бундай тузилишда бошқарув қарорларининг бажарувчиларга етиб бориши тезлашади ва улар устидан назорат ҳам бевосита амалга оширилади. Шунинг учун маълум катталиқдаги корхоналарга бу бошқарув тизими иқтисодий оқланган, самарали ҳисоблаади. Бошқарувнинг бевосита алоқадаги тизимида раҳбар олдига катта масъулият қўйилади. Чунки раҳбар фаолиятнинг барча томонларига тегишли масалаларни билиши керак бўлади ва бунда меҳнат тақсимотига ўрин қолмайди. Бу ҳолат бошқарувни бирмунча мураккаблаштиради, айниқса фаолият доираси кенгайиб боргани сари бошқариш самарадорлиги пасаяди.

Корхона раҳбарлик вазифасини, бошқармалар ва бўлимлар бошлиғи вазифасини бажаришга корхона эгасининг ҳошишига биноан иш юритувчи-менежер ёллаш мумкин.

Корхонанинг бошқарув тузилиши корхона фаолияти давомида, қўйилган вазифаларнинг бажарила боришн, янги вазифаларнинг қўйила бошлаши билан ўзгаришларга дуч келиши мумкин.



2-расм. Корхонанинг функционал бошқарув тузилиши

Бозор иқтисодиётига хос бўлган рақобат курашининг кучайиб бориши бозорни ва рақобатчиларни ўрганиш йўналишидаги маркетинг изланишларига катта эътибор берилади ва бу йўналишдаги бошқарувчи-менежер фаолияти натижаларига боғлиқлик кучаяди. Аммо ҳар қандай иқтисодий шароитда ҳам бошқарув тузилиши самарали, бошқарув қарорлари бажарувчига аниқ ва тез етиб бориши таъминланадиган бўлиши керак.

### 1.7. Чакана савдо корхонасида бошқарувнинг иқтисодий усуллари ва механизмлари

Эркин иқтисодий ислохотлар шароитида корхоналар хўжалик фаолиятини юритишда бошқарувнинг иқтисодий усул ва механизмларининг аҳамияти кескин ошади. Улар Чакана савдо ҳисобини мустаҳкамлаш ва корхоналар мустақиллигини кенгайтиришга, маъмурий-бошқарув усули, корхоналар ишига аралаштириш доирасини торайтириб, уларга имкониятларидан кенгрок фойдаланишга замин яратадилар. Бошқарувнинг иқтисодий усуллари аниқ шакли ҳисобланган иқтисодий воситалар корхона ва фирмаларни кам харажат билан юқори пировард натижага эришишга ундайди.

Буларга солиқ, кредит, нарх, молия, иқтисодий нормативлар, моддий манфаатдорлик, даромад, харажатлар, жарималар, устама ва бошқа қатор воситалар киради. Иқтисодий воситаларга таянган ҳолда савдо фирмаси, корхонаси иқтисодий асосланган дастур ва режалар ёрдамида, ўзини ўзи маблағ билан таъминлашга интилади.

Иқтисодий воситалар ичида **корхоналар молияси** муҳим ўрин эгаллайди. Корхоналар фаолиятида молиянинг суестилиги таъсирида уларнинг иқтисодий ночор аҳволга тушиб қолиш ҳоллари учрайди. Бугунги кунда бозор шароитининг молиявий механизмини тубдан қайта куриш амалга оширилмоқда. Бозор молия механизмини шакллантиришдан бош мақсад бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришни жадаллаштириш;
- иқтисодий мустақилликни мустаҳкамлаш;
- моддий ва молиявий ресурсларни тежаш;
- корхона даромадларини ошириш;
- бюджет ва бошқа ташкилотларга иқтисодий нормативлар асосида маблағ ажратиш;
- молия интизомини кучайтириш;
- корхоналарнинг тўлов қобилиятини ошириш;
- хўжалик ташаббусини ҳар томонлама рағбатлантириш;
- пировард иш натижалари ва давлат олдидаги мажбуриятларни бажариш учун масъулиятни кучайтириш.

Чакана савдо фирмалари, корхоналарини ривожлантиришда ҳозирги кунда асосий маблағ уларнинг ўз маблағлари ёки вақтинча жалб этилган қарзлардан иборатдир. Демак, корхона ўзини ўзи иқтисодий ва ижтимоий ривожлантириш учун молиявий ресурсларининг етарли бўлишига эришиши керак.

Иқтисодий бошқариш воситаларидан бири **кредит** бўлиб, унинг бозор шароитидаги ислоҳоти банк тизимидаги ислоҳотлар билан боғлиқдир.

Банкларнинг Чакана савдо, инвестиция, ташқи савдо, халқаро ва эмиссия турларининг шаклланиши кредит бериш шарт-шароитларини, фоизларини ўзгартиради. Айниқса банклар ўртасидаги мижоз учун рақобатнинг кучайиши кўпгина қулайликлар яратади.

Банк кредити савдо тармоғининг барча бўғинлари фаолиятида юксак пировард натижаларга эришиш, истеъмол моллари соғиш ва аҳолига пуллик хизматлар кўрсатишни иқтисодий рағбатлантириш, ҳамда товар ва бошқа моддий неъматлар қолдиқларининг асоссиз тарзда ўсишининг олдини олишда **иқтисодий манфаатдорлик** яратиши керак. Қарзларни узиш муддатлари мунтазам бузилган тақдирда қайтадан яна кредит бериш тўхтатилади. Айниқса ўз вақтида қайтарилмаган кредит учун тўланадиган фоиз даражаси анча юқоридир.

Бозор иқтисодиёти шароитида **нарх** кучли иқтисодий восита сифатида намоён бўлади. У иқтисодиётнинг ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичдир. Ижтимоий зарурий харажатлар нархларнинг иқтисодий асоси ҳисобланади. Бозор шароити талабларига аал қилмаслик маҳсулот нархи билан унинг қиймати ўртасида кескин фарқга олиб келиши мумкин. Сифатли маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотишда нархнинг рағбатлантирувчилик роли айниқса яққол кўринади. Нархнинг рағбатлантирувчилик кучи аҳоли талабига мос ва фойда келтирадиган молни ишлаб чиқариш, келтириш ва сотишни қупайтиришда ифодаланади.

Иқтисодий воситалардан яна бири **солиқлар** ҳисобланиб, улар ёрдамида давлат маҳсулот ишлаб чиқариш ва сотишни кўпайтириш ёки камайитириши мумкин. Бунга солиқ юкини ошириш ёки камайитириш, баъзи ҳолларда эса умуман ундан озод этиш йўли билан эришилади. Иқтисодий асосланган солиқлар мақсадга етиштириши мумкин.

**Иқтисодий нормативлар** таъсирчан восита сифатида намоён бўлади. Бозор механизми шароитида қатор янги нормативлар ҳаётга татбиқ этилади. Иқтисодий асосланган барқарор нормативлар корхона фаолияти натижаларидан манфаатдорликни таъминлайди.

Шартнома-контрактлар шартлари ва молия интизомини бузувчиларга моддий таъсир кўрсатиш мақсадида фойдаланиладиган **иқтисодий жарималарнинг** бозор хўжалик механизмида ўзига хос ўрни мавжуд. Улар конунлар, қарорлар, фармонлар, низомлар ва шу каби бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда назарда тутилган бўлади.

Шундай қилиб иқтисодий воситалар бозор иқтисодиёти хўжалик юриштишининг муҳим таркибий қисми ва айни вақтда қуролидир.

### **Муустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Чакана савдо корхонасининг моҳиятини очиб беринг.
2. Чакана савдо корхонасининг ҳуқуқий асоси деганда нимани тушунаси?
3. Чакана савдо корхонасининг хўжалик асоси деганда нимани тушунаси?
4. Чакана савдо корхонасининг тармоқ асоси деганда нимани тушунаси?
5. Чакана савдо корхоналарининг қандай ташкилий-ҳуқуқий шакллари биласиз?
6. Янги корхона қандай ташкил этилади?
7. Корхона давлат рўйхатидан ўтказиш қандай амалга оширилади?
8. Корхонанинг устав фонди қандай шаклланади?
9. Корхонанинг ташкилий-бошқарув тузилмаси деганда нимани тушунаси?
10. Корхона бокаришининг иқтисодий усулларига нималар киради?

## **2-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КОНЦЕССИЯСИНИНГ БИРИНЧИ ДАРАЖАСИ**

### **2.1. Чакана савдо тармоқларининг турлари ва уларнинг аҳолига савдо хизмати кўрсатишдаги роли**

Товарни сўнги истеъмолчига етказиб бериш жараёни чакана савдо тармоғида тугалланади. Шу туфайли савдо тармоғининг асосий вазифаси савдо хизматининг юқори сифатини сақлаган ҳолда ижтимоий меҳнатни энг кам сарфлаб мол сотишни таъминлашдан иборатдир.

Савдо тармоғини ривожлантиришга қўйиладиган муҳим талаблардан бири истеъмол харажати қисқартиришдир. Мамлакат бўйича аҳоли товар олишга йилига 30 млрд. соатга яқин вақт сарфлайди. Жамият учун бу улкан йўқотишни қисқартириш, яъни истеъмол харажати анча камайириш муҳим иқтисодий ва ижтимоий вазифадир.

Савдо тармоғини ривожлантириш истеъмол сарфларини тежаш, талабни қондириш ва савдо маданияти даражасини юксалтиришнинг зарур шarti ҳисобланади.

Кейинги йилларда мамлакатда аҳолини савдо тармоғи билан таъминлаш мунтазам равишда ўсиб бормоқда.

Кейинги йилларда савдо тармоғини сифат жиҳатдан яхшилаш учун кўп ишлар қилинди. Савдо корхоналари сон жиҳатдан ўсиш оилан бирга, анча йириклашди ҳам.

Савдо тармоқларининг кенгайиши ва йириклашиши илмий-техника тараққиёти ютуқларини жорий этиш, савдо-сотикнинг илғор методларини, замонавий технология ва бошқариш усулларини кенг қўллаш имконини беради.

Чакана савдо тармоғининг кенгайтирилиши ва йириклаштирилиши савдо тараққиётининг асосий йўналиши ҳисобланади.

Чакана савдо тармоғи халқ истеъмол моллари сотиладиган турли корхоналарни бирлаштиради. Чакана савдо корхоналари савдо майдонининг ҳажми, қандай мол сотилиши, савдо хизмати кўрсатиш характери ва бошқаларга қараб фаркланади.

Савдо хизмати кўрсатиш характерига ҳараб савдо тармоғи стационар, кўчма ва посылка (жўнатув) қиладиган турларга бўлинади.

Чакана савдо тармоғининг асосий тури стационар тармоқдир. Стационар савдо тармоғи яна магазинлар тармоғи ва майда чакана савдо тармоғига бўлинади.

Чакана савдо тармоғида стационар бинолардан иборат магазинлар асосий ўрин тутди. Бу магазинларда кўп хил товар сотиш ва хизмат кўрсатишнинг илғор методларини жорий этиш учун шароит таъминланади.

Мамлакатимиздаги чакана товар айланмасининг 90%и магазинлар ҳиссасига тўғри келади.

Магазинлар тармоғига қўшимча равишда кичик-кичик мавсумий мол сотиш пункт (палатка, киоск, дўкон)лари ташкил этилади. Бу майда савдо тармоғи магазинлар ўрнини вақтинча босиши ёки уларга қўшимча бўлиши мумкин.

Магазинлар куриш мақсадга мувофиқ бўлмаган кам аҳоли пунктларга, шунингдек, аҳоли пунктларидан олис жойларда ишлаётган меҳнаткашларга савдо хизмати кўчма савдо воситалари (автомагазин, вагон, кема-дўкон, поезд-магазин ва бошқалар) кўмагида кўрсатилади.

Автомагазин кўчма савдонинг хийла самарали чакана корхонасидир. Тезкорлиги ва ихчамлиги туфайли у катта-катта территориал зоналарга хизмат кўрсатиши, кам аҳолили олис пунктларга тез-тез катнаб туриши мумкин.

Посылка савдоси корхоналарини ривожлантиришга ҳозир катта эътибор берилмоқда; бу корхоналар маҳаллий почта алоқаси бўлимлари ўтайдиган савдо-сотиқ ишларида воситачи бўладилар. Бунда жўнатиш базалари ва уларнинг бўлимлари асосий корхоналар ҳисобланиб, улар товарни буюртма бўйича почта орқали посылка тарзида жўнатиш йўли билан сотадилар.

Товар сотиш магазинларнинг асосий функциясидир. Асосий функцияни эса бошқа қўшимча функцияларни бажармай туриб, ўтаб бўлмайди.

Магазинлар бир қатор коммерция ва технологик функцияларни бажаради.

Магазиннинг асосий савдо коммерция функциясига қуйидагилар киради: истеъмол талаби ва хизмат кўрсатишни ўрганиш;

савдо ассортиментини тузиш;

товарларга талабнома-буюртмаларни ишлаб чиқиш; товар ва хизмат кўрсатиш рекламаси; савдо хизмати кўрсатиш (консультация бериш, сотиш).

Магазиннинг асосий технологик функцияларига қуйидагилар киради:

тушаётган товарларни сифат ва миқдорига қараб қабул қилиб олиш;

уларни сақлаш;

товарларни сотишга тайёрлаш;

уларни савдо залларига жойлаш ва очиб қўйиш;

харид қилинган товарлар ҳақини ҳисоб-китоб қилиш.

Бундан ташқари, чакана савдо корхоналари зиммасига магазиндан сотиб олинган газламани бичиб бериш, тайёр қийимларни енгил-елпи тузатиш, товарни харидор кўрсатган адресга элтиш, уйига ўрнатиб бериш ва ҳоказо каби хизмат кўрсатиш вазифаси юкланади.

Магазиннинг кўлами, ходимлар сони ва бошқа омилларга қараб бажариладиган хизматларнинг аниқ рўйхати тасдиқланади.

Фирма савдоси корхоналарига алоҳида функциялар юкланади. Ҳозирги вақтда мамлакатда саноат министрликлари ва бирлашмаларига қарашли фирма магазинлари тармоғи кенгаймоқда. Улар харидорлари эҳтиёжини ўрганиш ва дидини шакллантиришнинг амалдаги лабораториялари бўлиб хизмат қилишлари керак. Ишлаб чиқариш билан савдо ўртасидаги хўжалик алоқасини мустаҳкамлаш, ассортиментни янгилаш, моллар сифатини яхшилашда фирма магазинлари муҳим роль ўйнайди. Улар хизмат кўрсатиш маданияти намунаси бўлиши лозим.

## **2.2. Чакана савдо тармоқларини ихтисослаштириш**

Чакана савдо тармоқларини ривожлантириш ва харидорларга хизмат кўрсатиш маданиятини юксалтириш магазинларни ихтисослаштириш билан узвий боғлиқдир.



Товар ассортиментининг узлуксиз кенгайиб бориши ва уни магазинлар ўртасида оқилона тақсимлаш зарурати ихтисослаштириш заруратини келтириб чиқаради. Ихтисослаштириш аҳоли эҳтиёжини янада яхшироқ ва тўла қондириш мақсадида умумий савдо хизмати жараёнида магазинлар ўртасида фаолият тақсимотидан иборатдир.

Ҳозирги шароитда магазинларни ихтисослаштириш қуйидаги уч йўналишда ривожланмоқда:

1. Товар-тармоқ белгисига кўра.
2. Истеъмол комплексларига кўра.
3. Хизмат кўрсатиш методига кўра.

Товар ассортиментини ўта хилма-хиллиги билан характерлидир. Саноатимизда ишлаб чиқарилаётган халқ истеъмоли товарлари миқдори 1 млн.дан ортади, тажриба бундан ҳам кўпайишини яққол кўрсатиб турибди. Энг йирик магазинларни ҳисобга олмаганда, бу товарларнинг ҳаммасини айрим магазинларда сотиш аслида мумкин эмас. Шу сабабли товар ассортиментини магазинларга тақсимлашда товар номенклатурасини қисқартириш ва аҳолига бирга кўшиб сотиш учун уларни айрим магазинларга ўзаро мослаб юбориш керак бўлади. Магазинлар фаолиятини бундай айрим группа ёки ҳатто турига қараб чеклаш товар-тармоқ жиҳатдан ихтисослаштириш бўлади.

Барча товарларни йирик товар тармоқларига, кейин эса товар группалари ва группачаларига тақсимлаш чакана савдо корхоналарини ихтисослаштиришнинг асосини ташкил этади.

Ноозик-овқат товарлари савдосида ҳозир қуйидаги тўртта товар тармоғи мавжуд:

1. Кийим-кечак, пойабзал ва пардоз буюмлари.
2. Маданий- маиший ва спорт буюмлари.
3. Уй- рўзгор ва хўжалик буюмлари.
4. Ишлаб чиқариш-хўжалик буюмлари.

Ихтисослаштириш жараёни айрим тармоқлар доирасида талаб жиҳатдан ўзаро яқин товар группалари ёки группачаларини бирлаштириш асосида амалга

оширилмоқда. Натижада ихтисослашганлик даражасига қараб, савдо корхоналарининг хилма-хиллиги ҳосил бўлади.

Товар бўйича ихтисослашга қараб магазинлар қуйидаги турларга бўлинади:

**универсал** – кўп товар группаларидаги товарлар билан савдо қилувчи магазинлар (масалан, универмаг, универсам);

**ихтисослаштирилган** – савдо қилаётган товар ассортиментини бир товар группасидан иборат (масалан, пойабзал, китоб, газлама) магазинлар;

**тор ихтисослаштирилган** – савдо қилаётган товар ассортиментини товар группасининг бир қисми (группача)ни ташкил этган (масалан, шойи газлама, эркалар оёқ кийими ва ҳоказо) магазинлар;

**комбинацияланган** – талабга кўра ўзаро яқин бир неча товар группаси (масалан, упа-элик-атторлик, мўйна ҳамда бош кийими ва бошқалар) бирлаштирилиб савдо қилинадиган магазинлар;

**аралаш** – озиқ-овқат ва ноозик-овқат товарларнинг турли группалари товарлари билан савдо қилувчи магазинлар.

Магазинларни ихтисослаштиришда қуйидаги омиллар ҳисобга олиниши лозим:

а) товар ассортиментининг хусусиятлари; товар ассортиментини қанча кенг бўлса, у ихтисослаштиришни шунча кўп талаб қилади;

б) харидор талабининг кундалик, мавсумий ёки аҳёний эканлигидан иборат характери. Қунига талаб қилинадиган товарлар харидорга энг яқин туриши лозим. Шунинг учун ҳам улар билан савдо қиладиган магазинларни ихтисослаштириш имконияти мавсумий ва аҳёний талаб товарларга қараганда чекланган бўлади:

в) савдо хоналарининг ҳажми. Товар айланмаси узлуксиз ўсиб, товар ассортиментини кенгайиб бораётган ҳозирги шароитда савдо майдони кичик магазинларда хийла тор ихтисослаштириш зарурати туғилади;

г) магазиннинг оборот ҳажми ва жойлашиш ўрни. Магазин ҳажми орта борган сари тор ихтисослаштириш зарурати қамая боради. Оборот ҳажми савдо

хоналарининг ҳажмигагина эмас шунингдек, магазин хизмат кўрсатадиган аҳоли жой кўламига ҳам боғлиқ. Магазин қанча кўп аҳолига хизмат қилса, товар обо роти шунча кўп бўлади. Бинобарин, товар айланмаси ҳажми кенг бўлгани ҳолда тор ихтисослаштирилган магазин кенг ихтисослаштирилган магазинга нисбатан кенгроқ фаолият доирасига эга бўлиши лозим.

Чакана савдо тармоғини ихтисослаштиришнинг бир **қатор** ижобий томонлари бор.

Товарга қараб ихтисослаштириш группа ичидаги ассортиментни кенгайтириш, харидорга бир группа доирасида кўпроқ товар таклиф этиш, харидорлар талабини чуқурроқ ўрганиш, сотувчилар малакасини ошириш, хийла такомиллашган жиҳозларни ишлатиш, савдода рационал технологияни жорий этиш имконини беради.

Магазинларни ихтисослаштиришнинг устунликлари билан бирга, бир қатор муҳим камчиликлари ҳам бор. Ихтисослаштирилганда айрим товарлар билан савдо қилувчи пунктлар сони камайдди, бир группадаги товарлар бир магазинда жамлангани учун аҳолига хизмат кўрсатиш доираси (радиуси) кескин кенгайдди, аҳолининг турли хил моллар харид қилиш учун вақт сарфи хийла ортади.

Магазинларнинг ихтисослаштирилиш даражаси, профилининг танланиши иқтисодий жиҳатдан асосланган бўлиши лозим. Шу тўғрисида иқтисослаштиришни ривожлантириш учун бу соҳадаги барча шарт-шароитларни чуқур таҳлил қилиб чиқиш керак.

Иқтисодий жиҳатдан асосланганлик, мақсадга мувофиқлик, хўжалик ҳисоби ихтисослаштиришга асос бўлади. Шу шарт-шароитлар мавжуд бўлгандагина асосий мақсадга эришилган, яъни аҳолига энг кўп қулайликлар яратилган, савдо корхоналарининг рентабел ишлаши таъминланган бўлади.

Ҳозир товар бўйича-ихтисослаштириш икки йўналишда – биринчидан, ихтисослаштирилган магазинлар очиш ва иккинчидан универмагларда ихтисослаштирилган бўлимлар ташкил этиш орқали амалга оширилади.

Савдода магазинларни товар группаси ёки товарга қараб ихтисослаштириш анъанаси кейинги йилларда янги йўналиш, яъни истеъмол комплекслари билан савдо қилиш бўйича ихтисослаштириш билан бойиди.

Йирик магазинлар қурилиши, товар ассортиментининг кенгайтириши, харидор талабининг ўзгариши, комплекс харид қилиш ҳажми кўпинча ортиб бораётганлиги магазинларни истеъмол комплекслари бўйича ихтисослаштириш заруратини туғдирди.

Истеъмол комплекслари хилма-хил белгиларга: жинс-ёшга (масалан, «Аёллар учун», «Эркаклар учун»), маиший турмушни уюштириш хусусиятларига («Ҳамма нарса уй-рўзгор учун») дам олишни уюштириш хусусиятларига («Ҳамма нарса дам олиш учун», «Турист» ва ҳоказо) қараб ташкил топади. Истеъмол комплекслари комплекс ассортиментли магазинлар ёки секциялар ташкил қилишга асос яратади. Магазинларни истеъмол комплекслари бўйича ихтисослаштириш товарлар хилини кенгайтириш учун шароит яратади, йўлдош товарлар харид қилиш, қўшимча хизмат кўрсатиш, харидор вақтини тежаш имкониятини орттиради.

Чакана савдо тармоғининг ихтисослаштириш даражаси ихтисослашган магазинлар (универсал магазинлар ҳам) ҳамма магазинларнинг қанчасини ташкил этиши билан характерланади.

Мамлакатда магазинларни ихтисослаштириш масаласи савдо-сотик хусусиятларига қараб, универсал магазинларни кенгайтириш йўли билан ҳал этилмоқда, яъни универсаллаш вужудга келтирилмоқда. Бу прогрессив йўналиш ҳисобланади.

Шу билан бирга, кўпгина аҳоли яшайдиган пунктларда чоғроқ магазинлар тармоғи бунёд этилиб бўлди. Улардан мақсадга мувофиқ фойдаланиш зарурки, бунга ихтисослаштириш йўли билан эришилади. Ўзига хос хусусиятлари билан ажралиб турадиган товарлар савдосига ихтисослаштирилган магазинлар ташкил этиш вазифаси ҳамон муҳим бўлиб турибди. Булар қурилиш материали, мебель, шунингдек, маданий товарлар, китоб, техник жиҳатдан мураккаб товарлар билан савдо қиладиган магазинлардир.

### 2.3. Чакана савдо тармоқларини типлаштириш

Ҳозирги шароитда чакана савдо тармоғини янада ривожлантириш ва такомиллаштириш уни типларга ажратиш билан чамбарчас боғлиқдир. Чакана савдо тармоғини типлаш кенг ёйилиши лозим бўлган мавжуд типларни танлаш ва янги рационал, янада мукамал типларни ишлаб чиқишдан иборатдир.

Типлаш узоқ йиллар давомида вужудга келиб, ҳозирги савдо талабларига тўла жавоб беролмай қолган магазин типларининг; ўта хилма-хиллигини аста-секин тугатишга қаратилган.

Энг рационал магазин типларини аниқлаш, текшириш, танлаш типлаш жараёнининг биринчи йўлидир.

Иккинчи йўли – товар айланмаси тараққиётининг истикболи, ассортиментининг кенгайиши, янги техникадан фойдаланиш ва бошқаларни ҳисобга олиб, магазинларнинг янги типларини ишлаб чиқишдир.

Мавжуд савдо тармоғини қайта қуриш ва янгисини барпо этишга танлаб олинган ёки янги ишлаб чиқилган энг рационал корхона типлари асос бўлади.

Ассортимент профили, савдо майдонининг ҳажми магазин типини тайин этишда асосий белги ҳисобланади. Ассортимент бўйича типлаш ихтисослаштириш билан боғлиқ бўлиб, магазинлар учун товар номенклатурасини, яъни магазин савдо қилиши лозим бўлган товар группалари рўйхатини белгилаб беришдан иборат.

Ҳажми типлаш муайян ихтисосликдаги магазинлар учун савдо майдонининг стандарт ҳажмини белгилаб олишни такозо этади. Бунда бир товарга ихтисослаштирилган магазинлар бир неча типли ҳажмларга эга бўлиши мумкин.

Савдо тармоғини типлаш аслида айрим магазинлар ўртасида меҳнат тақсимотини мустақамлайди, ҳар қайси магазин эса, муайян группадаги товарларни харидорга етказиш функциясини бажаради.

Магазинларни типлаш қуйидаги бир қанча устунликларни таъминлайди:

1) магазинни тузишда типовой ассортимент моделларини қўллаш;

- 2) илғор типовой технологик ечимларни жорий этиш;
- 3) лойиҳалаш босқичида магазин биносига қўйиладиган технологик ва архитектура-қурилиш талабларини тўлароқ мувофиқлаштириш;
- 4) магазинларни таъминлашни пухта уюштириш учун шароит яратилади;
- 5) меҳнатни ташкил этишда ходимларнинг типовой штатларни ва нормативни белгилаш имконини беради ва ҳоказо.

Савдо корхоналари тинлари ўзгармас нарса эмас. Улар кишилар ҳаётининг ижтимоий-иқтисодий ва маданий-маиший шароити ривожланиши таъсирида ўзгаради ва такомиллашади.

Қишлоқ жойлар чакана савдосини типлашда қуйидаги принциплар асос қилиб олинган:

1. Мураккаб ассортиментли товарлар билан савдо қилишни район марказлари ва йирик аҳоли пунктларидаги универсал ва ихтисослаштирилган магазинларда тўплаш, айни вақтда кундалик эҳтиёж товарлари савдосини аҳолига яқинлаштириш.

2. Ҳар бир магазин учун унинг типига мос келадиган ва савдо майдони ҳажмини ҳисобга оладиган мажбурий товар ассортиментини белгилаш.

3. Ихтисослаштирилган магазинлар ассортиментига йўлдош товарлар киритиш.

4. Молларни истеъмол комплекслари бўйича сотиш системасини жорий қилиш.

5. Барча типдаги магазинларда товар сотишнинг илғор методларини қўллаш, универмаглар ва ихтисослаштирилган магазинларда эса харидорларга қўшимча хизмат кўрсатиш.

Мавсумий ва камталаб товарлар билан савдо қилишни бир жойга тўплаш товар таклиф қилишни жамлаш йўли билан харидорларга товарни тури, модели, фасони ва бошқа ассортимент белгиларига қараб танлаш товарларни малакали таклиф этиш имкониятини яратади.

Шу билан бирга қишлоқ магазинлари тармоғида озик-овқат маҳсулотлари, майда хўжалик ашёлари, иш кийимлари, пойабзал-атторлик

буюмлари ва шу каби бошқа энг зарур товарлар билан муттасил савдо қилиб турилмоғи лозим. Бундай система аҳоли эҳтиёжларига мос келади, товар айланмасини тезлатишни таъминлайди ва айрим магазинларда тез кетмай, туриб қоладиган камталаб товарлар йиғилиб қолишининг олдини олади.

Магазин типларини танлаш магазин типлари номенклатураси асосида амалга оширилади (1- жадвал).

#### 1-жадвал

#### Қишлоқдаги аҳоли яшайдиган жойлар ва шаҳар типдаги посёлкалар учун чакана савдо корхоналари типларининг номенклатураси

Тартиб номери	Чакана савдо корхоналари тип	Савдо майдони, кв. м ҳисобида
1	Савдо маркази	Савдо марказига кирадиган чакана савдо ва умумий овқатланиш кор хоналари таркиби билан аниқланади
2	Универсал магазин (ноозик-овқат товарларнинг универсал ассортименти ва озик-овқат товарларининг чекланган ассортименти) – Универмаг кундалик эҳтиёжбоп озик-овқат ва ноозик-овқат товарларнинг универсал ассортименти бўлган ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазини – «Универсам»	650, 850, 1000, 1650, 2150, 3000
3	«Саноат моллари»	250, 400, 600
4	«Озик-овқатлар»	150, 250, 400
5	«Маданий моллар»	100, 150
6	«Китоблар»	250, 400
7	«Хўжалик моллари»	100, 150
8	«Болалар учун моллар»	150, 250
9	«Техник жихатдан мураккаб моллар»	150, 250
10	«Техника»	250, 400
11	«Мебель»	
12	«Қурилиш материаллари билан савдо қиладиган магазин-омбор»	400, 600 400
13	«Автомобиллар»	1500
14	«Кундалик эҳтиёж моллари»	100, 150

Корхона типларининг ушбу номенклатураси магазинларнинг алоҳида бино тарзида ҳам, йирик савдо, савдо-маъмурий ва жамоат марказлари таркибида ҳам қуриладиган типовой ва индивидуал лойиҳаларини ишлаб

чиқишга мўлжалланган бўлиб, шунингдек, савдо корхоналари тармоқларини лойиҳалаштиришда чакана савдо корхонаси типларини танлаш учун ҳам мўлжалланган номенклатура асосида чакана савдо корхоналарининг маҳаллий шароитлар ҳисобга олинган ҳолда ишлаб чиқиладиган типлари бўйича зонал ва республика номенклатуралари яратилмоқда.

Магазин типлари номенклатурасини ишлаб чиқишда қишлоқ аҳолисига савдо хизмати кўрсатишни ривожлантириш ва ташкил этишнинг замонавий йўналишлари ва аввало, магазинларни йириклаштириш, замонавий технологияни жорий этиш эътиборга олинди.

Номенклатурага қишлоқ жойларда қўшлаб қуриладиган корхоналар ҳам киритилган. Бу номенклатурага киритилган барча чакана савдо корхоналари қуйидаги асосий группаларга бўлинади:

1. Комплекс характердаги корхоналар.
2. Универсал бўладиган магазинлар.
3. Кундалик эҳтиёж товарлари сотиладиган магазинлар.
4. Ихтисослаштирилган магазинлар.

Комплекс характердаги корхоналарга савдо марказлари киради. Савдо марказлари – савдо хизмати корхоналарининг вазифа ва жой жиҳатдан ўзаро алоқадор комплексидир. Комплекс таркибига универмаг ва бошқа савдо корхоналари, шунингдек, умумий овқатланиш корхоналари (ресторан ёки ошхона, кафелар) киради. Савдо маркази аҳолига энг қулай, комплекс хизмат кўрсатиш корхоналар қуриш ва ишлатиш самарадорлигини ошириш ҳамда архитектура-композицион ечимлар учун энг қулай имкониятлар яратади. Савдо маркази аҳолининг товар сотиб олишга сарфлайдиган вақтини тежайди. Ҳисоб-китоб яна шуни кўрсатадики, савдо маркази қурилиши турли жойлардаги алоҳида биноларда жойлашган корхоналарга қараганда 12-15% арзонга тушар экан.

Универсал бўладиган магазиннинг асосий тип – **универмагдир.**

Универмагларда ноозик-овқат товарлар группаси ёки группачаси ихтисослаштирилган секциялардан сотилади.

Магазиннинг «Универсам» типи истиқболли ҳисобланади. «Универсам» – ўз-ўзига хизмат кўрсатиладиган ҳамда серталаб озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат товарларнинг универсал ассортименти билан савдо қиладиган магазиндир. «Универсам»ларда ноозиқ-овқат товарлар умумий айланмасининг 30-35% ини ташкил этади. «Универсам» учун 400, 650, 1000, 1500, 2000 м<sup>2</sup> лик савдо майдонлари кўзда тутилади.

Магазинларнинг яна бир типи ихтисослаштирилган магазинлардир.

Ихтисослаштирилган магазинларнинг асосий типлари қаторига озиқ-овқат, саноат, хўжалик товарлари, мебель, маданий-маиший товарлар, китоб, техник жиҳатдан мураккаб товарлар, болаларбоп товарлар билан савдо қиладиган магазинлар, савдо-қурилиш материаллари магазин-омборлари киради.

Савдо хизмати методларини ривожлантириш ва савдода замонавий техникани жорий этиш савдо корхоналарининг янги-янги типларини яратиш имкониятини беради.

Улар қаторига мамлакатимиз ва чет эл савдоси практикасида ўрин олган, алоҳида товарлар ва товар группалари (мебель гарнитурлари, бош кийим, модали кийим-кечак ва бошқалар) билан савдо қилувчи **магазин-кўргазма** ёки **магазин-салонлар** киради.

Магазин-складлар савдо ходимларининг энг кам хизмат кўрсатиши ҳамда товар ажратиш ва ҳисоб-китоб қилиш имконини кўзда туттади. Бундай корхона чакана савдо корхонасининг одатдаги интерьерисиз жиҳозланади ва юк оқимини қайта ишлашнинг складбоп технологик системасини кўзда туттади.

Чакана савдо корхонасининг янги типларидан бири тақсимловчи магазинлар бўлиб, товарлар (озиқ-овқат маҳсулотлари, уй машиналари, телевизорлар билан савдо қилиш)га буюртма бериш усулида ишлайди. Мураккаб ассортиментли хилма-хил товарларнинг истеъмол комплекси (масалан, уйда ўрнатиб бериш учун махсус хизмат талаб этиладиган «Ҳамма нарса уй-рўзғор учун» товарлари) билан савдо қиладиган савдо-саноат

бирлашма (фирма)ларининг савдо-консультатив марказлари диққатга сазовордир.

#### 2.4. Чакана савдо тармоқларини жойлаштириш

Савдо хизмати ва товар таъминотининг сифати чакана савдо тармоқларини жойлаштиришга кўп жиҳатдан боғлиқдир.

Чакана савдо тармоқларини асосли равишда жойлаштириш меҳнат унумдорлиги ҳамда савдо самарадорлигини юксалтиришнинг муҳим омилдир. Бу аҳоли товар харид қилиш учун сарфлайдиган вақтни тежаш, меҳнаткашларнинг халқ истеъмоли товарларига эҳтиёжини тўла қондириш билан ҳам боғлиқ.

Чакана савдо тармоғини асосли равишда жойлаштириш қуйидаги асосий вазифаларни ҳал этишни таъминлаши лозим:

- 1) магазинларни товар харид қилишга мумкин қадар кам вақт сарфланадиган қилиб жойлаштириш;
- 2) мураккаб ассортиментли товарларни кўплаб магазинларга сочиб юбормай, хариддорларга кенг қўламда хилма-хил товарлар таклиф этиш;
- 3) товар айланмаси ҳажми ва магазинлар фаолиятининг рентабеллигини ҳисобга олган ҳолда, уларни территорияга қараб жойлаштиришни таъминлаш;
- 4) ҳажмларни йириклаштириш, тежамли лойиҳаларни қўллаш йўли билан магазинлар қуриш харажатларини қисқартиш.

Савдо тармоғини жойлаштириш магазинларни поғона (концентрик) тарзида тузиш, текис жойлаштириш, группалаб жойлаштиришдан иборат асосий принципларга таянади.

Чакана савдо тармоғини жойлаштиришнинг асосий принципи концентрик тарзда тузиш бўлиб, у товар ассортименти хусусиятлари, унинг мураккаблиги ҳамда талабнинг мавсумийлиги билан боғлиқ.

Савдо тармоғи концентрик қилиб жойлаштирилганда анча кенг ассортиментли товарлари бўлган айрим магазинлар каттароқ фаолият районида иш қўриб, кичик магазинлар фаолият кўрсатадиган районларни ҳам қоплайди.

Концентрик тузилиш мураккаб ассортиментли товарлар савдосини ихтисослаштирилган йирик магазинларда марказлаштиришни кўзда тутди.

Бу магазинлар харидорлар учун кенг кўламли хилма-хил товарлар бўлишини, шунингдек кундалик эҳтиёж товарлари харид қилишни таъминлайди.

Қишлоқ жойларида концентрик тузилишда савдо тармогининг бир неча поғонаси ҳосил бўлади.

I поғонали. магазинларнинг фаолият доираси катта бўлмай, ассортиментида кундалик эҳтиёж товарлари бўлади (кундалик эҳтиёж товарлари магазинлари).

II поғонали магазинлар мавсумталаб товарлар билан савдо қилади ва фаолият доираси I поғонали магазинларни ҳам қамрайди (универмаглар, ихтисослаштирилган магазинлар).

III поғонали магазинлар кенг кўламли хилма-хил ва нисбатан камталаб товарлар билан савдо қилади. Уларнинг фаолияти бутун (савдо марказлари, универсал магазинлар, ихтисослаштирилган магазинлар)ни қоплайди.

Одатдаги аҳоли пунктлари, маҳаллий марказлар ва район марказларидаги магазинлар поғоналашнинг уч босқичини акс эттиради.

Қишлоқдаги аҳоли пунктлари тарқоклиги ва аҳоли сийраклиги шароитида савдо тармоғини поғонали этиб жойлаштириш аҳолига хизмат кўрсатишда савдо корхоналарининг ассортименти ва функцияларини тайин этиш имконини беради. Бунда магазинлар бир-бирининг ўрнини босмай, балки тўлдирди. Шундай қилиб бир маъмурий район ёки унинг қисми доирасида савдо тармоғини яратишнинг яхлит системаси вужудга келади.

Савдо тармоғини бундай жойлаштириш чакана савдо тармоғида товар ассортименти тузишдаги асосий йўналишга мос келади.

I поғонали магазинларни жойлаштиришга кўпи билан ярим соат пиёда юриб (2 км) етиш, II ва III поғонали магазинларга эса I транспортда бора олиш талаблари қўйилади.

Қишлоқ савдо тармоғини жойлаштиришнинг яна бир талаби **бир текислик** принциpidир, бунда бир турли магазинлар аҳоли пункти территорияда бир текис жойлаштирилади. Бу принцип кундалик эҳтиёж товарлари, озиқ-овқат товарлари, нон ва нон-булка маҳсулотлари билан савдо қилинадиган магазинларни жойлаштиришда қўлланилади.

Ҳар қайси магазин аҳолининг муайян сонига хизмат қилади, ўз фаолият районига эга бўлади.

Қишлоқда савдо тармоғини жойлаштиришнинг учинчи талаби **группалаб жойлаштириш принциpidир**. Савдо тармоғини бу принцип бўйича жойлаштиришда турдош талабли товарлар билан савдо қиладиган магазинлар қаерда жойлашганига риоя қилинади. Бу комплекс харид қилиш имконини беради. Группалаб қуриш принципи асосан савдо марказлари бунёд этишдаги янги қурилишда қўлланилади.

Қайд этиб ўтилган ҳар бир принцип ажралган ҳолда қўлланилмайди. Қишлоқда савдо тармоғи ушбу принципларни бирлаштириб қўллаш асосида жойлаштирилади.

#### Мустақил ишлаш учун назорат саволлари

1. Чакана савдо тармоғи деганда нимани тушунасиш.
2. Чакана савдо тармоқларининг қандай турларини биласиз ва уларнинг аҳолига савдо хизмати кўрсатишдаги ролини таърифланг.
3. Чакана савдо тармоқларини ихтисослаштириш деганда нимани тушунасиш?
4. Чакана савдо тармоқларини типлаштиришнинг аҳамияти нимадан иборат?
5. Чакана савдо тармоқларини жойлаштириш тамойиллари тўғрисида гапириб беринг.



### **3-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КОНЦЕПЦИЯСИНИНГ ИККИНЧИ ДАРАЖАСИ**

#### **3.1. Магазин биноларининг турлари ва уларга қўйиладиган асосий талаблар**

Савдонинг энг муҳим вазифаси – моддий-техника базасидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш, ишлаб турган ва янгидан ишга тушириладиган ҳар бир корхонадан унумли фойдаланишдан иборатдир.

Савдо бинолари чакана савдо моддий-техника базасининг асосий қисмини ташкил этади.

Харидорларга хизмат кўрсатиш маданияти, савдо-технологик жараёнларни уюштириш, механизацияни жорий қилиш кўп жиҳатдан савдо биноларининг тузилишига боғлиқдир.

Савдо бинолари қуриш тажрибаси уларни товар профили, технологик процесслар схемаси, сотиш методи, архитектура талабларига қараб қуришнинг кенг имконияти борлигини кўрсатади.

Ноозик-овқат товарлар билан савдо қилувчи магазинлар:

а) турар жой биноларининг биринчи қаватига; б) алоҳида турган махсус биноларга; в) кооперацияланган биноларга жойлаштирилиши мумкин.

Кўп магазинлар турар жой биноларининг биринчи қаватига жойлаштирилади. Турар жой биноларининг биринчи қаватига жойлаштириладиган магазинлар икки турда бўлиши мумкин: а) турар жой биноти биринчи қаватини ёки унинг бир қисмини банд қилувчи ички қурилган магазин; б) айрим хоналари биринчи қаватга жойлаштирилгани ҳолда бошқалари, масалан, савдо заллари бино ташқарисига чиқарилиб, блок шаклида туташтирилган ички-ташқи қурилган магазин.

Ички қурилган магазинлар қўйиладиган технологик талабларга тўла жавоб бермайди. Бу магазинларда: 1) тор савдо заллари зинапояли йўлаклар ва устунлар билан бўлинган бўлиб, жиҳозларни тўғри жойлаштириш қийин; 2) савдо майдонидан рационал фойдаланилмайди; 3) ёрдамчи хоналари подвалда

жойлашганлигидан юкни юқорига олиш учун қўшимча механизация талаб қилинади; 4) уйда яшовчилар учун ноқулайликлар туғдиради.

Ички-ташқи қурилган магазинлар ички қурилган магазинларга нисбатан қуйидаги баъзи афзалликларга эга:

1. Савдо зали магазиннинг ташқи қурилган қисмига жойлаштирилади ва турар жой бинотининг тузилишига боғлиқ бўлмайди.

2. Савдо зали ва ёрдамчи хоналар бир юзада жойлашган бўлади.

Магазинларнинг турар жой бинолари биринчи қаватида бўлиши шаҳарлар учун хосдир. Ҳозир бундай ички қурилган хоналардан тамом воз кечмаслик керак (ер участкалари чекланган), чунки савдо тармоқлари улар ҳисобига тезроқ ўсади.

3. Айрим биноларни савдо жараёнининг изчиллигига мос равишда рационал жойлаштириш имкони яратилади.

Савдо процессини ташкил этиш ва савдо-сотикнинг прогрессив методларини қўллаш учун холи турган бинолар анча қулай. Бу типдаги бинолар товарларни тайёрлаш, сақлаш, сотиш учун зарур ҳамда бошқа биноларни савдо жараёнининг изчиллигига мос равишда тўғри жойлаштириш, комплекс механизацияни таъминлаш имконини беради. Жиҳоз ва товарларни савдо залларига рационал жойлаштириш хизмат кўрсатувчи ходимлар меҳнати учун нормал шароит яратади.

Шаҳарларда ва қишлоқ жойларида кўпчилик магазинлар махсус холи турган биноларга жойлашган бўлиб, улар капитал ва енгил қурилган типларга бўлинади. Биринчи гурпуага холи қурилган биноларни эгалловчи чакана савдо корхоналари, иккинчи гурпуага эса майда чакана савдо корхоналари (дўкон, палатка ва павильонлар) киради.

Махсус савдо иншоотлари орасида қурилиш материаллари ва хўжалик товарлари билан савдо қилувчи магазин-складлар алоҳида ўрин тутди. Улар комплекс иншоотлардан – айвонлар, савдо майдончалари бўлган товар ховлиси, темир йўл учун кириш йўлидан иборат бўлади.

Аҳолига комплекс хизмат кўрсатишни қурилиш ва эксплуатация қийматини бир йўла пасайтирган ҳолда уюштириш истаги хизмат кўрсатиш корхоналаридан бир нечасини битта бинога жойлаштириш фикрини туғдирди. Бундай бинолар «қўшма бинолар» деган ном олган.

Ажралган ва кооперацияланган корхоналар бинолари фарк қилинади. Биринчи бинога ҳар бири алоҳида ташкилот ва тамом мустақил корхоналардан бир нечтаси жойлаштирилиши мумкин.

Бундай биноларда профили турлича бўлган бир нечта корхона – умумий овқатланиш ва маиший хизмат кўрсатиш корхонаси, масалан, озиқ-овқат магзини ва ошхона, саноат товарлари магзини билан ремонт устaxonаси ва бошқалар кооперацияланиши, бунда хўжалик ҳовлиси ва ёрдамчи-техник хоналар барча корхоналар учун умумий бўлиши мумкин.

Қўшма бинолар қуриш харажати холи турган бинолар қуриш харажатларидан анча камдир. Бунда қурилиш маблағи сиртки деворлар, фундамент ҳажми, ёпиладиган юзалар, ободонлаш ва ташқи коммуникация тармоқларини ўтказиш харажатларини қисқартиш ҳисобига тежаллади.

Кооперацияланган бинолар чакана савдо моддий-техника базасини ривожлантиришда ижобий ҳодисадир.

Чакана савдо корхоналари ва муассасаларини кооперацияланган биноларда жойлаштиришга савдо маркази мисол бўлади. Савдо маркази ўзаро функционал-территориал боғланган савдо хизмати корхоналари комплекси дир. Бу, одатда, универмаг ва бошқа чакана савдо корхоналари, шунингдек, ресторан ёки кафе, дорихона, пазандалик ва қандолатпазлик махсулоти ишлаб чиқарадаган цехлардир.

Савдо маркази аҳолига энг қулай комплекс хизмат кўрсатиш, корхона қуриш ва эксплуатация қилиш самарадорлигини ошириш ҳамда архитектура-композицион ечимлар учун яхши имкониятлар яратиб беради.

Магзиннинг технологик жараёнини тўғри уюштиришга савдо биноти неча қават экани катта таъсир ўтказиши. Савдо бинолари бир, икки ва ундан ортиқ қаватли бўлади. Барча хоналарни бир юзада жойлаштириш, яъни

магзиннинг бир қаватли бўлиши энг оптимал вариантдир. Бу вариант харидорлар учун ҳам, бутун савдо жараёнини пухта уюштириш учун ҳам қулай ҳисобланади.

Бир қаватли бинолар магзин майдонидан яхши фойдаланиш имконини беради, юпларни юқори олишдан холи қилади, савдо заллари билан ёрдамчи ва маъмурий-маиший хоналар орасида яхши алоқани таъминлайди.

Чакана савдо биноларининг жуда кўпи бир қаватли қилиб қурилади. Бирок бир қаватли бинолар қуриш катта территория талаб қилади, бу эса ҳозир ва айниқса келажакда шаҳар ва район марказлари қуриш ишларига номувофикдир.

Савдо бинолари қайси тур ва типда бўлмасин, уларга савдо технологик жараёнини рационал ташкил этиш юзасидан муайян талаблар қўйилади.

Савдо бинолари асосан товарлар ишлови ва ҳаракати ҳамда харидорларга хизмат кўрсатиш учун энг яхши шароит яратиши лозим. Ҳозирги магзинларнинг тузилишига бир қатор технологик, архитектура-қурилиш, эксплуатацион-техник ва иқтисодий талаблар қўйилади.

**Технологик талаблар:** 1) савдо бинолари кўп меҳнат талаб қиладиган жараёнларни максимал даражада механизациялаш имконини бериши (поли бир хил юзада ва текис бўлиши) керак;

2) бинонинг тузилиши, унинг ички планлаштирилиши товар профилига мос келиши керак;

3) савдо бинотининг формаси ва ҳажми ўз-ўзига хизмат кўрсатишни кенг қўллаш ва қўшимча хизматларни уюштириш учун шароит яратиши керак;

4) савдо залининг конфигурацияси, кириш ва чиқиш эшикларининг жойлаштирилиши харидорлар оқимининг рационал йўналишини, магзиннинг барча майдончаларидан самарали фойдаланишни, савдо технологик жиҳозларни рационал жойлаштиришни таъминлаши керак;

5) аҳоли эҳтиёжининг келгусидаги ўзгаришлари ва фан-техника тараққиёти туфайли содир бўладиган талабларни ҳисобга олган ҳолда қайта планлаштириш ҳамда технологик жараёнлар ва хизмат кўрсатиш формаларини

ўзгартириш имконини берадиган ҳажм-планлаштириш ва конструктив хулосалар ихчам бўлиши керак. Савдо корхоналарида биринчи навбатда ёрдамчи-склад хоналари ҳисобига савдо залларини кенгайтириш имкониятлари назарда тутилиши керак;

б) савдо залида иложи борича тиргак ёки устунлар бўлмаслиги, агар бўлса улар орасидаги масофа узокроқ бўлишини таъминлаш керак;

7) савдо биноларининг конструктив ечимлари кўплаб товарларни яққол кўрсатиб жойлаштириш, савдо-технологик жиҳозларни, кўп меҳнат талаб қиладиган процессларни автоматлаштириш ва механизациялашни кенг ва самарали қўлланиш учун энг яхши шароитларни таъминлаши керак.

**Архитектура-қурилиш талаблари:** 1) савдо бинолари магазин фасадининг архитектура ечимига кўра бошқа бинолардан ажралиб туриши, айна пайтда теварак-атрофда қад кўтарган иморатлар билан уйғунлашиб кетиши керак. Савдо биносининг ўзига хос қиёфасини ифодалашда реклама, савдо витринаси, объектни ёритиш, фасадни безатиш материаллари асосий роль ўйнайди;

2) магазин фасадининг архитектура ечими савдо зали интерьерининг кўча томондан кўзга кўринарли бўлишини таъминлаш, ихчам, ифодали бўлиши керак;

3) бино архитектурасида миллий анъаналар, нақш, мамлакатимиз халқларининг кўп асрлик маданияти ифодаланиши лозим.

Ҳозирги замон архитектура услубининг хусусиятларидан бири тетик ва функционал эҳтиёж бирлигидан, яъни эстетик жиҳатдан кузатишнинг амалиёт талабларига мос келишидан иборатдир. Шунинг учун замонавий магазинлар харидорларни жалб этиш, кўчаларни безатиш, эстетик тарбияга қўмаклашиш билангина чекланиб қолмай, жуда рационал ва қулай бўлиши ҳам керак;

4) савдо биноларини қуришда заводда тайёрланган йиғма, енгил, чидамли ва иқтисодий самарадор қурилиш конструкцияларини кенг қўлланиш керак;

5) ёзги павильонлар, холи қурилган витриналар, ҳордиқ чиқариш скамейкалари қўйилган шийпончалар, фавворали ҳовузлар ва шу каби жажжи

архитектура иншоотлари харидор ва бошқа пиёдалар ўтадиган зонадаги кўкаламзорлаштирилган территория. қиёфасини очишда муҳим роль ўйнайди.

**Эксплуатацион-техник талаблар:** 1) бинолар ва безак буюмлари анча мустаҳкам, намбоп ва иссиқбоп бўлиши, сейсмик талабларга жавоб бериши керак;

2) савдо бинолари муайян санитария ва ёнғинга қарши нормаларга жавоб бериши, ўтга хийла чидамли бўлиши керак;

3) бинолар сув ва иситиш системаси, вентиляция, кондицияланган ҳаво ҳамда бошқа шу қабилар билан таъминланиши керак.

**Иқтисодий талаблар:** 1) савдо бинолари ҳажм-планлаштириш, конструктив ва архитектура-бадий тузилиши жиҳатидан тежамли бўлиши керак.

Савдо биноларининг иқтисодий талаблари, одатда капитал қўйилмаларнинг иқтисодий самарадорлиги кўрсаткичига қараб белгиланади. Бу кўрсаткич, ўз навбатида, қилинган харажатлар орқали ифодаланади;

2) ҳажм-планлаштириш, архитектура ва конструктив ечимларнинг тежамлилиги лойиҳа ечимлари, қурилиш муддатини қисқартириш ва корхоналарни тезроқ ишга тушириш ҳисобига бир йўла тўланади ва эксплуатацион харажатларни минимумга келтиришни тақозо қилади.

Магазин учун жой танлаш, уни жойлаштириш магазин зоналарини, яъни пиёдалар, жумладан, харидорлар, жамоат ва хусусий транспорт ҳамда товар ташиш ва тушириш учун ажратиладиган асосий зоналарни рационал тузиш билан белгиланади.

Харидорлар зонаси пиёдаларни магазин ёнидаги тротуарлар бўйича бемалол юришларини таъминлаши, магазин витриналарини ва холи турган витриналарни кўздан кечириш, магазинга келиш, айрим ҳолларда эса мавсумий майда чакана савдо уюштириш ва харидорларнинг дам олиши учун қулайликлар яратиши керак. Харидорлар зонаси транспорт турадиган жойга туташган бўлиб, ораликдан транспорт қатнамаслиги керак. Шуни назарда

тутиш керакки, автохаридор якинида автотранспорт турар жойи бор (масофасидан катъи назар) магазинга боради.

Товар тушириш зонаси кириб келиш йўллари, юк тушириш май дончалари ва платформалар жойлашган участканинг таркибий қисмидир.

Турар жой бинолари тагига қурилган магазинларнинг товар тушириш зоналари уй ҳовлиларидан ажратилган ҳамда бинонинг дераза ва эшиксиз ён томонида жойлашган бўлиши керак.

### **3.2. Магазин биноларининг асосий хоналари таркиби, уларнинг жойланиши ва ўзаро алоқаси**

Хоналар группалари (зоналар)нинг мавжудлиги ва уларнинг тўғри нисбати магазинларда савдо жараёнини рационал ташкил этишни таъминлайди. Магазиннинг профили ва ҳажми, қўлланиладиган хизмат кўрсатиш методи хоналар таркиби ва уларнинг ҳажмига таъсир қилади. Планлаштириладиган зоналар таркибида магазиннинг савдо бинолари марказий ўрин тутади. Магазиннинг барча хоналарини савдо қилинадиган ва савдо қилинмайдиган икки асосий қисмга бўлиш мумкин. Йирик магазинларда бир нечта функционал зоналар (хоналар) ажратилади:

- а) савдо қилинадиган хоналар;
- б) товарлар қабул қилиш, сақлаш ва сотишга тайёрлаш хоналари;
- в) ходимлар учун маъмурий ва маиший хоналар;
- г) техник хизмати хоналари.

1. Савдо қилинадиган хоналар магазиннинг асосий функционал юмуши (нагрузка)ни бажаради, харидорларга хизмат кўрсатиш даражаси, шунингдек, магазиннинг иқтисодқй кўрсаткичлари (товар айланмаси, фойда) ўша хоналар ҳажми, формаси ва мутаносиблигига боғлиқдир. Бунга савдо заллари, шунингдек, харидорларга қўшимча хизмат (газмол бичиш бўлимлари, тайёр кийимни қоматбop этиб тузатадиган устахоналар, янги товарлар намоиш қилиш зали, хизмат кўрсатиш бюрolari, сақлаш камераси, рўзғор асбобларини ремонт қилиш) хоналари киради. Савдо хоналарининг жойлашуви харид қилиш

учун энг кам вақт сарфлашни, зарур товарни энг яқин йўлдан бориб танлаш, савдо залида мўлжал олиш қулай бўлишини таъминлаши лозим.

2. Товар қабул қилиш, сақлаш ва сотишга тайёрлаш хоналари – қабул хоналари, омборхоналар ва юк тушириш хоналаридир.

Бу хоналарнинг таркиби ва майдони аввало магазин ҳажмига, технологик жараён ва товарларнинг физик-химик хусусиятларига қараб белгиланади.

3. Магазинларнинг маъмурий-маиший хоналари жумласига конторалар, директор кабинети, ходимлар фойдаланадиган ошхона ва буфетлар, кизил бурчак, соғлиқни сақлаш пункти, аёлларнинг шахсий гигиена хоналари кабилар киради.

Хизматдаги ходимларнинг иш шароити ҳақида бино лойиҳаси пайтидаёқ ўйлаш керак, чунки меҳнат унумдорлиги ва харидорларга хизмат кўрсатиш маданияти шунга боғлиқ бўлади.

Йирик магазинларда кўп одам, асосан аёллар ишлайди. Уларнинг тахминан ярмиси сотувчилар бўлиб, кун бўйи оёқда тик туриб ишлайдилар. Тушлик овқат вақтида уларнинг яхши дам олишларини ташкил қилиш жуда муҳимдир.

4. Замоनावий магазинларнинг бинолари инженер-техник жиҳатдан юқори даражада қуролланган бўлиши керак. Тара, инвентарь, ўраш-жойлаш материаллари сақланадиган хоналар, машина бўлимлари, вентиляция камералари, радиоузел кабилар техник хоналар жумласига киради.

Савдо майдони ва товар ассортиментни қанчалик катта ва кўп бўлса, бинолар сони ва уларнинг ҳажми шунчалик кўп ва кенг бўлади.

Чакана товар айланмаси ҳажми катта бўлмаган кўпгина магазинларида бинолар сони йирик магазинлардагига нисбатан оз – савдо зали, товар қабул қилиш, сақлаш ва сотишга тайёрлаш хоналари, директор кабинети ва айрим техник хоналардан иборатдир.

Магазиннинг айрим хоналар таркиби ва ҳажми, уларни жойлаштириш қурилиш нормалари ва қоидаларига мувофиқ белгиланади. Айрим хоналарнинг жойлашуви ва ўзаро алоқаси умуман магазинни планлаштиришни белгилаб

беради. Магазин ички биноларининг жойлашуви функционал йўналиш ва биноларда ўтадиган савдо-технологик жараёнлар хусусиятига қараб белгиланади.

Савдо-технологик процесснинг ҳар бир босқичига биноларнинг функционал группаси ёки зона мос келади. Бу группа ва зона биргаликда ҳамда ўзаро алоқада магазинни технологик планлаширишнинг ташкил этади. Магазинни планлаширишнинг товар танлаш ва харид қилишда хариддорларга энг кўп қулайликлар яратишни, магазинга товар етказиб берувчидан таражҳозлар учун тўппа-тўғри технологик линияларни жорий қилишни, магазин ходимлари учун нормал иш шароити яратишни таъминлаши керак.

Магазинда савдо-технологик жараёни рационал уюштиришни таъминлайдиган тўғри технологик планлаштиришни ташкил этиш муаммоси муайян даражада мураккабдир. Тажриба кўпгина магазинларда айрим хоналарнинг таркиби ва ҳажми СНиП нормаларидан анча фарқ қилишини кўрсатади. Айрим магазинларда ёрдамчи хоналар савдо майдонлари эгаллаганча жойни эгаллайди.

Тара-жиҳозларни ташиш ва сотишнинг прогрессив методларини ҳамма жойда жорий қилиш магазин биноларининг ҳажм-планлаштириш ечимларини тубдан ўзгартириш учун шароит яратади. Товар қабул қилиш, сақлаш ва сотишга тайёрлаш билан банд бўлаётган катта-катта хоналар тугаб, бошқа ёрдамчи хоналар камаяди.

Ҳозир магазинларнинг умумий майдонидан савдо учун ажратилган майдон ўрта ҳисобда 65% ни, шу жумладан, озиқ-овқат магазинларида 62%, универмагларда эса 65% ни ташкил этади.

Магазин бинолари формасини ўзгартиришга катта эътибор бериш керак. Бунинг учун магазин майдонини қайта тақсимлаш имконини берадиган (катта харажатсиз) энгил девор-тўсиқлар яратиш ва уни қурилиш индустриясига жорий қилиш зарур.

Магазин хоналари ўртасида муайян функционал алоқадорлик бўлиши керак. Технологик жараён кам меҳнат сарфланиб давом этиши учун бу

алоқадорлик назарда тутилмоғи лозим. Битта функционал группани ҳосил қиладиган хоналар ягона блокни ташкил этмоғи керак.

Товарлар юк тушириш платформасидан қабул қилиш бўлимига келиб тушади. Товар ҳаракати йўлини қисқартириш учун қабул қилиш бўлими товар сақлаш хоналари билан энг яқин йўл орқали боғланган бўлиши лозим. Товар қабул қилиш сотиш жараёнига ҳалақит бермаслиги керак. Шунинг учун товарни савдо залида қабул қилмаслиқига эмас, балки, шунингдек, у орқали ташимаслик ҳам керак.

Товарлар қабул қилиш бўлиmidан сақлаш хоналарига ёки сотишга тайёрлаш хоналарига жўнатилади. Товарларнинг бир қисми эса оралиқдаги сақлаш ва сотишга тайёрлаш жараёнларини четлаб ўтади. Бу товарлар юк тушириш платформаларидан қабул қилиш пунктларига келиб тушади ва савдо залига жўнатилади.

Товар сақлаш жараёни товарни қабул қилиш ва сотишга тайёрлаш жараёни билан технологик жиҳатдан бевосита боғлиқдир. Шунинг учун товар сақлаш хоналари товар қабул қилиш хонаси ва савдо зали яқинида бўлиши керак.

Магазинда товар сақлашнинг энг рационал усули уни ягона хонада сақлашдир, чунки бунда йўлақлар ҳисобига майдон тежалани ва ички транспортдан фойдаланиш мумкин бўлади.

Ўзига хос физик-химик хусусияти туфайли алоҳида шароит талаб этадиган товарларнинг ажратилган хоналарда сақлаш руҳсат этилади. Бирок склад хоналари ўртасидаги тўсиқлар технология ўзгарганда қайтадан планлаштириш мумкин бўлсин учун иложи борича суриладиган бўлиши керак.

Йирик магазинларда товарлар сотишга алоҳида хоналарда кичик магазинларда эса товар сақлаш хоналарида тайёрланади.

Савдо залининг ички тузилиши товар ва хариддорлар оқими ҳаракатига қўмақлашиши, шунинг учун кўзга яққол ташланиб туриши лозим.

Магазиннинг айрим хоналарини тўғри жойлаштириш товар ҳаракати йўлини қисқартиришни таъминлайди ҳамда сотиш зонаси билан бошқа хоналар

зонаси ўртасида кесишишлар бўлмайди. Шунинг учун магазин биноларини планлаштиришда (ҳозирги замон савдо технологиясини жорий қилишни ҳисобга олган ҳолда) қуйидаги асосий талабларга риоя қилиш зарур:

савдо заллари товарни сотишга тайёрлаш хоналари, товар сақлаш хоналари билан технологик жиҳатдан боғланган бўлиши ҳамда зарур ҳолларда бошқа хоналардан ажратиладиган қилиб жойлаштирилиши лозим;

товар сақлаш хоналари қатнаш-ўтиш жойи бўлмаслиги керак;

товар қабул қилиш бўлими иложи борича товар сақлаш хоналарига яқин жойлаштирилиши керак;

маъмурий-маиший хоналар алоҳида блокка жойланмоғи лозим.

Магазиндаги технологик жараёнлар магазин ҳажми, тузилиши ва ички планланиши савдонинг ҳозирги замон талабларига ҳамда харидорга хизмат кўрсатишнинг юқори сифатига мос бўлсагина етарли даражада уюштирилиши мумкин. Бинобарин, магазиннинг тузилиши, хоналарининг планланиши ва уларда кечадиган технологик жараёнлар ўзаро бевосита алоқадор, бир-бирини тақозо қилади.

### **3.3. Магазинларнинг савдо залларини технологик планировкаси**

Магазинларда технологик жараённи тўғри ташкил этиш ва улар ишининг юқори иқтисодий самарадорлигига эришишда магазин савдо залини рационал планлаштириш ҳал қилувчи роль ўйнайди.

Савдо залини планлаштириш харидорларга товарларни энг кам вақт сарфлаган ҳолда харид қилиш учун яқини яратиш, товарларнинг сотилиши ва бутлиги устидан хизмат кўрсатувчи ходимлар назоратини ўрнатиш, савдо процессини рационал ташкил этишга имкон бериши керак.

Савдо залининг ҳажми, формаси ва пропорциясини, жиҳозларни ўрнатиш, товар сотишнинг прогрессив методларини қўллаш ва харидорларга қўшимча хизмат кўрсатиш имкониятларини ҳисобга олган ҳолда танлаш зарур.

Квадратга яқин, яъни бўйи ва эни (кенглиги)нинг нисбати 1:1 га тенг бўлган конфигурацияли савдо заллари маблағларни рационал планлаштириш

ечимини танлашда кўпроқ қўл келади; амалдаги қурилиш нормалари ва қоидаларида савдо заллари конфигурациясининг томонлар нисбати 1:2, турар жой биноларининг биринчи қаватидаги магазинларни жиҳозлашда эса 1:3 бўлишига руҳсат этилади.

Жиҳозларни жой-жойига қўйиш технологик планлаштиришнинг муҳим элементиدير. Савдо залини планлаштириш савдо жиҳозларини рационал жойлаштириш учун шароит яратиши керак. Савдо залида товар жойлаштириш зоналарини планлаштиришнинг қуйидаги турлари фаркланади: 1) тизмали, 2) оролсимон, 3) кўрғазмали, 4) боқсли, 5) эркин, 6) комбинацияланган.

Жиҳозларни тизмали узунасига жойлаштириш энг рационал усул ҳисобланади. Бундай планлаштиришда жиҳозлар девор бўйлаб ёки савдо залининг бутун майдонига параллел тизмалар тарзида жойлаштирилади.

Жиҳозларни тизиб жойлаштириш қуйидагича имкониятлар яратади:

харидорлар тўғри йўналишда юридилар, тизмалар узунлигини ўзгартириш йўли билан харидорларнинг савдо зали участкаларида тўпланишини тартибга солиш мумкин;

савдо майдонидан янада рационал фойдаланиш;

савдо залининг яққол кўринишини таъминлаш;

магазин ичидаги реклама ва информация воситаларидан янада самарали фойдаланиш.

Жиҳозларни тизмали жойлаштириш узунасига, кўндаланг, аралаш ҳолда бўлиши мумкин.

Эни 7 дан 12 метргача бўлган конфигурацияси тўғри бурчакли савдо залларида жиҳозларни узунасига тизиб жойлаштириш мақсадга мувофиқдир, эни 13 метрдан 24 метргача бўлган савдо залларида эса жиҳозларни кўндаланг жойлаштириш кўпроқ самара беради.

Савдо залининг эни 24 метрдан ортиқ бўлган магазинларда жиҳозларни узунасига тизмали ва кўндаланг тизмали қилиб аралаш жойлаштириш мақсадга мувофиқдир.



Оролсимон жойлаштирилган товарлар чизиғи узун бўлиши, бироқ 20 метрдан ошмаслиги керак. Жуда узун бўлса магазинда харидорлар оқими кўпайиб кетиб, савдо залидаги ҳаракат қийинлашади.

Оролсимон планлаштиришда жиҳозлар айрим оролчалар кўринишида, савдо залига, кўпинча, зал ўртасига ўрнатилади. Бундай планлаштиришнинг афзаллиги шундаки, жиҳозлар хийла чўзиқ жойни эгаллайди, лекин товарларни кўрсатиб қўйиладиган жойига элтишни қийинлаштиради. Бундай планлаштириш товарларни прилавка орқали анъанавий формада сотишда дам, ўз-ўзига хизмат кўрсатишда ҳам қўлланилади.

Кўргазмали планлаштириш товарларни намуналари бўйича сотишни ташкил этиш учун характерлидир. Бунда бутун савдо зали функционал ва ишлаб чиқариш аломатларига қараб группаланган намуналар кўргазмасига айланади. Айрим товарлар кўргазмаси турар жой, идора, кутубхона интерьери кўринишида тузилиши мумкин ва ҳоказо.

Боксли жойлаштириш жиҳозларни алоҳида бўлим (бокс)ларда жойлаштиришдан иборат. Боксли планлаштириш ўз-ўзига хизмат кўрсатиш универмағларида қўлланилади, бунда моддий жавобгарлик бутун бригада зиммасида бўлади, аммо бундай планлаштириш муҳим камчиликларга эга: бокслар кўп майдонни эгаллаб, харидор оқимини ташкил қилишни мураккаблаштиради. Мамлакатимиздаги кўпгина универмағлар ўз-ўзига хизмат кўрсатишга ўтишда дастлаб планлаштиришнинг шу системасини қўлладилар, кейинчалик бирмунча прогрессив тизмани планлаштириш системасига ўтдилар.

Жиҳозларни боксли жойлаштириш, одатда, тавсия қилинмайди. Ундан истисно ҳолларда, яъни савдо залининг конфигурацияси жиҳозларни тизмани жойлаштиришга имкон бермагандагина фойдаланиш мумкин. Махсус ажратилиши талаб қилинадиган айрим специфик товарларни, масалан, қимматбаҳо буюмларни сотишда бокслар ажратишга рухсат берилади.

Эркин планлаштириш жиҳозларни геометрик системаларсиз эркин равишда жойлаштиришдан иборатдир. Эркин планлаштириш, асосан, савдо зали нотўғри планлаштирилган ҳолларда қўлланилади.

Товарлар ассортименти универсал ҳамда савдо хоналари мураккаб конфигурацияли бўлган йирик магазинларда планлаштиришнинг комбинацияланган турли методлари қўлланилади.

Савдо залларини планлаштириш антропометрик ва эргонометрик талаблар ҳисобга олинган ҳолда ўтказилиши керак. Эргонометрик талаблар жиҳозларни ишлатишнинг қулайлигини, психофизиологик ва техник омиллар нисбатининг оптималлигини характерлайди. Бу талаблар жумласига кишининг физиологик имкониятларини, кўриш қобилияти хусусиятларини, рангдан функционал фойдаланишни, зарур меҳнат ҳаракатлари кишининг физиологик ва анатомик имкониятларига мос келишини ҳисобга олиш ҳам киради.

Эргономиканинг мақсади – контролёр-кассир ва савдо залидаги бошқа ходимларнинг ишлаши учун оптимал шароит яратишдан иборатдир. Бунда ходимлар меҳнатининг унуми ва хавфсиз, ўзлари саломат ҳамда ишчан бўлишлари кўзда тутилади.

Иш жойи – муайян майдонда (меҳнат содир бўладиган, ўзаро функционал алоқадор технология элементлари, технологик жараёни амалга ошириш учун зарур инструмент ва мосламалар жойлашган зонада) жойлашишдир.

Иш жойи кишининг антропометрик сифатлари ҳисобга олинган ҳолда ташкил этилиши зарур.

Ходимни иш жойига қўйишда антропометрик талабларни (реализация қилинадиган товарлар хусусияти ва уларга харидорлар эҳтиёжи характери ҳамда иш жойини ихтисослаштиришни ҳисобга олган ҳолда) тўла ҳисобга олиш ходимларни иш вақтида майдонни ортиқча кесиб ўтишлардан, ўгирилиш ва ҳатлашлардан қутқаради, савдода меҳнат шароитини яхшилаш ва унинг унумдорлигини ошириш имконини беради.

Савдо заллари, одатда, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методлари ривожини ҳисобга олган ҳолда планлаштирилиши лозим. Бу савдо залини планлаштириш ва қуришга алоҳида талаблар қўяди.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиладиган магазиннинг савдо залини технологик планлаштириш қуйидаги талабларга жавоб бериши керак:

кўздан кечириш, танлаш ва товарлар учун ҳисоб-китоб қилишда харидорларга максимал қулайликлар яратиш;

товарларнинг асосий кўпчилигини ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методида сотиш;

товарларни кўрсатиб жойлаштиришда савдо зали майдонидан максимал фойдаланиш;

харидорларга зарур товарларни энг қисқа муддатда харид қилиш имконини берадиган шароит яратиш;

товар-материал бойликларнинг бутлиги устидан контрол қилишни таъминлаш;

хизматчи ходимлар меҳнати учун қулайликлар яратиш;

товарларни ёрдамчи хонадон савдо залига ўтказишда энг кам харажат қилиш.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиладиган магазиннинг савдо зали майдони қуйидаги зоналарга бўлинади:

- 1) савдо жиҳозлари учун;
- 2) ҳисоб-китоб узеллари учун;
- 3) харидорлар ҳаракати учун;
- 4) товарларни чиқариб қўйиш учун.

Савдо жиҳозлари майдони – савдо жиҳозлари (горкалар, стеллажлар, контейнерлар) ўрнатилган барча майдонлар жами бўлиб, ўрнатиш майдони дейилади.

Ҳисоб-китоб узеллари майдони (касса кабиналари) – савдо залидаги ҳисоб-китоб узеллари (касса кабиналари) ўрнатилган барча майдонлар жамидир.

Ҳисоб-китоб узеллари харидорлар савдо залидан чиқишда албатта контролёр-кассир ёнидан ўтадиган ҳамда улар оқими савдо залида тўқнашмайдиган этиб жойлаштирилиши керак.

Ҳисоб-китоб узели ихчам бўлиши ҳамда савдо залининг ҳажми ва конфигурациясига қараб зал майдонининг тахминан 8-10%ини эгаллаши лозим.

Савдо зали конфигурациясига қараб контролёр-кассирларнинг ҳисоб-китоб узелидаги иш жойлари турлича планлаштирилиши мумкин.

Ҳисоб-китобнинг зона узели муайян бўлим, секция харидорларига хизмат кўрсатадиган контролёр-кассирнинг иш жойидир.

Магазиннинг бутун савдо зали учун битта ҳисоб-китоб узели ташкил қилинганда савдо майдонидан энг рационал фойдаланиш таъминланади.

Савдо жиҳозлари орасидаги майдон, шунингдек, кириш ва чиқиш жойларига туташ зона харидорлар ҳаракати майдони дейилади.

Товарли жиҳозлар қаторлари орасидан ўтган магистрал (асосий) ва ёнбош ўтиш жойлари фарқ қилинади. Магистрал ўтиш жойлари, одатда, деворлар бўйлаб жойлаштирилади. Савдо заллари кенг бўлган йирик магазинларда магистрал ўтиш жойлари иккита бўлиши ҳам мумкин, уларнинг эни харидорлар оқими бемалол ўтиб туришига имкон беради. Бу майдон ҳажми харидорларнинг бемаалол ҳаракат қилишларини таъминлаши, майдоннинг ўзи эса умумий савдо майдонининг камида 50-55% ини ташкил этиши керак.

Товарлар чиқарилиб қўйиладиган майдон, яъни кўргазмали майдон мол чиқариб қўйиладиган полка, горка ва бошқа жиҳозлар майдонининг жамидир.

Товар сотишда прогрессив методларни қўллайдиган замонавий магазинларнинг умумий савдо майдонида айрим майдонлар нисбати тахминан қуйидагича бўлиши керак (2-жадвал).

## 2-жадвал

### Магазиннинг умумий савдо майдонида айрим майдонлар нисбати, фонд ҳисобида

Майдон турлари	Энг кам нисбати	Энг кўп нисбати
Савдо зали майдони	100	100
Шу жумладан:		
савдо жиҳозлари майдони	20	20 — 32
ҳисоб-китоб узеллари майдони	2	3
харидорлар ҳаракат хиладиган майдон	50	65 — 70
сотувчилар ишлайдиган майдон	28	2—3

Горкалар, прилавкалар ва контролёр-кассир кабинаси орасидаги ўтиш жойларининг оптимал ҳажми катта аҳамиятга эга.

Амалдаги СНиП да савдо жиҳозлари орасида қолдириладиган энг оз ўтиш жойлари белгиланган; ўтиш жойларининг эни бир вақтда 2, йирик савдо корхоналарида эса 3 харидор ўта олишига, яъни улар товар танлаётганларида бир-бирларига халақит бермасликларига имкон беради. Куйида савдо залларидаги ўтиш жойларининг кенглиги келтирилади (3-жадвал):

**3-жадвал**

**Савдо залларидаги ўтиш жойлари кенглиги**

Ўтиш жойлари тури	Энг кам кенгликдаги ўтиш жойлари, м ҳисобида	
	қишлоқ аҳоли пунктларидаги магазинлар	шаҳардаги магазинлар
Параллел горкадар ораси	1,2	1,4
Параллел жойлашган вешалка (илгак) лар ораси	1,8	1,8
Контролёр-кассир кабиналари ёки хизмат кўрсатиладиган прилавка билан ўрнатилган горка ораси	2,0	2,8
Контролёр-кассир кабинаси билан унга ёнлама қўйилган горка ораси	1,4	2,2
Контролёр-кассир кабиналари ораси	0,6	0,6
Контролёр-кассир кабинаси, девор, витрина ёки жиҳозларнинг ишлатилмайдиган томони ораси	1,4	1,4

Жиҳозларни савдо залида жойлаштириш жараёнида ҳал қилинадиган вазифалардан бири харидорлар оқимининг рационал йўналишини таъминлашдир. Харидорларнинг соат милага қарама-қарши йўналишда ҳаракат қилишлари энг қулай ҳисобланади. Бу харидорларнинг товар танлашларини, контролёр-кассирларнинг эса уларга хизмат кўрсатишларини осонлаштиради.

Харидорлар оқимининг рационал йўналишига маълум даражада кириш ва чиқиш жойларининг тўғри жойлаштирилиши орқали эришилади. Кириш ва чиқиш жойларини савдо биноси фасадининг ўнг томонига жойлаштириш яхшироқ бўлади. Савдо зали қўлами 50 метрдан ортиқ бўлганда кириш ва

чиқиш жойларининг иккита туташ системасини қўллаш мақсадга мувофиқдир.

Технологик ечимларни, жиҳозларни жойлаштириш, харидорлар оқими ҳамда тара ва товарларни кўчириш схемаларини лойиҳалашда турар жой ва жамоат (савдо) биноларининг планлаштириладиган элементлари нормаларини асос қилиб олмақ лозим.

Харидорларнинг товарларни кўздан кечириши ва танлаши учун энг яхши қулайликлар яратишда, уларни эстетик тарбиялашда магазин интерьерини тузиш ва безаш катта аҳамиятга эга. Савдо залининг айрим интерьерлари (деворлар, шиплар, поллар, ёритиш арматураси, жиҳозлар)ни безатиш товарларни кўздан кечириш, танлаш ва харид қилишда харидорлар учун оптимал шароит яратиб бериш мақсадига бўйсундирилиши лозим. Шу элементларни гармоник қўшиш йўли билан умумий, ягона бадий-ифодалари ва тугалланган ансамбль яратиш керак.

Интерьер тузиш товарни ажратиб кўрсатиш, унинг хусусиятлари ва истеъмолбоп сифатларини намойиш қилиш вазифасига бўйсундирилган. Савдо залининг интерьери содда, ихчам, беҳашам бўлиши, товар учун яхши фон хизматини ўташи лозим.

Ҳозирги вақтда мураккаб ва қимматбаҳо архитектура элементлари (оғир саватлар, ясама нақшлар) ўз ўрнини силлиқ юзали оддий ва ихчам формали безакларга бўшатиб бермоқда.

Замонавий магазинларни безатишда ранглар муҳим восита ҳисобланади. Ранг ва безаш материалларини танлашни гигиеник талабларгина эмас, балки у ёки бу товар учун қулай фактура фони яратиш зарурати ҳам такозо этади. Товарнинг ўзи рангдорлик вазифасини ўтаб, бошқа рангли участкалар шунга бўйсундирилган интерьер архитектуранинг энг яхши рангли интерьери ҳисобланади.

Сўнги вақтларгача савдо залларининг поли соф функционал элемент саналар эди. Эндиликда архитектура вазифалари қўйилмоқда ва ҳал қилинмоқда.

Мутахассислар савдо залларининг поли текис ва силлик бўлиши ҳамда гигиеник талабларгагина эмас, шунингдек, турғун ва турли хил рангли, ёқимтой фактурали, товушотар бўлиши, яъни эстетик талабларга ҳам жавоб бериши керак, деб ҳисоблайдилар.

Замонавий магазинларда пол сопол плитка билан қопланади ва ундан йирик орнамент яратиш мумкин бўлади. Баъзан поллар табиий тошлар, мрамор, гранит билан қопланади. Аммо бу поллар совуқ бўлади ва шовкинни ютмайди. Ҳозир чет элда ва мамлакатимизда поллар юзаси силлик, таранг, ранг-баранг синтетик ёпқичлардан ясалмоқда, улар овоз тўсиш хусусиятига эга.

Ҳозирги савдо залларини безатувчи мутахассислар интерьерлар доим индивидуал равишда образли, ижодий ҳал қилиниши керак, деб ҳисоблайдилар. Чет эл иқтисодчилари олиб борган тадқиқотлар интерьерларнинг харидорда маълум таассурот уйғотадиган унутилмас ечимлари товар айланмасининг ўсишига катта таъсир кўрсатишини тасдиқлайди.

#### **3.4. Магазинларнинг умумтехник қурилмалар характеристикаси**

Замонавий магазинлар электр билан ёритилиши, вентиляция, водопровод, канализация, ёнғинга қарши воситалар каби бошқа умумтехник қурилмалар билан яхши жиҳозланган бўлиши керак.

Магазин хоналарини жиҳозлашга муҳим аҳамият берилди. Магазинларни ёритиш меҳнат гигиенаси талабларига жавоб бериши, иш зоналарини, товар ва витриналарни етарли даражада ёритишни таъминлаши керак.

Магазинни оқилона танланган усулда ёритиш товарларнинг табиий рангини тўғри фаҳмлашга имкон беради, кишиларнинг соғлиғи ва психикасига яхши таъсир кўрсатади, товарларни кўздан кечириш учун яхши шароит яратади.

Табиий ёритиш магазинда қулай санитария-гигиена шароити яратади. Деразаларнинг жойлашуви, сони ва ҳажми савдо зали ни бир текисда ёритиш имконини берадиган бўлиши керак. Табиий ёруғликдан фойдаланилганда

дераза майдони билан пол майдони тўғри нисбатда бўлишини таъминлаш зарур. Масалан, савдо залини табиий ёритиш коэффициентини, яъни дераза майдонининг пол майдонига нисбати савдо залида камида 1:8, ёрдамчи хоналарда 1:6 ва маиший хоналарда – 1:8 – 1:10 бўлиши керак.

Табиий ёритишдан ташқари магазинларда сунъий ёритишни ҳам уюштириш керак. Люминесцент ва чўғланма лампочкалардан сунъий ёритиш манбалари сифатида фойдаланилади. У ёки бу турдаги лампочкалардан фойдаланган ҳолда комбинацияланган ёритиш системаси ҳам қўлланилади.

Сунъий ёритишда люминесцент лампочкалар афзалроқ, улар кўзга яхши таъсир кўрсатади, узоқ хизмат қилади ва арзон тушади.

Сунъий ёритиш аввало савдо залини технологик планлаштириш характерига мос қилиши керак.

Айрим магазинларнинг ўзига хос хусусиятидан катъий назар сунъий ёритишга қуйидаги талаблар қўйилади:

1) ёритиш манбалари харидор назаридан имкони борича яширилган бўлиши керак. Бунга ёруғлик манбаини беркитадиган турли хил муҳофаза мосламалари – ёғоч, металл ва бошқа нарсалардан ясалган соябонлар, қарнизлар, нуртарқатар экранлар ўрнатиш орқали эришилади;

2) ёритиш савдо залининг планлаштирилиши ва жойлашувига, девор, шиплар рангига, савдо жиҳозлари хусусияти ва савдо методларига мос қилиши керак;

3) ёритиш харидорларда товарнинг сифати, янгилиги ҳақида тўғри таассурот ҳосил қилиши керак;

4) ёритиш бир текис табиий ёритишдан ёруғроқ бўлиши керак.

Табиий ва сунъий ёритиш нормалари қурилиш нормалари ва қоидалари билан тартибга солиниши ҳамда санитария-гигиена ва физиологик талабларга мос қилиши керак.

Ёритилганлик даражаси люксларда белгиланади. Масалан, озиқ-овқат маҳсулотлари билан савдо қиладиган ўз-ўзига хизмат кўрсатиш

магазинларининг савдо заллари учун ёритиш нормаси люминесцент лампаларда 400 лк, чўғланма лампочкаларда 200 лк белгиланган.

Товарларни чиқариб қўйиш характериға қараб ёритишнинг турли усуллари қўлланилади. Жиҳозларнинг ётиқ ёки қия юзасига қўйилган товарларни юқоридан ёки ён томондан ёритиш мақсадға мувофиқдир.

Кейинги пайтларда савдо хоналарини ёритиш учун деворға қўшиб қурилган ёритиш асбоблари, нурланиб турувчи панель ва шиплар, шунингдек, осма шиплар кенг қўлланилмоқда. Бу хоналарни бир текис ёритиш имконини беради ва кишининг меҳнат қобилиятиға яхши таъсир кўрсатади.

Иситиш системаси магазинлардаги меҳнат шароити ва температура режими даражасига хийла таъсир кўрсатади. Магазин хоналарини иситишда сув, буғ, иссиқ ҳаво билан ишлайдиган марказий иситиш системаси ва печлар қўлланилади.

Температура режими магазин хоналари нимаға мўлжалланганлиғига ва сақланадиган товарлар характериға қараб белгиланади. Магазин хоналаридаги оптимал ҳарорат ўрта ҳисобда 18°C ҳисобланади.

Магазин хоналаридаги ҳарорат, ҳаво намлиғи ва тозаллиғи, вентиляция ва ҳаво кондициялаш ёрдамида тартибға солинади. Улар ходимлар меҳнати учун санитария-гигиена шароити, харидорлар учун эса қулайлик туғдириш, товар асрашни таъминлайдиган нормал муҳит яратиш мақсадида қўлланилади.

Магазинлардаги вентиляция табиий ва сунъий бўлиши мумкин. Ҳар қайси магазинда форточкалар ва очиладиган фрамугалар ҳамда хонани табиий шамоллатишнинг бошқа қурилмалари кўзда тутилади.

Йирик магазинларда табиий вентиляциядан ташқари олувчи (приточная), чиқарувчи (втяжная) ва олувчи-чиқарувчи (проточно-втяжная) сунъий вентиляцияларни ҳам қўллаш керак.

Кондициялаш хоналарда муайян ҳарорат ва ҳаво намлиғини сақлашнинг энг самарали воситасидир.

Замонавий автоматик кондицион қурилмалар ҳавони тозалайди, йил фаслиға қараб ҳавони иситади ёки қуритади, хоналарға муайян тезликда ҳаво

юбориб туради. Ҳавони кондициялаш чакана савдо корхоналарида тобора кенг қўлланилмоқда.

Лойиҳалаш нормаларига кўра ҳамма магазинлар сув ва канализация билан таъминланган бўлиши керак. Сув таъминоти магазинларнинг хўжалик ва ёнғинға қарши мақсадлар учун фойдаланиладиган ва чучук сувға эҳтиёжини қондириши керак. Сув таъминоти марказлашган ва марказлашмаган бўлиши мумкин. Марказлашган сув таъминотида сув умумий фойдаланишдаги трубопровод орқали, марказлашмаган сув таъминотида сув маҳаллий манбалар (ховуз, қудуқ ва булоқлар)дан келади.

Оқова сувларни оқизиб юбориш учун барча магазинларда канализация иншоотлари бўлиши керак.

Магазинларда ёнғинға қарши қурилмалар – сув резервуарлари, ёнғин нарвонлари (кўп қаватли биноларда), ёнғинға қарши автоматика ва сигнализация воситалари бўлиши керак.

### 3.5. Магазин хоналари майдонини аниқлаш

Магазин майдонини аниқлаш методикаси бино ҳар бир қисми майдонини қуйидагича изчиллик билан ҳисоб-китоб қилишни ўз ичига бўлади:

савдо зали;

харидорларға қўшимча хизмат кўрсатиш хоналари; товар қабул қилиш, сақлаш ва сотишға тайёрлаш хоналари;

маъмурий-маиший хоналар; техник хоналар; коридорлар ва ўтиш жойлари.

Савдо зали майдонини ва қўшимча хизмат кўрсатиш майдонини ўз ичига оладиган савдо хоналари магазиннинг асосий майдонлари ҳисобланади.

Савдо зали майдонини товар группаларига қараб яна тақсимлаш шу товарларнинг магазин ассортиментидаги салмоғига мос равишда ўтказилади.

Харидорларға қўшимча хизмат кўрсатиш майдони, шунингдек, магазиннинг бошқа хоналари майдони қурилиш нормаларига мувофиқ

белгиланади. Бу хоналарнинг майдонини ҳисоб-китоб қилишда савдо заллари майдонининг ҳажми таянч маълумот ҳисобланади.

Товарларни сотишга тайёрлагунча сақланадиган хоналар майдонининг ҳисоб-китоби товар группалари бўйича белгиланган нормалар асосида, лойиҳалаштириладиган магазин савдо зали майдонининг 10 м<sup>2</sup> ҳисобидан қуйидаги формула бўйича юритилади.

$$S_x = \frac{S_c * N}{10}$$

Бунда:  $S_x$  – товарлар сақлаш ва сотишга тайёрлаш хонаси майдони, м<sup>2</sup>;  $S_c$  – савдо зали майдони, м<sup>2</sup>;  $N$  – товарларни сақлаш ва сотишга тайёрлаш майдони нормаси, м<sup>2</sup>.

### 3.6. Магазин биноларидан фойдаланиш самарадорлигининг техник-иқтисодий кўрсаткичлари

Магазинлардан фойдаланиш самарадорлигининг асосий техник-иқтисодий кўрсаткичлари магазин майдонлари тузилиши, товар чиқариб қўйиладиган майдон, 1 м<sup>2</sup> савдо майдонига тўғри келадиган товар айланмаси, магазиннинг ишлаш қобилияти, савдо-технологик жараёнларини механизациялаш даражаси, иш режими кабилардан иборатдир.

Майдон тузилиши (структураси) деганда айрим майдонларнинг магазин умумий майдонидаги салмоғи тушунилади.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазинларида савдо хоналари савдо-технологик жараён хусусиятларига қараб, кўпайтирилиши ва магазин умумий майдонининг 70-80% игача етказилиши мумкин.

Савдо майдонидан фойдаланишнинг самарадорлигини характерлайдиган муҳим кўрсаткичлардан бири ўрнатилган жиҳозларга товарлар чиқариб қўйиладиган (экспозицион) майдон коэффициентдир.

Ўрнатиш майдони — савдо залининг асосий савдо-технологик жиҳозлар эгаллаган майдонидир.

Жиҳозлар бирлиги ўрнатиладиган майдон савдо залидаги жиҳозлар бирлигининг тағи эгаллаб турган майдон тарзида белгиланади. Масалан, ўрнатилган горка тубининг узунлиги 1022 мм, эни 680 мм бўлса, уни ўрнатиш майдони (1022x680) 694960 мм ёки 0,69 м<sup>2</sup> бўлади.

Магазиннинг ўрнатиш майдони савдо залидаги барча турдаги жиҳозлар ўрнатиш майдонларининг жами тарзида ҳисобланади.

Масалан, 100 м<sup>2</sup> майдонли савдо залида деворга ўрнатиладиган 20 та горка, 15 та оролсимон горка, 1 та контролёр-кассир кабинаси ва 1 та харидор столи бор. Савдо залининг ўрнатиш майдони 30,59 м<sup>2</sup> ни ташкил этади. Ўрнатиш майдонининг ҳисоб-китоб намунаси 4-жадвалда келтирилган.

4- жадвал

#### Ўрнатиш майдонининг ҳисоб-китоби

Жиҳозлар номи	Сони	Жиҳозлар ҳажми, мм		Жиҳозлар бирлиги ўрнатиладиган	Ҳамма жиҳозлар ўрнатиладиган майдон, м <sup>2</sup>
		Узунлиги	эни		
Деворга ўрнатилган горкалар	20	1022	680	0,69	12,60
Оролсимон ўрнатилган горкалар	15	1022	1058	1,08	16,20
Контролёр-кассир кабинаси	1	1100	1050	1,15	1,15
Харидорлар учун стол	1	800	800	0,64	0,64
Ж а м и					30,59

Савдо тажрибасида магазинларнинг савдо майдонидан фойдаланишнинг самарадорлиги мезони сифатида ўрнатиш майдонидан фойдаланиш коэффициентидан кенг фойдаланилади ва у қуйидаги формула бўйича ҳисоблаб чиқилади:

$$K_y = \frac{S_y}{S}$$

Бунда  $K_y$  жиҳоз ўрнатиш майдонидан фойдаланиш коэффициенти;



$S_y$  – жиҳоз ўрнатиш майдони,  $m^2$ ;  $S$  – савдо зали майдони.

Юкорида келтирилган мисолда жиҳоз ўрнатиш майдони  $30 m^2$ , савдо залининг умумий майдони эса  $100 m^2$  ни ташкил этади. Бунда –  $30:100=0,30$  ёки майдоннинг 30 %и савдо жиҳозлари билан банддир.

Шуни ҳам ҳисобга олиш керакки, жиҳоз ўрнатиладиган майдондан фойдаланиш коэффициентининг ҳажми фақат технологик ечимларнинг рационалигига эмас, балки корхона учун зарур савдо-технологик жиҳозлар турига ҳам боғлиқдир. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазинлари учун коэффициентнинг оптимал ҳажми 0,29-0,32 га тенг, яъни жиҳозлар савдо зали майдонининг камида 29-32% ини эгаллаши керак.

Товарлар чиқариб қўйиладиган (экспозицион) майдон – савдо залига ўрнатиладиган жиҳозлар (полкалар, кассеталар, саватлар, перфорацияланган шитлар, панеллар) банд қилиб турган барча юза ва ҳажмлар жамидан иборатдир.

Товар чиқариб қўйиш майдони коэффициенти қуйидагича аниқланади:

$$K_g = S_g : S$$

бунда  $K_g$  – товар чиқариб қўйиш майдонининг коэффициенти;  $S_g$  – товар чиқариб қўйиш майдони,  $m^2$ ;  $S$  – савдо зали майдони,  $m^2$ .

Масалан, товар чиқариб қўйиш майдони  $75 m^2$  ни, савдо залининг майдони эса  $100 m^2$  ни ташкил этса, бунда  $K_g=0,75$  бўлади.

Аммо, бу кўрсаткич чексиз ўсавермайди, акс ҳолда технологик жараёнларни рационал ташкил этиш қийинлашади, товарларнинг кўзга ташланиши ёмонлашади ва савдо залининг ягона ансамблини яратиш имконияти камаяди. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазинлари учун 0,75-0,82 га тенг бўлган коэффициент оптимал ҳисобланади.

1  $m^2$  савдо майдонига тўғри келадиган товар айланмаси нормативларини чакана савдо корхоналаридаги мавжуд майдонлардан фойдаланишнинг самарадорлигини баҳолаш учун (уларни амалдаги товар айланмаси билан таққослаб) қўлланиш мумкин.

Магазиннинг ишлаш-қобилияти деганда бир иш сменасида у хизмат кўрсатган харидорлар сони тушунилади. Бу кўрсаткични хизмат кўрсатилган харидорлар сонини ялпи ёки қисман ҳисоблаш йўли билан аниқлаш мумкин.

Магазиннинг иш режими (иш куни давомати ва дам олиш кунлари сони) магазин ишининг самарадорлигига муҳим таъсир кўрсатади. Магазиннинг иш режими сменалилик коэффициенти ( $K_{см}$ ) ва муттасиллик коэффициенти  $K_y$  (билан) характерланади. Сменалилик коэффициенти қуйидаги формула билан аниқланади:

$$K_{см} = B_k : B_{см}$$

бунда  $B_k$  – магазиннинг бир кунлик иш вақти, соат;  $B_{см}$  – бир сменадаги иш вақти, соат.

Масалан, магазин бир соатлик танаффус билан соат 7<sup>00</sup> дан 18<sup>30</sup> гача, яъни 10,5 соат ишлаганда, сменалилик коэффициенти 1,5 (10,5:7) сменага тенг бўлади.

Муттасиллик коэффициенти қуйидаги формула билан аниқланади:

$$K_y = D_{иш} : D_k$$

бунда  $D_{иш}$  — магазиннинг ойлик ишлайдиган кунлари сони;  $D_k$  – ойлик иш кунлари сони.

Масалан, магазин дам олиш кунисиз ишлаганда муттасиллик коэффициенти 1,2 (30:24) ни ташкил этади.

Магазин ишининг самарадорлик кўрсаткичларидан яна бири савдо-технологик жараёнларни механизациялаш даражасидир. У механизациялаштириш йўли билан бажарилган ишлар ҳажмининг умумий иш ҳажмига нисбатини кўрсатади ва қуйидаги формула билан ҳисобланиши мумкин:

$$Y = P_{мех} : P_{умум}$$

бунда  $P_{мех}$  – механизация йўли билан бажарилган ишлар ҳажми, натурал ўлчов бирликларида;  $P_{умум}$  – шу ўлчов бирлигидаги умумий ишлар ҳажми.

### Мустақил ишлаш учун назорат саволлари

1. Магазин биноларининг қандай турларини биласиз ва уларга қўйиладиган асосий талаблар тўғрисида гапириб беринг.
2. Магазин биноларининг асосий хоналари таркиби, уларнинг жойланиши ва ўзаро алоқаси тўғрисида тушунча беринг.
3. Магазинларнинг савдо залларини технологик планировкаси тўғрисида гапмириб беринг.
4. Магазинларнинг умумтехник қурилмаларига характеристика беринг.
5. Магазин хоналари майдони қандай аниқланади?
6. Магазин биноларидан фойдаланиш самарадорлиги қандай аниқланади?

### 4-боб. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ КОНЦЕПЦИЯСИНИНГ УЧИНЧИ ДАРАЖАСИ

#### 4.1. Магазиндаги савдо-технологик жараёнларнинг таркибий қисмлари ва уларни рационал ташкил қилиш тамойиллари

Чакана савдо корхоналарида савдо-технологик жараён товарнинг магазинга тушишидан бошлаб, то харидорнинг шахсий мулкига айлангунга қадар босиб ўтган ҳаракати йўлида амалга ошириладиган алоҳида операцияларнинг йиғиндисидан иборатдир.

Магазиндаги барча савдо-технологик жараён асосий ва ёрдамчи жараёнларга бўлинади. Товарларни сотиш ва харидорларга хўшимча хизмат кўрсатиш асосий жараёнларга киради. Булар савдо тармоқларининг асосий вазифаларини бажариш билан бевосита боғлиқ бўлган алоҳида операциялардан ташкил топади ва асосан магазиннинг савдо залида амалга оширилади.

Ёрдамчи жараёнларга товарларни қабул қилиб олиш, сақлаш, савдога тайёрлаш, уларни магазин ичкарасида ташиш, бўш тараларни қайтариб юбориш ва бошқалар киради.

Ёрдамчи жараёнлар асосий технологик жараёнларни бажариш учун зарурдир. Улар товарларни қабул қилиб олиш, сақлаш, сотишга тайёрлаш учун махсус ажратилган хоналарда амалга оширилади.

Харидорлар талабини ўрганиш, товар ассортиментини тузиш, реклама ва ахборотларни ташкил қилиш ва ҳоказолар билан боғлиқ бўлган савдо ишларининг баъзи турларини бажариш магазиндаги савдо-технологик жараённинг муҳим таркибий қисмларидандир.

Асосий ва ёрдамчи жараёнлар ҳамда операциялар маълум изчилликда, бирмунча узлуксиз ва бир йўла бажарилади. Магазиннинг катталиги, унинг кўп қаватлилиги, бинонинг ҳажм-планлаш структураси, технологик жараёнларни бажариш учун мўлжалланган майдонларнинг катта-кичиклиги, магазин товарларининг ассортимент структураси савдо-технологик жараённи ташкил қилишдаги муҳим омиллардандир.

Чакана савдо корхоналарининг савдо-технологик жараёнида магазин ходимлари билан харидорлар, товарлар ва асбоб-ускуналар бир-бирига таъсир кўрсатадилар.

Магазинда савдо-технологик жараёнларнинг ташкил қилиниши савдо ходимлари меҳнат самарадорлигининг ўсишига, савдо корхонасининг моддий-техник базасидан рационал фойдаланишга, энг қулай меҳнат шароитини ва товар-материал бойликларнинг бутунлигини таъминлашга, харидорларга кам вақт сарфлаб, қулай шароитда товар харид қилиш имконини яратишга ёрдам бериши лозим.

Рационал савдо-технологик жараённинг асосий принциплари қуйидагилардир:

савдонинг илғор методларини жорий қилиш ва илмий-техника таракқиётига эришиш;

сермеҳнат операцияларни механизациялаш ва автоматлаштириш;

тара-жихозлардан фойдаланиш билан товар таъминотининг энг қулай тизимини жорий қилиш;

юк туширилган жойдан магазиннинг савдо залигача юкларни кетма-кет ташиб бориш ҳаракатидаги технологик карта-схемаларни қўллаш асосида технологик операцияларнинг узлуксиз бажарилишини таъминлаш;

меҳнатни илмий ташкил этиш.

#### **4.2. Товарларни сотишга тайёрлаш**

Кўпчилик товарлар магазинларга тараларда ўраб-жойланган ҳолда келиб тушади, бу фақат сақлаш ва ташиш учун зарурдир. Баъзи товарлар ташиш ва сақлаш жараёнида ўзининг дастлабки товарлик кўринишини йўқотади, эзилади, чангланади, баъзи ноозик-овқат товарларни бузилишдан сақлаш учун улар химоя мойи билан копланеди.

Товарларни сотишга тайёрлаш магазинда савдо-технологик жараёнларни рационализация қилишда катта аҳамиятга эга бўлиб, товарларни сотишда илғор

методларни янада кенгроқ жорий қилишга шароит яратади ва харидорга хизмат кўрсатишни яхшилаш ҳамда тезлаштиришга ёрдам беради.

Товарларни сотишга тайёрлашга доир умумий операцияларга қуйидагилар киреди:

*товар солинган идишларни очиш* – товарларни сиртки тараларидан бўшатиш. Ўровни очишда товар, идиш ва ўров сифатини сақлаш муҳим талаблардан биридир;

*товарларни саралаш* – бу товарларни ассортимент кўрсаткичлари, яъни размери, фасони, нави, нархи бўйича, шунингдек, нархига, тамғада кўрсатилган навига, илова қилинган ҳужжатларнинг прејскурантга мос келиши бўйича гуруҳлашдир;

*товарларнинг сифатини яхшилаш* – бунда товарлар чангдан тозаланади, дазмолланади, мойлари артилади, майда камчиликлари йўқотилади, озик-овқат маҳсулотларининг устки қатламидаги

учун ўнғайроқ дозаларда қилиб тортиб тайёрлаш ва гастрономия товарларини кесиб қўйиш;

*тамғалаш* – товарга товар белгилари, яъни артикул, нави, размери ва нархи кўрсатилган товарлик ёрлиғини бириктириш. Товарга ёрликлар биркитилади, осилади, тикиб қўйилади. Ёрликнинг орқа томонига баҳосининг тўғрилигини тасдиқлаб, магазин мудири имзо қўяди;

*қадоклаш ва дастлабки кесиб қўйиш* – товарларни харидорлар учун ўнғайроқ дозаларда қилиб тортиб тайёрлаш ва гастрономия товарларини кесиб қўйиш;

*товарларни савдо залига чиқариб ёйиш учун тайёрлаш* – махсус тараларга (потоклар, саватлар, яшиқлар, аравачаларга) тахлаш, махсус тахтачаларга ёйиш (газламалар, тўрлар), қисмларга бўлиб келтирилган товарларни йиғиш;

*совбабон наборларни бутлаш* – сервизлар, совғалар, гарнитурлар.

Унча катта бўлмаган магазинларда товарларни магазин сотувчилари харидорларга хизмат қилишдан бўш пайтларида сотишга тайёрлайдилар. Товарларни сотишга тайёрлаш махсус мўлжалланган (ўров очиладиган,

кадокланадиган, чопиладиган, йиғишга, дазмоллашга ва кичик ремонтга доир устахоналарда) ва зарур асбоб-ускуна ҳамда жиҳозлар ёрдамида тайёрланади.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиладиган магазинларда товарлар харидорларнинг товарларни мустақил танлашлари ҳисобга олинган ҳолда сотишга тайёрланади. Товарларни сотишга тайёрлайдиган хоналарда кўчма кассеталар, катаклар тўлдириб қўйилади, сурма жавонлар, стеллажлар, аравачалар тўлғазиб қўйилади; тайёр кийимлар батамом тайёр кўринишда сурма вешалкалар, штангаларга осиб қўйилади. Газламалардан олдиндан юбкалик, қўйлаклик, костюмлик, шимлик, пиждаклик, нимчаликлар тайёрлаб қўйилади. Ҳар бир кийимликка узунлиги, кенглиги, кийимлик нархи кўрсатилган ёрлик осиб қўйилади.

Озиқ-овқат товарлари сотиш вақтига, харидорлар оқимининг интензивлигига, товарларнинг харид қилиниш тезлигига, сифатига, нархига қараб дозаларда кадокланади. Қадокланадиган товарларнинг дозаланадиган миқдорлари харидор талабига мос тушиши зарур.

Қадоқлаш учун қоғозли, целлофанли, полиэтиленли пакетлар ва халтачалар, капронли тўрлар, шиша банкалар, қоғоз стаканчалар ишлатилади. Товарларни сотишга тайёрлаш ва уларни савдо залига ўтказишда хизмат зонасида товарлар зонасининг мавжудлиги, ҳар кунги сотиладиган товар ҳажми, айрим товарларни дастлабки сотиш зарурлигини ҳисобга олиш лозим.

#### **4.3. Товарларни савдо залига жойлаштириш**

Товарларнинг жойлашуви товар группалари ва группачалари бўйича уларнинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда савдо залига кетма-кет жойлаштирилишини белгилашдан иборатдир.

Товар айланмасининг ҳажми ва структуралари, харидор талабининг характери савдо залида товарларни жойлаштириш учун асос ҳисобланади.

Магазиннинг савдо залида товарлар ассортименти қуйидаги **этаплар** бўйича жойлаштирилади:

савдо зали майдонини товарларнинг алоҳида группалари бўйича тақсимлаш;

товарларнинг группалар ва группачаларга бўлиб кетма-кет жойлаштирилишини белгилаш;

товарларни группалар ва группачалар бўйича жойлаштиришнинг технологик схемасини ишлаб чиқиш.

Айрим товарларни жойлаштириш учун ажратиладиган савдо зали майдонининг катталиги харидорларнинг товарларни кўздан кечириш ва танлашга сарфланадиган вақти, харид қилинган товарларнинг габари ва миқдори билан аниқланади. Бу омилларнинг баъзи товарларни сотиш учун савдо зали майдонининг ҳажмига таъсири 1 кв. м. савдо майдонидаги товар айланмаси миқдорининг кўрсаткичида ўз ифодасини топади. Бундан ташқари, баъзи товарларни сотиш учун ажратилган савдо зали майдонининг ҳажмига уларни сотиш миқдори ва магазин савдо зали майдонининг умумий кўлами ҳам таъсир кўрсатади.

Савдо залига баъзи товарлар группасини жойлаштиришда бу товарларни қабул қилиш ҳамда сақлаш хоналари билан уларнинг савдо залида турган ўрни орасидаги йўлнинг қисқа бўлиши мақсадга мувофиқдир.

Магазиннинг савдо залига товарларни жойлаштиришнинг кетма-кетлиги кўп жиҳатдан талабнинг кам-кўплиги билан аниқланади. Харидоргир товарларни улар сақланадиган ёки қабул қилиб олинадиган хоналарга яқинроқ жойлаштириш тавсия этилади; бу эса савдо залига товарлар запасини тўлдириб туришда магазин ходимларининг сарфлайдиган меҳнатини бирмунча қисқартиради. Харидоргир товарларни савдо залининг ичкарасига жойлаштириш тавсия этилади, бу билан магазинга кириш ва ундан чиқиш эшиги олдида харидорларнинг тўпланиб қолишининг олди олинади.

Орасира талаб қилинадиган товарларни уларнинг сотилишини тезлаштириш мақсадида харидорлар ҳаракати йўналиши бўйлаб ўнг томонга ўрнатилган участкаларга, яъни қулай зонага жойлаштириш мақсадга мувофиқдир.

Савдо залида товарни жойлаштиришнинг кетма-кетлигини аниқлашда уларнинг габаритлари ва оғирликлари ҳам албатта ҳисобга олинади. Оғир ва йирик габаритли товарларни харидорлар ҳаракати йўналишининг охирига ва бу товарлар сақланадиган ҳамда қабул қилиб олинadиган хоналар яқинига жойлаштириш зарур.

Товарларни жойлаштиришда харидорлар ҳаракати йўналиши, уларнинг психологияси, товарларнинг физик-химик хусусиятлари инobatга олиниши керак.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш шароитида харидорлар оқими ҳаракатининг асосий қонуниятларидан бири унинг соат стрелкаси ҳаракатига тескари йўналишидир. Бу йўналишнинг қулайлиги шундаки, харидорлар инвентарь саватчани чап қўлда ушлаб, ўнг қўл билан товарларни бемалол танлайдилар ва уларни саватчага соладилар.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатишда группа товарлар ва айрим таварлар учун доимий зоналар ажратиб қўйиш савдо залига товарларни тўғри жойлаштиришдаги муҳим шартлардан биридир. Харидорлар товарларни шундай жойлаштиришга кўникадилар ва савдо залини осонликча мўлжаллай оладилар.

Савдо залига товарларни жойлаштиришдаги яқунловчи этап товарларни группалар ва группачаларига қараб жойлаштиришнинг технологик схемаларини ишлаб чиқишдир.

Савдо залида товарларни жойлаштиришнинг технологик схемасига қуйидаги талаблар қўйилади:

харидорларнинг товар группалари жойлашган жойни тезда мўлжаллаб олишлари ва кам вақт сарфлаб, максимал қулайликлар билан харид қилишларини таъминлаш;

барча товарларни илғор методлар билан сотишни ташкил қилишни таъминлаш;

савдо майдонидан унумли фойдаланишга таъсир кўрсатиш:

товарлар ва моддий бойликларни контрол қилиш ва сақланишини таъминлаш;

савдо залида запасларни тўлғазиб туришнинг энг қулай ҳал қилинишини назарда тутиш.

Савдо залига товарларни жойлаштириш билан бирга товарларни сотишда уларни савдо жиҳозларига ёйиб қўйиш муҳим аҳамиятга эгадир. Товарларни мақсадга мувофиқ қилиб ёйиш жиҳозлардан унумли фойдаланишга имкон беради, харидорлар томонидан товарларни кўздан кечириш ва танлаш шароитини яхшилайти, савдо залида запасларни тўлдириб турувчи савдо ходимининг меҳнат сарфини камайтиради.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методида товарларни мақсадга мувофиқ қилиб очик, ёйиб қўйиб сотиш катта роль ўйнайди. Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазинларида товарларни уйиб, тахлаб, қаторлаб, осиб, дастлаб ёйиш усуллари қўлланилади. Товарларни уйиб ёйиб қўйиш бирмунча фойдали хисобланади, чунки ёйишга меҳнат кам сарфланади ва жиҳозларнинг намоёйиш қилинадиган майдонидан унумлироқ фойдаланиш имкони яратилади. Тара-жиҳозлар ва контейнерларда товарларни уйиб қўйиш айниқса қулай. Бўндай ёйиш усулидан қўлгина озик-овқат маҳсулотлари учун ва бир қатор ноозиқ-овқат товарлар учун фойдаланиш мумкин.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш магазинларида чиқариб қўйишнинг вертикал (тикка) ва горизонтал (ётик) усуллари қўлланилади. *Вертикал ёйишда* мазкур горканинг барча токчаларига бир хил номдаги товарлар вертикал бўйича, яъни тиккасига қўйилади, бу эса товарларнинг кўзга яхши кўринишини ва ёйилган товарларни аниқроқ фарқлай олишни таъминлайди.

Бир хил номдаги товарларни горизонтал усулда ёйиб қўйишда товарлар узунасига ўрнатилган жиҳозларнинг бир ёки икки токчасига узунасига жойлаштирилади. Бу усул йирик габаритли ва кассеталардаги майда товарларни реализация қилишда бирмунча фойдали.

Ёйиб қўйишнинг горизонтал усулида қуйи токчаларга талаб кучли бўлган товарларни қўйиш тавсия этилади.

Амалда очик ёйиб қўйишнинг аралаш усули кенг қўлланилади. Бунда товарларни горизонтал ва вертикал ёйиш усуллари бирга қўшиб олиб борилади. Бу усулларда жиҳозларга ёйиш майдонидан унумлироқ фойдаланиш ва савдо залида товарларни кўпроқ жойлаштиришга эришилади.

Жиҳозларга товарларни очик ёйиб қўйишда қуйидаги асосий қоидаларни ҳисобга олиш зарур:

товарларни жиҳозларга харидорлар қўли ета оладиган даражада жойлаштириш керак;

савдо залида товарларнинг кўзга кўринарли бўлишини таъминлаш зарур. Одамларда кўз ҳолатининг ўртача баландлиги 1650 мм га тенг эканлиги учун савдо жиҳозларида товарлар энг қулай, яъни 1100 дан 1600 мм гача баландликдаги зонада жойлаштирилади. Шунинг учун энг қулай зонага импульс эҳтиёждаги ва секин оборот бўладиган товарларни жойлаштириш лозим;

ўраш-жойлашда товарлар тўғрисида баён қилинган ахборотнинг яхши кўринишли бўлишини таъминлаш;

барча кўргазма майдонларидан унумли фойдаланишни таъминлаш;  
товарнинг ва ўраш-жойлашнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олиш;  
товарларни намойиш қилиш майдонларига очик ёйиб қўйиш доимий бўлиши зарур;

харидорларга товарларни танлаш имкониятини яратиб беришни таъминлаш;

горкаларнинг юқори тоқчалари, иложи борида вази энгил бўлган товар билан тўлдирилиши зарур;

майда товарлар сим тўрлар ва горкаларнинг ўрта тоқчаларига ёйилади;  
товардаги баҳо белгилари аниқ ва равшан бўлиши лозим.

Магазиннинг савдо залига товарларни жойлаштириш ва очик ёйиб қўйиш ижодий ёндошишни, аниқ шароитларни, савдо залининг катта-кичиклиги ва шаклини, савдо жиҳозларининг турларини, товарларнинг физик-химик хусусиятларини ва бошқаларни ҳисобга олишни талаб қилади.

#### 4.4. Товарларни сотишнинг илғор усуллари

Магазиндаги технологик жараённинг асоси товар сотиш ва харидорларга хизмат кўрсатишдир. Савдонинг социал ва иктисодий самарадорлиги ўсиши кўп жиҳатдан товар сотишда қўлланиладиган методларга боғлиқдир.

Товар сотиш методлари кўплаб усуллар ва йўллар йиғиндиси бўлиб, унинг ёрдамида харидорларга хизмат кўрсатиш ҳамда товарлар харид қилиш жараёни таъминланади. Чакана савдо практикасида сотишнинг анъанавий методлари – сотувчи ёрдамида пештахта орқали сотиш ва товарлар сотиш методларининг харидорлар учун ниҳоятда ўнғай бўлган илғор методлари ишлатилади.

Товарлар сотишнинг илғор методларини жорий қилиш муҳим социал вазифани ҳал қилишга, харидорларнинг товарлар харид қилишдаги вақтини қисқартиришга ёрдам беради. Товарлар харид қилишга аҳоли томонидан сарфланадиган вақт бутун мамлакат бўйича ҳар йили тахминан 15 миллион ходимнинг меҳнатига тенг келишини социологлар ҳисоблаб чиқишган. Бунда ҳар бир оила бир кунда товарлар харид қилиш учун ўртача 1,9 соат сарфлайди. Харидорларга хизмат кўрсатишга сарфланадиган вақтни қисқартириш ижтимоий меҳнатни бирмунча тежаш имконини беради.

Мутахассисларнинг ҳисоблашларига кўра сотишнинг илғор формаларини жорий қилиш натижасида товарларни харид қилишга сарфланадиган вақт икки баравар, баъзи ҳолларда ундан ҳам ортик қисқаради.

Шу билан бирга, товарларни сотишнинг илғор методларини жорий қилиш магазинларнинг савдо майдонидан маълум вақт ичида янада унумлироқ фойдаланилишига, меҳнат унумдорлигининг ўсишига ва муомала харажатларининг қисқаришига ёрдам беради.

Ҳозирги пайтда чакана савдода товар сотишнинг қуйидаги илғор усуллари қўлланилмоқда; товарларни ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методи билан сотиш, товарларни намунаси бўйича сотиш, товарларни очик ёйиб қўйиб сотиш, товарларни харидорларнинг буюртмаси бўйича сотиш.



Товарларни ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методи билан сотиш, Товарларни сотишнинг бошқа илғор методлари орасида ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методи етакчи ўринни эгаллайди. Товарларни ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методи билан сотишдаги савдо-технологик жараённинг моҳияти шундаки, бунда харидор савдо залининг деворидаги ва бўлак-бўлак жихозларга очиқ териб қўйилган товарлар ёнига бемалол бориб, уларни мустақил кўздан кечиради ва танлаб олади, харид қилган нарсаларига эса магазиндан чиқиш вақтида ягона ҳисоб-китоб узелида ҳақ тўлайди.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методи билан барча озиқ-овқат маҳсулотларини ва деярли кўпчилик ноозиқ-овқат товарларини сотиш мумкин.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатишда кесиш ва тортишни талаб қиладиган озиқ-овқат маҳсулотларини ўз-ўзига хизмат кўрсатишнинг савдо залида турган якка тартибда хизмат пештахтаси ёнида турган сотувчи сотиши мумкин. Бунда сотиб олинган нарсаларнинг қиймати ягона ҳисоб-китоб узелида тўланиши шарт.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш товарларни сотиш методи сифатида қуйидаги принципларга асосланган:

- савдо залига харидорларнинг чекланмаган ҳолда кириши;
- товарларни сотишга олдиндан тўлиқ тайёрлаб қўйиш;
- савдо залига очиқ териб қўйилган товарларни харидорларнинг бемалол кириб кўриши;
- харидорлар томонидан товарларни мустақил равишда танлаш ва уларни ҳисоб-китоб қилинадиган ерга олиб келиш;
- рекламалар, ахборот кўрсаткичлари ва савдо жихозлари ҳамда товарларни жойлаш билан савдо залига харидорлар оқимининг йўналишини ташкил қилиш;
- харид қилинган товарларга контролёр-кассирлар хизмат қиладиган ҳисоб-китоб узелларида ҳақ тўлаш.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатишда савдо жараёнида сотувчининг роли йўқолмайди, фақат ўзгаради, чунки баъзи бир товарларни сотишда сотувчи-консультантларнинг актив иштирок этиши шарт бўлиб қолади. Масалан,

мосламалар, тўрлар, тасмаларни ўлчаш ва қирқиш ёки фойдаланиш қоидалари бўйича консультация бериш, техник жиҳатдан мураккаб товарларнинг чидамлилигини синаш ҳамда сифатини текшириб кўриш ва бошқалар. Шу билан бирга сотувчи-консультант харидорлар хоҳишига кўра доварларни танлаётганда, уларни ўраб-жойлаш ва бошқаларга зарур маслаҳатлар бериши керак.

Ҳозирги пайтда ўз-ўзига хизмат кўрсатиш ривожланишнинг юксак даражасига етди. Бироқ ўз-ўзига хизмат кўрсатишнинг барча имкониятларидан ҳали етарлича фойдаланилмаяпти. Баъзи ўз-ўзига хизмат кўрсатувчи магазинларда ишнинг самарадорлиги товарларни сотишда анъанавий методларни қўлловчи магазинлардагига нисбатан анча паст. Ўз-ўзига хизмат кўрсатувчи магазинларда товарлар ассортиментининг чекланганлиги, донали ва қадокланган товарларнинг етарлича келтирилмаслиги, жихозлар ўрнатиладиган савдо майдонларидан етарли даража фойдаланмаслик, савдо залини мақсадга мувофиқ планлаштирмаслик, икки мартаб контрол қилиш, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш методи билан сотиш мумкин бўлган бир қатор товарларни хизмат кўрсатиш пештахталари орқали сотишни ташкил қилиш, зарур ахборот воситаларининг бўлмаслиги ва шу қабилар самарадорликнинг ошишига ҳалақит берувчи сабаблардир. Шунинг учун ҳозирги даврда ўз-ўзига хизмат кўрсатувчи магазинларда уларнинг самарадорлигини оширишга ёрдам берувчи савдо-технологик жараёнларни такомиллаштириш муҳим аҳамият касб этади.

**Товарларни очиқ жойга ёйиб қўйиб сотиш** – товарларни сотишдаги бу методда сотувчининг иш жойига очиқ териб қўйилган товарларга харидорлар бемалол қира оладилар, мустақил танишдилар ва керак буюмларни сотувчининг маслаҳати ва ёрдами билан танлаб оладилар, танлаб олинган товарларга ҳақни эса товар ўраб-жойлаб бериладиган стол олдида ёки сотувчининг иш жойида тўлайдилар.

Бу метод билан танлаб олишда сотувчининг қатнашиши талаб қилинадиган товарлар сотилади. Чунки маҳсулотларни тарозида тортиш ва

кесиш, унинг харакатини текшириш, фойдаланиш хақида консултациялар бериш учун сотувчининг бўлиши зарур.

Товарларни очик жойга ёйиб кўйиб сотишда ўз-ўзига хизмат кўрсатишдагига ўхшаш савдо залига товарлар сотиш учун тўлиқ тайёрланган холда тушади. Сотувчининг иш ўрнида товарлар пештахталардаги кассеталарга тахланади ёки девордаги ва бўлак-бўлак жиҳозлардаги горкалар, этажеркалар, тўрлар, илгаклар, кронштейнлар ва бошқаларга осиб қўйилади.

Товарлар танлаб олингандан кейин, агар лозим бўлса, сотувчи иш ўрни ёки ўраш-жойлаш столида ўраб берилади. Харидор шу ернинг ўзида харид қилган нарсаларининг хақини тўлайди.

**Товарларнинг намуналарини кўрсатиб сотиш.** Бу методда товарлар реализация қилинганда харидор савдо залига қўйилган намуналарга қараб ўзига керакли товарларни мустақил равишда ёки сотувчи ёрдамида танлайди ва харид қилинган буюмнинг хақини тўлагандан кейин тегишли товарни бевосита магазиндан олади.

Чакана савдо корхоналарида мебеллар, телевизорлар, радио-приёмниклар, музика асбоблари, қизитувчи, иситувчи ва ёритувчи йирик габаритли асбоблар, маиший холодильниклари, кир ювиш ва тикувчилик машиналари, мотоцикллар, мотороллёрлар, велосипедлар, мопедлар, хўжаликка мўлжалланган йирик габаритли товарларнинг намуналари кўрсатиб сотилади.

Бу методда савдо залига барча мавжуд товарларнинг ҳар бирининг намуналари териб қўйилади. Харидорлар керакли буюмларни мустақил кўздан кечирадилар ва танлайдилар. Харидорларнинг истагига кўра сотувчилар товарни танлашда уларга ёрдамлашадилар, улар қизиқаётган буюмнинг хусусиятларини тушунтирадилар ва бу буюмларни ишлатиб кўрсатадилар. Газламалар ва майда буюмлар магазиннинг ўзида берилади. Кўпчилик магазинларда намуналари бўйича танланган ва пули тўланган йирик габаритли товарларни савдо базасининг складларидан ёки саноат корхонасидан харидорларнинг уйига элтиб берилади.

Товарларнинг намуналарини кўрсатиб сотиш методи харидорлар учун қулай бўлиб, товар билан ҳар томонлама танишишга имкон беради ва уни уйга олиб келишни енгиллаштиради.

**Товарни олдиндан берилган буюртма бўйича сотиш** – бу методда харидор магазинда мавжуд бўлган товарга ёзма равишда ёки телефон орқали буюртма беради ва маълум вақтдан кейин буюртма берилган товарни магазиндан олади ёки у уйга элтиб берилади. Товарларнинг қиймати ва кўрсатилган хизматга олдиндан ёки товарни олган пайтда ҳақ тўланади. Бу метод билан барча озиқ-овқат маҳсулотлари ва мураккаб ассортиментдаги нооziқ-овқат товарларни сотиш мумкин.

Буюртмалар магазинларнинг буюртма бўлимларида саноат корхоналари, қурилишлари, муассасалар, автомагазинлар ва бошқа жойларда ташкил қилинадиган махсус пунктларда қабул қилинади.

Буюртма бўлимлари (столлари) йирик универсал озиқ-овқат магазинларида ташкил қилинади. Улар тўпланган буюртмаларни сақлаш учун девор олди каток-каток стеллажлар, тез бузиладиган маҳсулотларнинг комплектини сақлаш учун холодильник, шкафлар, уларни тўплаш ва бериш учун махсус пештахталар билан жиҳозланади. Бажариладиган буюртмалар кўпинча харидорларга уларнинг нархини олдиндан тўламасдан берилади. Транспорт мавжуд бўлган ҳолларда буюртмалар харидорнинг уйига ёки иш жойига элтиб берилиши мумкин. Бундай ҳолларда буюртма берилган товарларнинг нархи ва уни элтиб бериш қийматини магазин кассасига олдиндан тўлаш мумкин.

Буюртмалар бўйича товарлар сотиш методининг истиқболи порлоқ, чунки аҳоли учун муҳим қулайликлар яратади ва товарлар сотишнинг ўсишига таъсир кўрсатади. Товарларни сотишда илғор методларни жорий қилиш билан бирга уларнинг социал ва иқтисодий самарадорлигини ошириш ҳам муҳим аҳамиятга эгадир. Энг юқори социал самарага эришиш савдонинг бош вазифаларидандир.

Товарларни сотишда қўлланиладиган илгор методларнинг иқтисодий самарадорлигини аниқлашда икки метод орқали: магазинларнинг товарларни сотишда илгор методларга ўтишдан олдин ва ўтгандан кейинги иш кўрсаткичларини анализ қилиш ва таққослаш йўли билан; илгор методларда сотишга ўтказилган магазинларнинг кўрсаткичларини товарлар сотишда одатдаги методни қўллаётган магазинларнинг кўрсаткичларини таққослаш йўли билан амалга оширилади.

Биринчи методни магазинлар илгор методга ўтказилгандан кейин сотувда уларнинг иш режимидаги ассортимент группаси ва савдонинг конъюнктураси ўзгармаган ҳолда аҳолига хизмат кўрсатишда миқдор жиҳатдан жиддий ўзгариш бўлмаган ҳолларда қўллаш мақсадга мувофиқ бўлади.

Магазин янги методга ўтказилгандан кейин корxonанинг ихтисослаштириш формаси ўзгарган, магазин илгор технология бўйича узок вақт ишлаётган ва у янги қурилган корхона ҳисобланган ҳолларда иккинчи метод қўлланилади. Бунда таққослаш учун товарлар ассортименти, иш режими ва савдо майдонининг ҳажми бир хил группада бўлган, ишловчиларни жойлаштириш характери бўйича тахминан ўхшаш шароитдаги магазинлар олинади.

Магазинларнинг асосий таққосланадиган иқтисодий кўрсаткичлари қуйидагилардир:

товар айланмаси, ходимларнинг сони, муомала харажатиининг даражаси ва фойда (хўжалик ҳисобидаги корхоналар учун), иш ҳақига доир харажатлар даражаси, бир ходим ҳисобига товар айланмаси, бир квадрат метр савдо майдони ҳисобига товароборот, товар айланиш тезлиги.

Магазинлар фаолиятининг асосий иқтисодий кўрсаткичлари билан бирга савдо майдонидан фойдаланиш самарадорлиги ҳам аниқланади.

Савдо майдонидан фойдаланиш самарадорлигини аниқлаш учун қуйидаги кўрсаткичларни ҳисоблаб чиқмоқ лозим:

ўрнатиш майдонининг коэффиценти – технологик жиҳозлар ва ҳисоб-китоб узеллари эгаллағач майдоннинг савдо зали майдонига нисбати;

кўргазма майдонининг коэффиценти – товарлар чиқариб қўйилган майдон жамининг савдо зали майдонига нисбати.

Савдо залидан фойдаланишнинг амалдаги самарадорлик коэффицентларини нормативлар билақ таққослаш лозим.

#### **4.5. Чакана савдода қўшимча хизмат кўрсатиш ва унинг асосий шакллари**

Харидорларга товар сотиш билан бирга товар харид қилиш ва ундан фойдаланиш билан боғлиқ қўшимча хизматлар кўрсатилади. Бундай хизмат магазиннинг ўзца ҳам, ундан ташқарида ҳам кўрсатилиши мумкин. Бундай хизмат олди-сотди жараёнларини такомиллаштиришга қаратилган бўлиб, харидорларга савдо хизмати кўрсатиш маданиятини оширишга ёрдам беради.

Магазин иши самарадорлиги ва савдо хизмати сифатини оширишдаги ролига қараб барча хизматларни қуйидаги уч группага бўлиш лозим. Биринчи группага, корхонага иқтисодий самара келтирувчи пуллик (газламани бичиб бериш, наққошлик ишлари ва бошқалар) хизматлар киради.

Иккинчи группани товар айланмасининг ўсишига ёрдам берувчи хизматлар (устки кийимларни мослаш, пойабзал ва бош кийимларни кериб бериш) ташкил қилади.

Учинчи группага харидорлар вақтини тежаш ва уларга қўшимча қулайлик яратувчи (ўраш-жойлаш столларини, сақлаш камераларини жиҳозлаш ва бошқалар) хизматлар киради.

Ҳозирги замон универсал ва ихтисослаштирилган магазинларда кўрсатиладиган қўшимча хизматнинг асосий турларига қуйидагилар киради: савдода бўлмаган товарларга олдиндан буюртма қабул қилиш; товарларни кредитга сотиш; сотиб олинган товарларни кўрсатилган адресга элтиб бериш; газламаларни бичиш; тайёр қўйлақларни харидорнинг қоматига мослаб бериш, кийим-бош ва бош кийимларни қисман тўғирлаш; пардаларни тикиш; бош кийим ва пойабзалларни кериб бериш, соат қайишчаларини ўтказиб бериш; чангиларга тасмалар ўрнатиш; техник жиҳатдан мураккаб товарлар, чарм-

атторлик, трикотаж буюмлари ва болалар ўйинчоқларини майда ремонт қилиш; авторучкаларни ремонт ва заправка қилиш; пичок, қайчи ва бошқа товарларни чахлаш; наққошлик ишларини бажариш; фотоаппаратларни зарядка қилиш учун қоронғу хоналарни жиҳозлаш, фотоплёнкаларни қўринадиган қилиш ва фотосурат чиқаришга буюртма олиш; модалар ва янги товарларни намоёниш қилиш; товарлардан фойдаланиш қоидалари бўйича мутахассислар консультацияларини уюштириш; омонат кассалари, алоқа бўлимлари, телеграф сўзлашиш пунктларни, театр кассалари, шаҳар справка хизмати бюроси ва бошқаларнинг филиалларини ташкил қилиш.

Муайян магазинларда харидорларга кўрсатиладиган хизматнинг сифати ва турлари савдо корхонасининг ҳажми ва қайси товарларга ихтисосланганига ва бошқаларга боғлиқ.

Буюртма бўйича сотиладиган товарлар рўйхати тузилади ва у савдо залининг кўринари ерига осиб қўйилади. Олдиндан буюртма қабул қилишни, шунингдек, товарни қўйилган намунаси ва каталогдан танлаш орқали ҳам амалга ошириш мумкин.

Буюртмаларни қабул қилиш ва бажаришга доир ишлар маълум изчилликда ўтказилади. Ҳар қайси харидор почта откриткасини тўлғазади, унда товар аломатларини (ранги, размери, фасони, тахминий нархи) ва ўз уй адресини (телефонини) кўрсатади. Қабул қилинган буюртмалар магазин ходимлари томонидан махсус журналда қайд қилинади.

Магазинга товар тушиши билан буюртма қабул қилган магазин ходимлари бу ҳақда харидорга хабар беради. Буюртмачи ўзи буюртма берган товарни олганда бир йўла ўша товарлар нархини тўлаб, махсус буюртма журнали ёқн бланкасига олинган санани ёзади ва имзо қўяди ҳамда уни сотувчида қолдиради.

Харидор товарни олишдан бош тортган ҳолларда магазин буюртма берилган товарни бошқа харидорга сотиши ёки шу товар қайси магазиндан олинган бўлса, ўша магазинга қайтариб жўнатиши мумкин.

**Товарларни кредитга сотиш.** Кредитга сотишда аҳолига қимматбаҳо ва узоқ хизмат қиладиган товарларнинг пулини бўлиб- бўлиб тўлаш имкони берилади.

Кредитга товар сотиб олиш учун харидор магазинга ишлаётган жойидан охириги уч ойдаги ўртача ойлик иш ҳақи тўғрисида ёки социал таъминот бўлимидан пенсия миқдори ҳақида справка келтириши лозим.

Кредитни расмийлаштиришда харидор икки нусxada топширикнома – мажбурият тузади ва имзолайди. У аввал товар нархининг камида 20-25 процентини тўлайди. Қолган суммани тўлаш учун унга 6 ойдан 12 ойгача, тикиш машиналари ва стандарт йиғма уйларни кредитга сотишда эса 24 ойгача мухлат берилади.

Товарларни кредитга сотишда харидордан маълум процент ундириб олинади. Масалан, тўлаш мухлати 6 ойгача бўлган кредит суммасининг 1 проценти, 9 ойгача бўлса – 1,5 проценти, 12 ойга 2 проценти, 12 дан 24 ойгача бўлса, 2,5 проценти ундириб олинади. Кредитга сотилган товарлар учун ҳисоб-китоб сотилган пайтдаги нарх бўйича амалга оширилади. Товар харидорга берилгандан кейин нарх-наво тушган ёки кўтарилган бўлса, қайта ҳисоблаш ўтказилмайди.

**Товарларни уйга элтиб бериш.** Кўп универмаглар, ихтисослаштирилган магазинлар (мебель, қурилиш материаллари ва ёқилғи хўжалик товарлари, маданий товарлар билан савдо қилувчи) мебеллар, холодильниклар, кир ювиш машиналари, радиоприёмниклар, телевизорлар, пианино, қурилиш материаллари, ёқилғилар ва бошқа катта ҳамда оғир товарларни уйга элтиб бериш бўйича хизмат кўрсатадилар. Товарларни элтиб беришда махсус ажратилган транспортлардан фойдаланилади. Харидорлар товарни уйга элтиб бергани учун амалдаги тариф бўйича ҳақ тўлайдилар. Юқ ташиш қиймати магазин кассасига товар қиймати билан биргаликда тўланади. Сўнгра уч нусxada қвитанция ёзилиб, бир нусхаси товар элтиб бериш учун машина ҳайдовчисига, иккинчи нусхаси харидорга берилади, учинчиси эса магазинда қолади. Товарни уйга элтиб беришда харидор юқни олганлиги ҳақида

ҳайдовчидаги квитанцияга имзо чекади. Харидорларга ёқилги сотиш ва уйга элтиб бериш олдиндан бериладиган буюртма-талабномалар бўйича амалга оширилади.

**Магазиндан харид қилинган газламаларни бичиш.** Қўшимча хизматнинг бундай формаси универмаглар ва газлама сотишга ихтисослашган йирик магазинларда кенг тарқалган. Материалларни бичиш учун магазинларнинг савдо залидан озгина жой ажратилиб, бичиқчи учун иш ўрни жиҳозланади. Унда мода журналлари ва андозалар учун столча ёки тумбочка: бичишга қабул қилинган газламалар ва бичилган буюмларни сақлаш учун шкаф, устки кийимлар вешалкаси, харидорлар учун стуллар ёки креслолар қўйилади. Бичиш столининг иш соатлари, буюртмани расмийлаштириш тартиби, бичиш учун хизмат хақи прејскуранти ва бошқалар кўрсатиб қўйилади.

Бичиқчи харидорга андаза танлашда ёрдамлашади, газламани бичади ва кўклуб беради, хизмат хақини айтади, квитанция ёзиб беради. Қабул қилинган буюртмалар иложи борича буюртмачл иштирокида, бироқ қабул қилинганидан уч кундан кечиктирмай бажарилади.

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

**Кийим тикишга буюртма қабул қилиш.** Газламалар билан савдо қилувчи баъви магазиндан сотиб олинган материаллардан кийим тикишга буюртма қабул қилади. Бунинг учун магазинларда савдода бўлган газламалардан олдиндан тўплам тайёрлаб қўйилади. Буюртмалар маҳаллий ателье усталари иштирокида қабул қилинади ва бажарилади. Бундай комплекс хизмат кўрсатиш харидорлар учун қулай бўлиб, уларнинг вақтини тежайди.

**Фотокабиналар ва фотолабораториялар.** Аҳолига хизмат кўрсатишни яхшилаш учун универмагларда ва маданий товар магазинларида фотокабиналар ва фотолабораториялар ташкил этилади. Бу ерда харидорлар магазиндан харид

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

Кафетерийлар ишини ташкил қилиш. Ҳозирги универмагларга кафетерий учун махсус майдон ажратилади. Кафетерий магазин савдо залига ўрнатилади. Кафетерий стойка ва овқатланиш столлари, холодильникли пештахта ва шкаф, ошпазхонаси, коктейль қориттиргичлар, турли шарбатлар сотиш учун қолбали қурилма, стакан ювгич ва бошқалар билан жиҳозланади.

Кафетерий ассортиментига кофе, какао, чой, сутли коктейль, сут ва сут таомликлари, сосиска, бутерброд, унли кондитер маҳсулоти, морожний, сабзавот ва мева шарбатлари киради.

#### **4.6. Товарларни магазиндан ташқарида сотиш усуллари**

Товар айланмасини янада кенгайтириш ва савдо хизмати кўрсатишни яхшилашда товарларни магазиндан ташқарига сотиш формаларини ривожлантириш ва такомиллаштириш катта аҳамиятга эгадир. Товарларни сотишдаги бу формалар матлубот кооперацияси системасидаги чакана савдо тармоқлари (павильон, палатка, киоска ва дўкон), автомагазинлар томонидан, шунингдек, автотранспорт, от-арава транспорти кўмагида савдо қилишда кенг қўлланилади.

Товарларни магазиндан ташқарида сотиш магазиндаги савдони тўлдиради, товарларни иш жойига, яшаш ва дам олиш жойига яқинлаштиради. Товар сотишнинг магазиндан ташқари формалари маҳаллий шароит хусусиятларига – аҳоли пунктларида яшовчиларнинг сони, савдо корхоналарининг мавжудлиги ва товар ассортименти, аҳолига хизмат кўрсатиладиган ишлаб чиқариш шароитлари бошқаларга қараб аниқланади. Шу билан бирга майда чакана савдо корхоналарининг тури ва сони аниқланади,

товар ассортиментни рўйхати, таъминот манбалари ва товар келтириш тартиблари белгиланади.

Сотувчисиз дўкончани очишдан олдин майда чакана савдо тармоқларининг иши, хизмат кўрсатиш қоидалари харидорларга тушунтирилади, улардан дўкон ишига кўмаклашувчи группа тузилади.

Бу группанинг вазифаси дўкончага товарлар ўз вақтида келтирилишини ва келтирилган товар ҳисоби дафтарларда тўғри қайд қилинишини назорат қилиш ҳамда товар келтириб берадиган шахсларнинг тушган пулни истеъмолдан олишларида, моддий товар бойликлар инвентаризациясини ўтказишда қатнашишдан иборатдир.

Моддий товар бойликлари учун мулкый жавобгарлик сотувчисиз киоска ёки дўкон қайси магазин ҳисобидан ишласа, ўша магазин ходимлари зиммасида бўлади.

Кўчма савдодан олиш жойлардаги кичикроқ кишлоқ аҳоли пунктларининг аҳолисига, далалар, фермалар, яйловлар, ярмарка ва бозорларда кишлоқ хўжалик меҳнаткашларига савдо хизмати кўрсатишда фойдаланилади. Кўчма савдода автомагазинлар етакчи роль ўйнайди.

Автомагазинлар ассортиментига оддий ассортиментли товарлар киритилади. Шу билан бирга уларга харидорлардан мураккаб ассортиментли товарга буюртмалар олиш ва бажариш ҳукуқи берилган.

Магазиндан ташқарида сотиш формаларидан бири савдо ташкилотлари, корхоналар томонидан ташкил қилинадиган ярмаркалар ва бозорлардир.

Ярмарка – бу маданий-маориф муассасалари иштирокида аттракцион каби турли бошқа кўнгилочар тадбирлар уюштириш билан ўтказиладиган мавсумий йирик савдодир.

Ярмаркалар кишлоқ хўжалик ишлари тугагандан кейин, одатда, кузда, шунингдек, баҳорда ўтказилади. Товарларни ярмаркада сотишда магазинлар, чакана савдо корхоналари иштирок этади. Ярмаркада қатнашувчи вакиллардан ярмарка комитети тузилади. Бу комитет ярмарка шаҳарчаси безатиш ва жиҳозлашга бош бўлади, ярмарка рекламасини ташкил қилади, тартиб

сақланиши ҳамда ярмарканинг кўриқланишини таъминлайди.

Ярмаркаларда умумий овқатланиш ва кўнгилочар тадбирларни ташкил қилишга катта аҳамият берилади. Ярмаркаларда товарлар вақтинчали павильонларда, чодирларда, лотокларда, шунингдек, автомагазинларда ва махсус жиҳозланган автоприцепларда сотилади.

Магазиндан ташқарида товар сотиш турларидан бири **чакана посылка савдосидир**.

Посылка базаларининг ассортиментига атторлик, упа-элик, фото, радио, барча хил спорт товарлари, хўжалик буюмлари, грампластинкалар, тикув машиналари, мотоцикл, мопед, велосипед ва бошқа хилма-хил саноат моллари киритилади.

Посылка базаларида товарлар мавжудлиги ҳақида аҳоли почта бўлимлари орқали хабардор қилинади. Почта бўлимларида «Товар – почтой» хизматининг махсус каталог ва рўйхатлари бўлади.

Товарларни почта орқали олиш учун буюртма расмийлаштиришда почта бўлимларида мавжуд бўлган махсус бланкалар тўлдирилади.

#### **Мустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Магазиндаги савдо-технологик жараёнларнинг қандай таркибий қисмларини биласиз ва уларни рационал ташкил қилиш тамойиллари тўғрисида гапириб беринг.
2. Товарларни сотишга тайёрлаш жараёни тўғрисида гапириб беринг.
3. Товарларни савдо залига жойлаштириш тамойиллари тўғрисида гапириб беринг.
4. Товарларни сотишнинг қандай илғор усулларини биласиз ва улар тўғрисида маълумот беринг.
5. Чакана савдода қўшимча хизмат кўрсатишнинг қандай шаклларини биласиз ва улар тўғрисида гапириб беринг.
6. Товарларни магазиндан ташқарида сотишнинг қандай усулларини биласиз ва улар тўғрисида маълумот беринг.



## 5-606. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИ ТОВАР БИЛАН ТАЪМИНЛАШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

### 5.1. Чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлашга қўйиладиган талаблар

Товар ресурсларини кўпайтириш ва аҳолининг реал даромадларини ошириш чакана савдо товар айланмасининг тўхтовсиз ўсишини таъминлайди. Чакана савдо товар айланмасининг ўсиши туфайли савдонинг моддий-техника базаси мустаҳкамланиб, чакана савдо корхоналари тармоғи кенгайиб бормоқда.

Товар таъминотини оқилона ташкил қилиш йўли билан чакана савдо товар айланмаси планининг бажарилишида, аҳоли талабининг қондирилишига эришилади, магазинларда ассортиментнинг тўлиқлиги сақланади, товар захираларининг даражаси ва структураси тартибга солинади, товарларни реализация қилишнинг боришига, умуман савдодаги иктисодий самарадорлик даражасига актив таъсир кўрсатилади.

Чакана савдо тармоқларида товар таъминоти технологиясининг асосий мақсади товарларни аҳоли талабига қараб ишлаб чиқаришдан, истеъмолчиларга энг кам харажат қилган ҳолда етказиб беришни тезлаштиришдан иборатдир.

Чакана савдо тармоқларида товар таъминоти технологияси савдо ташкилотларининг магазинларда товар запасини тўлдиришга қаратилган комплекс тадбирларидан иборат бўлади. Бу технология савдо процессининг талабини ўрганиш ва уни прогнозлаштириш, таъминот манбаларини танлаш, товарлар харид қилишни уюштириш, товарлар қабул қилиш, сақлаш ва складларда сотишга тайёрлаш, товарларни чакана савдо тармоқларига ташиб келтиришнинг рационал форма ва методларини белгилаш – товарларни тайёрлаш ва уларни магазинларнинг савдо залларига чиқариб бериш каби асосий элементларни ўз ичига олади.

Рационал ташкил этилган товар таъминоти магазинлар томонидан товар айланмаси планининг бажарилишига, товар запасларининг ҳажмига, товарларнинг айланиш тезлигига, тозарлар ассортиментининг тўлиқлигига,

аҳоли талабининг қондирилишига ва товар етказиб берувчилар фаолиятининг сифат кўрсаткичларига ижобий таъсир кўрсатади.

Ҳозирги шароитда чакана савдо тармоқларида товар таъминотини ташкил этишда товар етказиб берувчилар (улгуржи савдо базалари) ва чакана савдо корхоналарининг манфаатлари чамбарчас боғланган бўлади. Чакана савдо тармоқларида товар таъминоти билан улгуржи савдо базалари тобора кўпроқ шуғулланмоқда.

Чакана савдо тармоқларида товар таъминоти технологиясига қуйидаги талаблар қўйилади:

1. Товар таъминоти план асосида ташкил этилган бўлиши керак. Товар таъминотининг планлилиги товарларнинг график асосида ташиб келтирилишини билдиради.

2. Товар таъминоти бир маром (ритм)да ва бир текисда олиб борилиши керак. Бунда магазинларни товар запаслари билан бир хил вақт оралиғида тўлдириб туриш тушунилади. Товар таъминотининг ритмлилиги савдо тармоғининг ортикча товарлар билан тўлдириб юборилиши ва товарлар етишмай қолишининг олдини олади.

Товар таъминотининг ритмлилигини таҳлил қилишда товар ташиб келтиришнинг бир текислиги коэффициентини аниқлаш мақсадга мувофиқдир. Бу қуйидаги формула бўйича ҳисобланади:

$$K_p = 1 - \frac{E_A}{P}$$

бунда  $K_p$  – бир текислик коэффициенти;

$E_A$  – айрим даврларда планининг бажарилмаслиги (абсолют катталикларда);

$P$  – таҳлил қилинадиган даврда товар ташиб келтириш плани (абсолют катталикларда).

3. Товарларни чакана савдо тармоқларига товар запасини ҳисобга олган ҳолда, чакана савдо товар айланмасининг белгиланган планига мос миқдорда ташиб келтириш зарур.

4. Товарларни чакана савдо тармоқларига айрим типдаги магазинлар учун белгиланган ассортиментга қатъий амал қилган ҳолда ташиб келтириш керак. Мураккаб ассортиментли товарларни улар билан савдо қилмайдиган магазинларга ташиб келтиришга йўл қўймаслик керак.

5. Товар таъминоти амалга оширилаётганда магазин ходимлари ўзларининг харидорларга-хизмат кўрсатишни ташкил этишдек бевосита ишларидан чалғимасликлари ва товар ташиш каби ўзга юмуш билан шуғулланмасликлари керак.

6. Товар таъминотининг оперативлиги. Товар таъминотида магазинларнинг товарлар assortименти, миқдори ва ташиб келтириш муддатларини ўзгартириш бўйича талаблари ўз вақтида ҳисобга олиниши ва бажарилиши учун оперативлик зарур.

Товар таъминотининг оперативлигига эришишда электрон ҳисоблаш машиналаридан фойдаланиш анча ёрдам беради. Бошланғич ҳужжатларни унификациялаш (бир турга келтириш), товарлар характеристикасини машина ўқий оладиган қилиб ёзиш имконини берадиган кодлаштиришнинг ягона системасини ишлаб чиқиш товар таъминотининг автоматлаштирилган системасига ўтиш учун асос ҳисобланади.

7. Товар таъминоти тежамкорлик билан ташкил этилиши керак. Бу товарларни харид қилиш ва чакана савдо корхоналарига ташиб келтириш, шунингдек, уларни чакана савдо тармоқларида сақлашни уюштириш билан боғлиқ бўлган харажатларни камайтиради.

Тежамкорликка товар таъминотини оқилона уюштиришда қўл келадиган куйидаги омилларга: чакана савдо тармоқларининг сони, таркиби ва жойлашуви, савдо корхоналарининг товар айланмаси ҳамда бинолари майдонининг ҳажми, склад ҳўжалигининг аҳволи ва жойлашуви, савдо-оператив ва технологик процессларнинг ташкил этилиш даражаси, товарлар assortименти характери, йўлларнинг аҳволи, магазинлар билан товар келтириладиган манбалар орасида транспорт алоқаларининг мавжудлигига тўла риоя қилинганда эришилади.

## **5.2. Чакана савдо тармоқларини товар билан таъминлашнинг шакл ва усуллари**

Чакана савдо тармоқларига келиб тушадиган товарларнинг асосий манбалари саноат корхоналари, улгуржи савдо базаларидир. Келиб тушадиган товарлар манбаларини, товар таъминотининг формалари, методлари ва схемаларини магазини ўзи танлайди. Бундай танлаш пайтида магазин товар айланмасининг тури ва ҳажми, магазин билан айрим товар етказиб берувчилар орасидаги масофа, ташиб келтириладиган товарларнинг мураккаблик даражаси, уларнинг физик-химик хусусиятлари, юк жўнатишнинг минимал нормалари, транспорт алоқаларининг мавжудлиги ва шу қабиларни ҳисобга олади. Масалан, нон ва нон-булка маҳсулотлари, сут ва сут маҳсулотлари, колбаса маҳсулотлари каби озиқ-овқат товарлари магазинларга бевосита маҳаллий саноат корхоналаридан ташиб келтирилиши керак. Ликёр-арак маҳсулотлари, вино, пиво, алкоғолсиз ичимликлар ҳам бевосита саноат корхоналаридан келиб тушади. Туз, шакар, кир совун ва бошқа озиқ-овқат товарлари бевосита саноат корхоналаридан ҳам, улгуржи савдо базаларидан ҳам келиб тушади.

Маълумки, чакана савдо тармоқларини озиқ-овқат товарлари билан таъминлашда саноат корхоналари ҳал қилувчи роль ўйнайди.

Ноозиқ-овқат товарларнинг кўпчилик қисми чакана савдо тармоқларига ўзларининг улгуржи савдо базаларидан келиб тушади. Шунинг учун ҳам чакана савдо тармоқларини товар билан таъминлашда улгуржи савдо базаларининг роли каттадир. Чакана савдо тармоқларининг товар таъминотини яхшилаш кўп жиҳатдан улгуржи савдо базалари ишининг ҳолатига боғлиқ бўлади.

Савдо тармоғини таъминлаш ишини тўғри ташкил этиш учун, аввало, аҳолининг харид қилиш талабини ўрганиш материалларига асосланиш керак.

Товарларга бўлган жорий буюртмалар магазинлар томонидан телефон орқали, товарларни олдиндан ажратиш учун складга юбориладиган вакиллар орқали, товар етказиб берадиган экспедитор орқали, почта орқали берилади.

Зарур миқдордаги ва assortиментдаги товарларни жорий ташиб келтиришдан олдин магазин мудири харидорлар талабини ўрганишдан

тўпланган материаллар асосида талабнома-буюртмалар тузади ва уларни улгуржи савдо базасига топширади.

Талабнома-буюртмаларни тўлғозишда муайян изчилликка риоя қилиш зарур. Чунки талабнома-буюртмаларни эркин (ихтиёрий) формада тузиш уларни умумлаштиришда улгуржи савдо базалари ишини қийинлаштиради. Биринчи навбатда магазин учун тасдиқланган ассортимент минимумига киритилган, аммо сотилмаётган, сўнгра сотилаётган бўлсада, лекин қолдиғи кам бўлиб, тўлдириш талаб қилинадиган товарлар кўрсатилади, шундан кейин ассортимент минимумида кўзда тутилмаган, аммо харидорлардан буюртмалар қабул қилинган товарлар ёзилади. Охири ҳолатда талабнома-буюртманинг эслатмасида товарлар буюртма қилинганлиги ҳақида белги қўйилади.

Тез бузиладиган озиқ-овқат товарларини ташиб келтиришга бўлган талабни аниқлаш ва уларга талабнома-буюртма тузиш учун магазиндаги мавжуд совиткич ускуналар ҳажми ҳисобга олиниши лозим.

Буюртма бериладиган товарларнинг миқдорини белгилашда магазин мудирини қўйидаги маълумотларга асосланиши керак:

ҳар бир буюртма бериладиган товарнинг ўртача бир кунлик сотилиши;  
узлуксиз савдони таъминлаш учун зарур бўлган товарнинг камайтирилмайдиган запаси:

мазкур товарнинг мавжуд қолдиғи;  
товарларни ташиб келтириш тезлиги.

Масалан, озиқ-овқат магазинида ўртача бир кунлик оқ қанд сотиш 30 кг ни ташкил этади, камайтирилмайдиган запас 150 кг қилиб белгиланган. Буюртма тузилган кунга оқ қанд қолдиғи 190 кг. Қанд 10 кунда бир марта ташиб келтирилади. Ҳар куни 30 кг дан сотилишидан келиб чиқилса, 10 кунга 300 кг оқ қанд керак эканлиги маълум. Бу миқдорга 150 кг камайтирилмайдиган запасни қўшамиз ва ҳосил бўлган йиғиндидан (450 кг) магазинда мавжуд бўлган қолдиқ (190 кг)ни айирамиз. Шундай қилиб, 260 (450-190) кг оқ қандга буюртма берилиши кераклиги аниқланади.

Магазинда илгари савдо қилинмаган товарларга синаш учун оз-оздан буюртма берилиши керак.

Талабнома-буюртмалар тузишда айрим товарларнинг спецификасини, магазиннинг тури ва айланмаси ҳажмини, унинг биноси майдонини, қаерда жойлашганини, йўл шароитларини, товар етказиб берувчи билан бўладиган транспорт алоқаларини ҳисобга олиш керак. Буюртма бериладиган товарлар ҳажмига кўп ва турли омилар таъсир этишига қарамай савдода етарли миқдорда кенг ва барқарор товарлар асортименти бўлишига эришиш керак.

Талабнома-буюртма тузиш пайтида магазин мудирини сотувчилар билан маслаҳатлашиши керак, чунки улар аҳолининг айрим товарларга бўлган талабини яхши биладилар ва қимматли маслаҳатлар берадилар.

Талабнома-буюртмалар икки нусхада тузилади. Иккинчи нусхаси унинг бажарилишини назорат қилиш учун магазинда қолдирилади.

Талабнома-буюртмани савдо бошлиғи ёки товаршунос-ташқилотчи текширади. Текшириш пайтида мазкур магазин учун товарларга бўлган талаб нечоғли тўғри белгиланганлиги аниқланади ҳамда зарур бўлса унга тузатиш ва қўшимчалар киритилади. Бу билан товарлар ташиб келтириш оператив равишда тартибга солинади. Базага келиб тушган талабнома-буюртмалар махсус журналда регистрация қилинади ва улар оператив равишда – уч кун мобайнида бажарилиши керак.

Буюртмани бажариш имкони бўлмаганда ёки у қисман бажарилганда база бу ҳақда магазинни хабардор қилиши, шунингдек, йўқ товарлар ўрнига бошқа шунга ўхшаш товарларни тавсия қилиши лозим.

Улгуржи савдо складларида амал қилаётган махсус диспетчерлик хизмати талабнома-буюртманинг бажарилиш тартибини ташкил этади ва назорат қилади.

Товар таъминотининг склад ва транзит йўлидан иборат икки хил формаси мавжуд. Товар таъминотининг склад формасида товарлар сортларга ажратиш учун ишлаб чиқариш корхоналаридан аввал оралик складларга ташиб келтирилади, шундан кейингина магазинларга тарқатилади. Товар

таъминотининг транзит формасида эса товарлар ишлаб чиқариш корхоналаридан тўғридан-тўғри магазинларга ташилади.

Товарлар ўтиб турадиган складлар звеноси сонига қараб бир звеноли ва кўп звеноли товар ҳаракатлари фарқ қилинади.

Чакана савдо тармоқлари товар таъминотини рационал ташкил этишда товарлар ҳаракатининг иқтисодий жиҳатдан асосланган форма ва йўллари ҳал қилувчи аҳамиятга эгадир. Бу кўпгина омилларга – чакана савдо товар айланмаси ҳажми ва магазин қаерда жойлашганлигига, товар запаслари ассортиментининг мураккаблиги ва товарлар айланишининг тезлигига, склад хўжалигининг ҳолати, транспорт алоқасининг характери ва шу қабиларга боғлиқдир.

Товар таъминотининг транзит формасини қўлланиш товар таъминотидаги звенолиликни қисқартириш имконини беради, товарларни истеъмолчиларга етказиб бериш процесси тезлашади, муомала харажатлари ва товар исрофи камаяди, товарларнинг айланиши тезлашади, транспортдан янада яхшироқ фойдаланилади.

Шуни ҳам айтиб ўтиш керакки, товар таъминотининг транзит формасини хўжалик мақсадлари ва коммерция фаолиятининг конкрет шартларини ҳисобга олган ҳолда, шунингдек, юк ортиб жўнатишнинг транзит нормасига қараб оқилона қўлланиш керак.

Тез бузиладиган товарлар, сортларга ажратилиши талаб қилинмайдиган оддий ассортиментдаги товарлар, шунингдек, жойларда ишлаб чиқарилган маҳаллий товарлар учун товар таъминотининг транзит формасини қўлланиш мақсадга мувофиқдир.

Транзитнинг қуйидаги формалари фарқ қилинади: базанинг разнарядкаси бўйича ортиб жўнатилган товарлар қийматини улгуржи савдо базаси юкни қабул қилувчи билан бирга тўлайди, бунда база ўз оборот маблағларини сарфлайди; улгуржи савдо базаси амалдаги хўжалик алоқалари асосида юк жўнатувчига маълум миқдордаги товарларни бевосита юк қабул қилувчи адресига ортиб жўнатиш учун наряд ёки разнарядка беради, бунда улгуржи

савдо базаси ўз маблағларини сарфламай, фақат товар таъминотини ташкил қилади.

Товар таъминотининг склад формасида товарлар чакана савдо тармоқларига область ва район улгуржи савдо базалари складларидан келиб тушади.

Товар таъминоти склад формасининг муҳим афзаллиги шундаки, улгуржи савдо базаларида турли ишлаб чиқариш корхоналаридан келиб тушган товарлар сортларга ажратилади ва шундай қилиб товарларнинг ишлаб чиқариш ассортименти савдо ассортиментига айланади. Бу магазинларга битта партиянинг ўзида кўплаб ассортиментда товарлар ташиш имконини беради.

Товар таъминотининг склад формаси қуйидаги ҳолларда қўлланилади:

бошқа шаҳардаги товар етказиб берувчилардан мураккаб ассортиментли озиқ-овқат товарлари олинганда;

маҳаллий товар етказиб берувчилардан тор ишлаб чиқариш ассортиментдаги йирик партияли товарлар олинганда; товарларни олинган қўшимча ишловдан ўтказиш ва ўраш-жойлаш зарур бўлганда. Бу иш айниқса склад шароитида ўтказиш маъқул;

бозорлардан, мева-сабзавот сакланадиган жойлардан узоқ сақлаш учун қўйилган картошка, сабзавот ва мевалар олинганда.

Товар таъминотини рационализациялашга доир муҳим тадбирлардан бири товарларни магазинларга ташиб келтириш схемаларини ишлаб чиқишдир.

Бу схемаларда ҳар бир товар группаси бўйича товарлар қайси товар етказиб берувчилардан, қанча миқдорда ташиб келтирилиши, шунингдек, уларнинг чакана савдо тармоғига қайси йўллар билан етиб бориши кўзда тутилади.

Товарларни ташиб келтириш схемаларини ишлаб чиқишда қуйидаги принципларга асосланмоқ керак:

товар ҳаракатини битта улгуржи звено орқали ташкил этиш;

товарларни норационал ташишни бартараф қилиш ва айрим типдаги магазинларга товарлар ташиб келтиришнинг ассортимент тартибига риоя

қилиш учун чакана савдо тармоқларини товарлар билан таъминлашда улгуржи савдо базалари ишини аниқ белгилаб қўйиш;

чакана савдо тармоқларига товарларни марказлаштирилган йўл билан ташишни ҳар томонлама ривожлантириш;

олис жойларда очилган ва унчалик катта бўлмаган магазинларни товарлар билан таъминлаш учун кўчма складлардан кенг фойдаланиш;

товарларни почта посилкалари тарзида жўнатишни кенгайтириш.

Товар ташиш схемаларини ишлаб чиқишдан олдин товарлар ҳаракатини таҳлил қилиш керак бўлади. Таҳлил жараёнида улгуржи-склад айланмасининг чакана савдо айланмасига нисбатан кўрсаткичига алоҳида эътибор берилади. Бу нисбат товар ҳаракатининг звенолилигини характерлаб беради. Товар ҳаракатининг звенолилиги қўпайиб кетганлиги сезилса, бунинг сабаблари аниқланади ва бартараф қилиш чоралари белгиланади.

Таҳлил натижаларидан ташқари, улгуржи савдо базаларининг системадан ташқари товар стказиб берувчиларга бириктириб қўйилганлиги, улгуржи савдо базаларининг жойлаштирилиши ва оборот ҳажми, транспорт алоқаларининг ҳолати кабилар ҳақидаги маълумотлар товар ташиш схемаларини тузиш учун бошланғич материал бўлиб ҳисобланади.

Чакана савдо тармоқларига товарлар ташиб келтириш схемаларини ишлаб чиқишга савдо мудирлари ва товаршунос ташкилотчилари жалб қилиниши керак. Бунда чакана савдо тармоғининг составини, унинг моддий-техника база сени, товар етказиб берувчи ташкилотларнинг узоқ-яқинда жойлашганлигини, транспорт йўлларининг ҳолатини ҳисобга олиш керак. Схема шундай тузилиши керакки, ундан нораціонал юк ташишларни истисно қилиш ва товарларни айрим турдаги магазинларга тегишли ассортиментда ташиб келтиришни таъминлаш мумкин бўлсин.

Товар ташиш схемаси барча ташкилотлар учун ягона бўлиши мумкин эмас, чунки унда иқтисодий-географик ва бошқа шароитлар билан боғлиқ регионал хусусиятлар ҳисобга олиниши керак.

Товар ташиш схемаси саноат, улгуржи савдо базалари, складлар, магазинлар ҳамда транспортнинг ривожланиши ва жойлашувида содир бўлиб турадиган ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда ҳар йили қайта кўриб чиқилиши керак. Бу омиллар товар таъминотини ташкил қилишга бевосита таъсир кўрсатади ва товарларни ташиб келтириш тартибини белгилашда улар албатта ҳисобга олиниши лозим.

Товар таъминотининг склад ва транзит формалари турли усулларда – марказлаштирилган усулда ёки товар олувчиларнинг куч ва воситалари ёрдамида ташиш, товарларни чакана савдо тармоқ ларига марказлаштирилган тартибда ташиш каби усулларда амалга оширилиши мумкин.

### **5.3. Товарларни чакана савдо тармоқларига марказлаштирилган усулда ташишнинг моҳияти ва аҳамияти**

Товар таъминотини рационал ташкил этишнинг муҳим шартларидан бири товарларни чакана савдо тармоқларига марказлаштирилган усулда ташишни қўллашдир.

Товарларни марказлаштирилган усулда ташиш транзит формасида ҳам, магазинларни улгуржи савдо базалари, саноат корхоналари ва чакана савдо ташкилотлари складларидан таъминлашда ҳам қўлланилади.

Товарларни марказлаштирилган усулда ташиш товар ташиб келтиришнинг шундай методикаси, унда магазинлар товарларни товар етказиб берувчилардан ўзлари ташимайдилар, балки товарларни ташиб келтириш буюртмалар ва келишилган график бўйича товар етказиб берувчиларнинг куч ва воситалари билан марказлаштирилган тартибда амалга оширилади.

Товарлар марказлаштирилмаган тартибда ташилганда магазини мудирлари товар олиш ва магазинларга ташиб келтириш учун склад ва базаларга боришга, бунинг учун эса ўзларининг асосий ишларидан чалғишга, кичик магазинларни эса анча вақт ёпиқ қолдиришга мажбур бўладилар. Шу билан бирга транспортдан ҳам рационал фойдаланилмайди, чунки унга қўпинча юк тўла ортилмайди ва узоқ вақт бекор туриб қолади. Бунда товар етказиб берувчи

улгуржи савдо базаларининг ходимлари товарларни ўз вақтида етказиб бериш учун жавобгар бўлмайдилар. Улар магазинлар билан яқин алоқада бўлмаганларидан айрим товарлар билан чакана савдо қилишнинг ҳолатини билмайдилар.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташишнинг яхши йўлга қўйилиши магазин ходимларини товар олиб келиш учун қатнашдан озод қилади, товар айланмаси планининг бир меъёрида бажарилишига бевосита таъсир кўрсатади, чакана савдо корхоналарида минимал товар запаслари билан савдо қилиш имконини беради. Товарлар марказлаштирилган тартибда ташилганда товарлар ҳаракати йўлидаги қўшимча тақсимловчи складлари зарур бўлмай қолади, улгуржи савдони бекор қилиш имконияти туғилади. Товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш шартлари товар етказиб бериш ҳақидаги шартномаларда ёки матлубот жамиятлари билан товар етказиб берувчилар ўртасида тузилган махсус битимларда аниқ белгилаб берилган бўлиши керак. Бу ҳужжатларда товарлар марказлаштирилган тартибда ташиладиган магазинларнинг рўйхати, талабнома-буюртмаларни топшириш тартиби, товар ташишнинг келишилган графиги, шунингдек, мураккаб ассортиментли товарларни ажратиш, тара ва ўраш-жойлаш шартлари, товарларни қабул қилиш-топшириш тартиби, товар-транспорт ҳужжатларини расмийлаштириш тартиби, товарларнинг йўлда сақланиши учун моддий жавобгарлик, ортиш-тушириш ишларини ташкил этиш, марказлаштирилган товар ташиш қийматини тўлаш тартиби, марказлаштирилган товар ташиш шартларининг бажарилмаганлиги учун томонларнинг жавобгарликлари кабилар назарда тутилиши зарур.

Ҳозирги вақтда товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш жуда кўп улгуржи савдо базаларида, шу жумладан республикамизнинг Андижон, Тошкент ва Фарғона вилоятларида муваффақиятли қўлланилмоқда.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташишни жорий қилиш учун қуйидаги тайёргарлик тадбирларини кўриш зарур:

1. Мазкур базадан ва ишлаб чиқариш корхонасидан товар олиш учун биркитилган савдо корхоналарининг рўйхатини ишлаб чиқиш.

Савдо корхоналари турларини ва уларнинг ассортиментини тартибга солиш ишлари ўтказилиб бўлгач, ҳар бир корхонага товарлар ташиб келтириш схемаларини ишлаб чиқиш вазифаси енгиллашади.

Мураккаб ассортиментли товарлар билан савдо қилиш рухсат ниладиган магазинлар сонини камайтириш йирик районлараро улгуржи савдо базаларидан товарларни марказлаштирилган тартибда етказиб бериш йўли билан бу магазинларнинг таъминот масаласини амалда ҳал қилиш имконини беради.

Кундытик эҳтиёж учун зарур бўлган товарлар билан савдо қилувчи магазинлар ва озиқ-овқат магазинларини (маҳаллий шароитлар ҳисобга олинган ҳолда) районлараро базалар, уларнинг районлардаги филиаллари базалари орқали товарлар билан таъминлашнинг оптимал йўллари танланиши керак.

Ҳар бир магазинга товарлар ташиб келтириш схемаларини ишлаб чиқиш товарларни магазинларга тўғридан-тўғри улгуржи савдо базаларидан ва бошқа товар етказиб берувчилардан марказлаштирилган тартибда ташишни жорий қилишнинг зарур шартидир. Айни вақтда тақсимловчи складларни тугатиш масаласи ҳал қилиниши керак.

Бундан ташқари марказлаштирилган тартибда товарлар ташиш мўлжалланган магазинларга характеристика бериш зарур. Характеристикада магазинларнинг номи ва тури, қаерда жойлашгани, чакана савдо товар айланмасининг ўртача ойлик ҳажми, савдо зали ва ёрдамчи хоналарнинг майдони, ишловчилар сони, иш соатлари, дам олиш кунлари, улгуржи савдо базаларидан узоқ-яқинлиги кўрсатилиши керак. Савдо тармоғининг характеристикасига магазинлар учун тасдиқланган ассортимент минимуми илова қилиниши зарур.

2. Товарларни магазинларга марказлаштирилган тартибда ташиш учун зарур бўлган транспорт ва ортиш-тушириш воситаларини аниқлаш.

Районлараро базалар чакана савдо тармоғига ташилиши лозим бўлган юкнинг ҳажмига қараб зарур миқдордаги транспорт воситаларини



аниклайдилар ва юк жўнатишдан бир кун олдин вилоят автохўжалигига буюртма берадилар.

Шуни ҳам назарда тутиш керакки, транспорт воситалари улгуржи савдо базалари жойлашган пунктларга жойлаштирилиши керак. Автотранспортни хийла йирик хўжаликларда тўплаш иқтисодий ва хўжалик жиҳатидан қулайдир. Бу тадбирни амалга оширмай туриб, товарларни марказлаштирилган тартибда ташишни уюштириш масаласини ҳал этиб бўлмайди,

3. Товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш ҳужжатларини расмийлаштириш ҳамда тозарларни қабул қилиш ва саклашни ташкил этиш тартибини ўрнатиш.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташишни пухта уюштириш учун товарларни жўнатиш ва қабул қилишга доир ҳужжатларни расмийлаштиришнинг ягона тартибини белгилаш муҳим аҳамиятга эга. Товарлар марказлаштирилган тартибда ташилганда складдан товарларни тайёрлаб жўнатишда счёт-фактура асосий ҳужжат ҳисобланади. Бу счёт-фактура талабнома-буюртма ёки саралаш варағига биноан белгиланган тартибда ёзилади ва расмийлаштирилади. Счёт-фактура товарни олувчига товар билаи бирга қўшиб жўнатилади.

Ўраб-жойланган ва жўнатишга тайёрлаб қўйилган товарлар чакана савдо тармоқларига тўғридан-тўғри база складларидан жўнатилиши ёки махсус экспедиция складига берилиши мумкин.

Экспедицияда товарлар маршрутларига қараб группалаштирилади. Агар товар марказлаштирилган тартибда ташиш учун экспедиция складига берилса, берилгани махсус журналда ҳисобга олинади. Журналга экспедиция бошлиғи товарларни олувчиларга жўнатиш учун қабул қилганлиги ҳақида имзо чекади.

Марказлаштирилган тартибда ташиш учун экспедицияда тайёрланган товарларни автотранспорт ҳайдовчиси ўринлар сонига қараб қабул қилади, тарнинг бутунлиги ва пломбанинг мавжудлигини текширади. Ҳайдовчи юкни қабул қилганлиги ҳақида журналга имзо қўяди, шундан сўнг унга счёт-фактура ва товар транспорт накладнойи берилади.

Автомашиналарга маршрутдаги магазинларнинг жойлашуви ҳисобга олинган ҳолда юк ортिलाди. Магазинга келиб тушган товарларни магазин мудирининг тара ва пломбаларнинг бутлигига эътибор берган ҳолда, тара ўринлари сонига қараб қабул қилади. Шундан сўнг у товарни қабул қилганлиги ҳақида счёт-фактурага имзо қўяди, шунингдек жамият томонидан товар олиш учун берилган доимий ишонч қоғозининг номери ва санасини ёзиб қўяди. Магазин мудирининг товарни қабул қилганлиги ҳақидаги имзоси магазин штампи билан тасдиқланади. Счёт-фактуранинг бир нусхаси савдо корхонасида қолади, иккита нусхаси эса товарни олиб келган шофёрга қайтариб берилади.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш харажатларини улгуржи савдо базалари тўлайди. Бу харажатлар улгуржи савдо базаларининг умумий савдо скидкасидаги ҳиссасини ошириш йўли билан копланди. Натижада улгуржи савдо базаларининг бу харажатларни камайитириш учун масъулияти оширилади. Улгуржи савдо базаларидан товарларни ўз воситалари билан ташиб олган ҳолларда улгуржи савдо базалари бу харажатларни автомобиль транспортида юк ташишнинг амалдаги тарифи бўйича тўлашлари керак.

4. Товарлар ташиб келтириш учун зарур миқдордаги инвентарь таралар ва кичик контейнерлаштириш воситаларини тайёрлаш.

Товарларни ташишда уларнинг сон ва сифат жиҳатидан бутлигини таъминлаш, шунингдек, товарларни қабул қилиш – топширишни тезлаштиришнинг муҳим шarti товарларни қайта-қайта ишлатиладиган инвентарь тараларга – тахта яшиклар, брезентлар, очиладиган кутилар, қоплар ва яшикли тагликларга жойлашдан иборатдир.

Кўп оборотда бўладиган инвентарь тара кўп марта фойдаланиш талабларига жавоб бериши керак. Ҳар бир инвентарь яшик ва қопга доимий номер берилиши лозим.

Ҳар бир жойланадиган ўринга жойлаш ёрлиғи солинади, сўнгра ўрин ёпилади ва пломбланади. Счёт-фактурада инвентарь таранинг номи ва номери, ўринлар сони кўрсатилади. Йирик габаритли, шукингдек, озиқ-овқат товарлари фабрикада ишланган тара ва упаковкада ташилади. Юк кўтариш қобиляти

катта бўлмаган (500 кг гача) автомобиль контейнерлари ҳам қўлланилиши мумкин.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташишни уюштиришда товарларни магазинларга тушириш жиддий проблема бўлиб қолмоқда, чунки кўпчилик магазинларда юк ташувчилар йўқ. Ундан ташқари, қишлоқ магазинларининг товар айланмаси оз бўлганлиги учун замонавий механизация воситаларини қўлланиш иқтисодий жиҳатдан мақсадга мувофиқ эмас.

#### **5.4. Чакана савдо тармоқларига товарлар етказиб беришни ташкил этиш**

Товарлар ташишнинг график ва маршрутларини ишлаб чиқиш магазинларнинг қаерда жойлашганини, йилнинг турли даврларида йўлларнинг ҳолатини синчиклаб ўрганишни талаб этади.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш махсус тузилган график асосида амалга оширилиши зарур.

График деганда товарларни ажратиш ва магазинларга ташишнинг вақт жадвали тушунилади. У товарларни марказлаштирилган тартибда аниқ ва бир маромда ташишга имкон беради.

Графиклар одатда ойлик ёки кварталлик килиб тузилади. Товар ташиш графикини йиллик қилиб тузмаслик керак, чунки савдо корхоналарининг ишлаш шароитлари ва йўлларнинг ҳолати вақт-вақти бидан аниқлаб туришни талаб қилади. Товар ташиш графикини тузишда савдо тармоғи характеристикаси, ташиладиган товарлар ҳажми, талабнома-буюртмаларнинг топширилиши ва бажарилиши муддатлари каби маълумотлардан фойдаланилади.

Талабнома-буюртмаларни топшириш ва бажариш муддатлари товарларнинг чакана савдо тармоқларига ўз вақтида мунтазам суратда ташилишини таъминлаши керак. Буюртмалар товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш муддати бошланишидан камида уч кун олдин улгуржи савдо базаларига келиб тушиши керак.

Шу билан бирга товарларни чакана савдо тармоқларига ташишда фойдаланиладиган транспорт тури ва унинг юк кўтариш имкониятидан тўла фойдаланиш зарурати ҳисобга олинади.

Озиқ-овқат товарлари ҳафтасига бир-икки марта, озиқ-овқат бўлмаган товарлар эса ойига уч-тўрт марта ташиб келтирилади. Товарларни магазинга ташиб келтиришда харидорлар кам бўладиган ва тушки дам олиш пайтига тўғри келмайдиган вақтни танлаш керак.

График келишиб олингандан сўнг унга тўла риоя қилиш зарур. Графикнинг бажарилиши устидан қатъий назорат ўрнатиш товар етказиб берувчини ҳам, харидорни ҳам иттизомли қилади ҳамда транспортнинг бир маромда ишлашига имкон беради.

Товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш графикини тузиш билан бир вақтда товарларни улгуржи савдо базаларидан магазинларга ташиш маршрутлари ишлаб чиқилиши керак.

Маршрут – товар жўнатилган жойдан чакана савдо корхонасигача бўлган масофадир. Товарларни марказлаштирилган тартибда ташиш маршрутлари бевосита товар олувчилар дислокацияси (территориал жойлашуви)ни ва ҳар бир магазинга маълум кунда ташиш лозим бўлган товарлар миқдорини ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилади. Уларг линияли ва айланма бўлади. Линияли (маятникли) маршрутларда товарлар бир катнаганда битта магазинга туширилади, айланма маршрутларда эса товарлар бир катнашда йўл-йўлакай жойлашган бир неча магазинга туширилади.

Барча чакана савдо корхоналарига товарлар ташиш маршрутлари товарлар етказиб беришнинг юқорида санаб ўтилган омиллари ва графиклари асосида ишлаб чиқилади. Белгиланган график асосида барча савдо корхоналарига мунтазам равишда товарлар етказиб беришни таъминлаш учун маршрутлар сонини белгилаш катта аҳамиятга эга. Маршрут танлашда товарлар энг яқин йўлдан ташилишига эришиш керак.

Маршрутлар ишлаб чиқилаётганда карта-схема тузиш керак. Бу карта-схемаларда товар ташиш манбалари, ташиладиган пунктлар ва уларни ўзаро

боғловчи барча транспорт йўллари акс эттирилиши керак. Картадан корхоналар орасидаги масофа ўлчанади ва унда қатнаш учун транспорт сарфлайдиган вақт аниқланади. Маршрутлар узунлиги ва рейсни бажариш учун сарфланадиган вақт аниқлангандан сўнг уларни таҳлил қилиш муҳим аҳамиятга эга. Кўпинча бир хил маршрутлар ҳаддан ташқари узун, бошқалари эса қисқа бўлади. Узун маршрутлар транспорт учун ортикча қийинчилик туғдиради, қисқа маршрутларда эса транспорт воситаларининг юк кўтариш имкониятидан тўлиқ фойдаланилмайди. Шунинг учун маршрутлар тасдиқлангунга қадар ҳам савдо корхоналарини (транспортдан тўлиқ ва самарали фойдаланган ҳолда) товарлар билан мунтазам таъминлаб туриши чораларини кўриш керак.

Рационал маршрутларни тузиш учун, жумладан, «тармоқ ва чегара» методи билан ечиладиган математик методларни қўллаш тавсия этилади.

Тажриба шуни кўрсатадики, автомобиль транспорти рационал тузилган айланма маршрутда тебрангич (маятник)ли маршрутдагига қараганда энг яхши техника-иқтисодий кўрсаткичга эришади. Машиналарнинг қатновдан фойдаланиш коэффициенти ҳамда уларнинг юк кўтариш имкониятидан фойдаланишнинг динамик коэффициенти ошади, товарларни магазинларга ташиш учун сарфланадиган вақт тежалди ва ниҳоят, товар ташиш қиймати камади.

Аммо бу нарса чакана савдо тармоқларини товар билан таъминлашда бошқа турдаги маршрутлардан фойдаланиш имкониятини инкор этмайди. Масалан, тебрангич маршрути товарларни кичик қатнов воситаларидан фойдаланиб қисқа масофаларга ташишда яхши натижалар бериши мумкин. Магазинларга товарлар ташишнинг турли хил вариантларини оқилона қўшиб олиб бориш автомобиль транспортининг самарадорлигини ошириш ва умумий муомала харажатларини камайтириш имконини беради.

Магазинларга товар ташишнинг энг рационал тезлиги ва бир вақтнинг ўзиде келтирилган товарлар партиясининг ҳажми товар ташиш графиклари ва маршрутларини тузишда муҳим кўрсаткичлар ҳисобланади.

Шуни ҳам таъкидлаш керакки, магазинлар кичик-кичик партиядеги комплект ассортиментли товарлар олишдан манфаатдордир. Товар қанчалик тез келиб турса, унинг айланмаси шунча тезлашади, савдода товарларнинг етишмай қолиши, шунингдек, қўп туриб қолиши ва кейинчалик сақлашда нобуд бўлиши хавфи баргараф этилади.

Иккинчи томондан, транспорт ташкилотлари, аксинча, оз миқдордеги магазинларга бир вақтнинг ўзиде бир турдаги йирик партиядеги товарлар ташишдан манфаатдордирлар, чунки бундай шароитда транспорт воситаларидан яхши фойдаланилади, юкларни қабул қилиш-топшириш ишлари тезлашади, транспорт воситаларининг иш. унуми ошади.

Аммо товарлар партиядеги ҳажмини ҳаддан ташқари майдалаб юбориш ва магазинларга тез-тез товар ташиб келтириш товар таъминотини уюштириш билан боғлиқ муомала харажатларини кескин ошириб юборади. Шунинг учун савдо ва транспорт ташкилотлари манфаатларини оқилона ҳисобга оладиган мақсадга мувофиқ ечимлар топилиши, яъни товар партиядеги оптимал ҳажми ва чакана савдо тармоқларига товар ташиш тезлиги белгиланган бўлиши лозим.

Товар ташиш тезлиги чегараси, бинобарин, келиб тушадиган товарлар партиядеги ўртача ҳажми магазинларда товар реализация қилиш ҳажмига ва белгиланган айланиш нормативларига боғлиқ бўлади. Шунинг учун амалда товар ташиш тезлиги чегараси ва партиядеги ҳажмини аниқлашда товарларни сақлаш муддатларига қараб иш кўрилади.

Масалан, советкич камералари бўлган озик-овқат магазини учун гўштни сақлаш муддати 3 кун. Ўртача бир суткалик реализация 100 кг ни ташкил этади. Товар ташиш тезлиги чегараси 3 кунга тенг бўлиб, келиб тушадиган гўш партиядеги ҳажми 300 (ЗХЮО) килограммдир.

Товар ташиб келтириш тезлиги белгиланган пландаги ўртача запас нормаларини, ундан ташқари, навбатдаги товар келиб тушганда магазиннинг ёрдамчи бинолари тўлиб-тошиб кетмаслигини ҳисобга олиб белгиланиши керак. Бунда шуни назарда тутиш керакки, у ёки бу товарни ташишнинг

минимал тезлиги оборот кунларда ифодаланган ўртача планли запаслар билан магазиннинг ёрдамчи ва савдо хоналарига жойлашадиган максимал запас орасидаги фарқнинг икки бараварига тенг бўлади.

Савдо корхоналарини товар билан рационал таъминлаш фақат таъминлашнинг оптимал форма ва методларини ишлаб чиқиш билан биргаликда транспорт, тара ва ўраш-жойлаш воситаларидан тўлиқ фойдаланишни талаб қилади.

#### **Мустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлашга қўйиладиган талаблар тўғрисида гапириб беринг.
2. Чакана савдо тармоқларини товар билан таъминлаш шакллари ва усуллари тўғрисида маълумот беринг.
3. Чакана савдо корхоналарига товар етказиб беришни ташкил этиш тўғрисида гапириб беринг.
4. Товарларни харид қилиш усуллари ва уларга қўйиладиган талаблар тўғрисида гапириб беринг.
5. Чакана савдо тармоқларига товарларни марказлашган усулда етказиб беришнинг моҳияти ва аҳамияти тўғрисида гапириб беринг.

## **6-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ МОДДИЙ-ТЕХНИКА БАЗАСИ ВА АСОСИЙ ФОНДЛАРИ**

### **6.1. Чакана савдо корхонасининг моддий-техника базаси, унинг савдо ва хизмат кўрсатишдаги аҳамияти**

Савдо ва хизмат фаолиятини юритиш учун корхона маълум моддий-буюм бойликларига эга бўлиши керак. Бу бойликлар корхонанинг моддий-техника базасини ташкил этади.

Савдо моддий-техника базаси моддий ишлаб чиқариш тармоқларида яратилган молларни истеъмолчиларга етказиш каби масъулиятли вазифани бажаради. Ишлаб чиқарилаётган маҳсулотлар, моллар ҳажмининг ортиши ва турларининг кўпайиб бориши билан ҳамда аҳолига савдо хизматининг юксалиш зарурати билан моддий-техника базасининг аҳамияти янада ортади.

Савдо моддий-техника базасига корхонадаги барча меҳнат воситалари қиради. Ўзининг меҳнат воситаси ёки ижарага олинганлигидан қатъий назар меҳнат воситалари савдо фирмаси моддий-техника базасини ташкил этади. Савдо корхонасининг моддий-техника базаси дўконлар, шаҳобчалар, ресторандар, ошхоналар, қаҳвахоналар, омборлар, совуқхоналар, хўжалик жиҳозлари, транспорт воситалари, асбоб-ускуналар ва бошқалардан таркиб топгандир.

Чакана савдо корхонаси моддий-техника базасининг ҳолатига унинг товар айланмаси, ходимлари, алоқалари, хизмат сифати ва қатор иқтисодий кўрсаткичлари боғлиқ ва аксинча. Жумладан, агар савдо фирмаси тез бузулувчан озиқ-овқат, совуқталаб маҳсулотлар билан савдо қилишни мўлжалласа, албатта совутгичлар, маҳсус жиҳозлар, ускуналар билан жиҳозланиши керак.

Савдо шаҳобчаларининг дўконлари, дўкончаларининг харидорларга қулай жойларда жойлашиши, ривожланган хизмат турларининг ташкил этилганлиги аҳолининг бўш вақтини кўпайтиради. Моддий таъминоти яхшиланиб боргани сари бўш вақти қанча кўпайса, жамият шунча бойиб бораётган ҳисобланади. Одатда аҳолининг истеъмол харажатлари молларни

бозорлардан, дўконлардан қидириш, харид қилиш ва улар истеъмолини ташкил этишдан таркиб топади.

Дўконларнинг, хизмат шаҳобчаларининг ақоли турар жойига ёки ҳаракат йўналишига қулай ҳолда жойланиши, мол турларининг харидор талабига мослиги халқ оммасининг молларни қидиришга кетадиган вақтини тежайди. Шунинг учун савдо шаҳобчаларини жойланишини маълум қоидалар асосида тартибга солиниши муҳим аҳамият касб этади. Бозор иқтисодиёти шароитигача бўлган марказлаштирилган бошқариш ва режалаштириш тизимида савдо шаҳобчалари шаҳар ва туман маркази ҳудудида режа асосида жойлаштириллар эди. Бунда аҳолининг биринчи эҳтиёж моллари, зеб-зийнат буюмлари каби шартли белгиларига қараб савдо шаҳобчаларининг катта-кичиклиги, қуриладиган жойи танланар эди. Албатта аҳолига яқинроқ жойлаштириладиган дўконлар биринчи эҳтиёж моллари билан савдо қиларди.

Режа асосида маблағ ажратиш ва савдо моддий-техника базасини кенгайтириш жараёни бозор иқтисодиёти шароитида ўз ўрнини рақобат асосида қуришга бўшатиб бериши билан маҳаллий ҳокимиятлар барпо этиладиган янги савдо, хизмат тармоғини мақсадга мувофиқ жойлаштириш имкониятига эга бўлди. Жумладан, савдо шаҳобчаси қурилиши учун ажратилган майдонда маълум ассортиментдаги моллар сотилишига мўлжалланган дўкон қурилиши керак. Рақобатчи фирмалардан қайсиси шу талабга жавоб берса, унга барпо этиш ҳуқуқи берилиши мумкин. Натижада аҳолига зарур савдо тармоғи таркиб топиб боради, акс ҳолда эса, бир хил ассортиментдаги моллар билан савдо қилувчи ўнлаб дўконлар ёнма-ён жойлашиб кетиши мумкин.

Савдо моддий-техника базасининг ўсиши, транспорт воситалари ва яхши мутахассислар билан етарли таъминланиши турли хизматлар кўрсатиш имкониятини оширади. Аҳолига молларни уйга элтиб бериш, мебелни йиғиб бериш, телевизор, совутгич каби молларни ўрнатиб, ишга тушириш каби қатор ишларни, хизматларни бажариши мумкин.

Умумий овқатланиш тармоғининг жойланиш ҳам аҳоли талабига, хуранданнинг ҳдрид қобилятига қараб бориши мақсадга мувофиқдир. Шунга

биноан ресторандар, кахвахоналар, ошхона, чойхона ва бошқа тармоқ таркиб топади.

Умумий овқатланиш фирмалари моддий-техника базасининг мустаҳкамланиш, техник таъминотининг кучайиши билан кснг ассортиментдаги ярим тайёр махсулотлар, кулинария махсулотларини аҳолига таклиф этиш имконияти кенгайди.

Чакана савдо фирмасининг моддий-техника базаси аҳолига савдо хизматини кўрсаттишни яхшилашга шароит яратиш билан бирга, унда ишловчиларнинг меҳнат ва ҳаёт имкониятини ҳам яхшилашга кўмаклашиши керак. Фан-техника ривож, техник қайта қуролланиш, илғор технологияларни жорий этиш меҳнат унумдорлигини ошириш, қўл кучидан фойдаланишни камайтириш, меҳнатни энгиллатиш каби устунликларни таъмиилайди. Савдо тармоғида ишлатилаётган ёки ишга туширилаётган касса аппаратлари, электрон тарозилар, ортиш-тушириш механизмлари, тара-жиҳозлар, ўраш, қадоқлаш жиҳозлари, савдо автоматлари шулар жумласидандир. Бу шароитда инсон меҳнати ишни бевосита бажаришдан машина, механизмларни бошқариш ва назорат қилишга айланади.

Турли техник воситалар кенг қўлланиш имконияти бор дўконларда мол ҳаракати технологияси ҳам шунга мос ҳолда ташкил этилади. Бунда молни бира тўла тара-жиҳозларга жойлаштирилган ҳолда қабул қилиниб, айнан шу жиҳозда тўғридан тўғри савдо залига чиқарилади. Натижада молларни қабул қилишдан сотишгача бўлган кўплаб ортиш-тушириш меҳнати тежаллади.

Фирма ходимларининг иш вақти ва ундан ташқари вақтда ҳаёт шароитини яхшилаб турувчи моддий-техника базанинг таркибий элементларига дўконлар, ошхоналардаги ҳаво алмаштиргичлар, иситкичлар, лифтлар, дам олиш хоналари, соғлиқни тиклаш, яхшилаш хоналари, уйлари, маданий дам олиш уйлари, болалар боғчаси ва бошқа қатор муассасалари қиради.

## **6.2. Чакана савдо корхоналарининг асосий фондлари ва уларнинг қиймати**

Савдо, хизмат соҳаларнинг ўз вазифасини бажариши учун зарур ишлаб чиқариш воситаларининг қиймат шаклидаги ифодаси асосий фондларини ташкил этади. Асосий фонд ҳисобланши учун қиймати маълум суммадан (камида 50 минимал иш ҳақи) ва хизмат муддати 1 йилдан ортиқ бўлиши керак.

Савдо, хизмат соҳаларининг асосий фондлари шу тармоқ ходимларининг меҳнат воситалари бўлиб, молларни харид этиш, саклаш, сотиш, юқори маданиятли хизмат кўрсатишига қаратилган.

Асосий фондлардан узоқ муддат мобайнида товар муомаласи жараёнида фойдаланиш ва қийматини тайёр маҳсулотга аста-секин моддий харажатлар орқали ўтказиб бориши ҳисобга олиш лозим.

Савдода мавжуд бўлган баъзи моддий бойликлар савдонинг асосий фондлари бўла олмайди. Масалан, сотилишини кутаётган телевизор, автомашиналар ва бошқа моллар заҳира сифатида хизмат қилади.

Асосий фондлар ўзида қиймат ва истеъмол қийматини мужассамлаштиради. Меҳнат воситасида истеъмол қийматнинг мавжудлиги намоён бўлади.

Савдонинг асосий фондлари савдо, хизмат жараёнида кўп марта иштирок этиб, ўзининг истеъмол қийматини саклайди. Истеъмол қийматининг камайиши қийматнинг ҳам камайишига олиб келади. Асосий фондлар доимо айланиб туради ва айланиш давомида кетма-кет уч босқичдан ўтади: унумли ишлатилиш, пул резервиинг вужудга келиши, эскирган қисмини тўлатиш.

Асосий фондлардан фойдаланиш давомида уларнинг жисмоний ва маънавий эскириши содир бўлади. Жисмоний эскириш асосий фонднинг кўп вақт ишлатилиши ва истеъмол қийматининг камайишида ифодаланади. Маънавий эскириш эса, янги, қувватлироқ унумлироқ меҳнат курулларининг яратилиши натижасида ишлаб турган, ҳали ишга яроқли бўлган ва ҳатто ҳали ишлатишга қўйилмаган меҳнат воситаларининг кадрсизланишини билдиради.

Демак, асосий фонд ўз вақтида ишлатилиб, қиймати тикланмаса, маънавий эскириши мумкин.

Асосий фондларнинг айланиши амортизация фондини вужудга келтириш ва ундан фойдаланишни талаб этади. Амортизация деганда, асосий фондларнинг ишлатилиш даврида тайёр маҳсулотга, молга ўтказган қиймати тушунилади. Моллар сотилганидан сўнг асосий фонднинг эскирган қисмига мос келадиган пул миқдори амортизация жамғармасида жамланади.

Меҳнат курулларининг хизмат муддатини узайтириш ва улар эскиришини қисман тиклаш учун капитал ремонт қилинади. Натижада асосий фондларнинг яроқлилиги ошади.

Меҳнат воситалари асосий фонд сифатида ифодаланишининг фарқи хусусиятларидан бири шуки, улар узоқ муддат мобайнида хизмат қилади. Асосий фондлар қийматининг айланиш вақти уларнинг хизмат муддати, деб аталади.

Хизмат муддати турли асосий фондларда турличадир. Бу асосий фонднинг тузилишига, ундан фойдаланиш тезлигига ва бошқа омилларга боғлиқ.

Савдонинг асосий фондлари ишлаб чиқаришдаги иштирокига қараб ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш фондларига бўлинади. Ишлаб чиқариш фондлари шундай меҳнат воситаларик, улар ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнида иштирок этади. Буларнинг бир қисми иморат, бино, транспорт воситалари, жиҳозлар, асбоблар ва бошқалардан иборат бўлиб, ўз қийматини маҳсулот қийматига ўтказиши: иккинчи қисмига эса, касса аппаратлари, ҳисоблаш машиналари қиради ва улар молларнинг қиймати ҳамда алмашув қиймати билан боғлиқ. Асосий фондларнинг бу қисми харажатлари жамият соф даромади ҳисобига қопланади. Савдонинг жами асосий фондлари ичида ишлаб чиқариш характеридаги асосий фондлар ҳал этувчи хиссани эгаллайди.

Ноишлаб чиқариш фондларига эса, савдода коммунал ва маданий-маиший хизматни амалга оширишга мўлжалланган фондлар қиради. Савдо фирмаси, корхонасига, компаниясига қарашли турар жойлар, болалар, соғлиқни



сақлаш муассасалари, тиббиёт марказлари, маданият, дам олиш уйлари, ўқув юртлари ва бошқалар бунга мисол бўладн. Савдо фирмалари, хиссадорлик жамиятлари бозор иқтисодиёти шароити асосида ишлашга ўтиши билан ижтимоий-маданий эҳтиёжга катта эътибор бермоқда ва ноишлаб чиқариш фондлари ўсмоқда. Аммо ҳали ҳиссаси жуда пастдир.

Савдо асосий фондлари бошқа соҳаларнинг асосий фондлари каби актив ва пасив қисмларга бўлинади. Актив қисмига ортиш-туширгич, ташиш, совутгич, ҳисоблат механизмлари, технологик жиҳозлар ва бошқалар киради. Пассив қисми асосан иморат, иншоат, қурилмалардан таркиб топади. Савдо фирмалари, корхоналарида жами асосий фондларнинг тўртдан уч қисми пасив ва қолгани актив фондларга тўғри келади.

Савдода ишлатиладиган асосий фондлар кимга қарашлилигига биноан ўзиники ёки ижарага олинган бўлиши мумкин. Ўзининг асосий фондлари фирманинг балансида акс этади. Сотиш, ёрдамчи хўжалик юритиш, омор ва бошқа эҳтиёжлар учун савдо фирмалари маҳаллий ҳокимиятлардан, бошқа юридик ёки жисмоний шахслардан бўш иморатларни ижарага олади. Ижарага олинган асосий фондлар қиймати ижарага берувчилар балансида қолаверади.

Асосий фондлар ҳолатига баҳо беришда унинг қийматидан фойдаланилади. Асосий фондлар қиймати уч хил бўлиши мумкин: бирламчи, тикланиш, қолдиқ қийматлар.

Асосий фондларнинг бирламчи (дастлабки) қиймати уларни яратиш, ҳартд қилиш ва ишга тушириш учун кетган жами пул суммасидан иборат. Масалан, агар совутгич жиҳознинг нархи 1 млн. сўм бўлиб, уни ўрнатиш ва ишга туширишга 20 минг сўм сарфланган бўлса, унинг дастлабки қиймати 1 млн. 20 минг сўмни ташкил этади.

Асосий фондлар қиймати савдо фирмаси, корхонсининг балансида ўз ифодасини топади. Улар қайси даврда ишга туширилган бўлса, ўша давр нархида ифодаланади. Шунинг учун турли даврларда ишга туширилган бир хил қувватли, хусусиятли асосий фондлар турли қийматда юритилиши мумкин. Масалан, 1-дўконнинг қурилиши ва ишга туширилиши 2000 йилда 1 млн. сўмга

тушган бўлса, 2006 йилда айнан шундай белгиларга эга бўлган 2-дўкон 4 млн. сўмга тушган бўлиши мумкин. Бу фарқ қурилиш материаллари нархи, қурилиш технологияси қийматининг ошишидан келиб чиқади. Баъзида аксинча ҳолат, яъни асосий фонд қийматининг пасайиши кузатилади. Натижада бир хил қувват, хусусиятга эга бўлган икки ва ундан ортик асосий фондлар савдо фирмаси балансида ҳажми, юзаси, қуввати ва бошқа сифатлари билан бир-биридан фарқ қилувчи объектлардек ёзиладн, чунки қиймати турлича.

Шунинг учун асосий фондлар вақти-вақти билан қайта баҳоланиб туради ва ягона нархга келтирилади. Бу жараён қийматни тиклаш деб юритилади ва шартли ҳолатда баҳоланади. Қийматни тиклаш аввал яратилган асосий фондларнинг ҳозирги ишлаб чиқариш шароитида, нархда қанчага тўғри келаётганини белгилашдан иборат. Демак, юқоридаги мисолда 1-дўкон қиймати тикланиши натижасида 2-сига яқинлаштирилади ва янги нархда балансида акс эттирилади.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1992 йил 18 июндаги «Асосий фондлар қийматини амалдаги нархлар бўйича қайта ҳисоблаб чиқиш ишларини ташкил этиш тўғрисида»ги 293-сонли Қарорида асосий фондларни маълум коэффициентлар ёрдамида қайта баҳолаш зарурати ифодаланган. Бунда иқтисодиётдаги инфляция таъсиридаги ўзгаришларни ҳисобга олиб, барча асосий фондлар маълум коэффициентлар асосида ҳисоблаб чиқилади.

Савдо асосий фондларининг қолдиқ қиймати – моллар қийматига ҳали ўтказилмаган қийматдпр. Қолдиқ қиймат дастлабки қиймат билан асосий фонднинг эскирган қисми ўртасидаги фарқдан келиб чиқади. Масалан, электрон тарозининг дастлабки қиймати 20 минг сўм, амортизация нормаси 10 фоиз ва 3 йил ишлатилган бўлса, амортизация ажратмаси 6 минг сўмни ҳамда қолдиқ қиймат 14 минг сўмни ташкил этади.

Асосий фондлар техника тараққиётининг моддий асосини ташкил этиб, меҳнат қуроллари ва воситаларини такомиллаштирувчи муҳим жараён сифатида хизмат қилади.

Аҳолининг ўсиб бораётган талабини қондириш, савдо маданиятини, хизмат сифатини яхшилаш, истеъмол харажатларини камайтириш зарурати савдонинг асосий фондларини ривожлантириш ва такомиллаштиришни талаб этади.

### 6.3. Чакана савдо корхоналари асосий фондларидан фойдаланиш самарадорлиги

Чакана савдо асосий фондларини яратиш, кенгайтириш, такомиллаштириш харидорнинг истеъмол харажатларини камайтириш, унга хизмат кўрсатиш маданиятини оширишга хизмат қилади.

Шу билан бирга мавжуд асосий фондлардан фойдаланиш ҳолати, самарадорлиги савдо фирмаси, корхонаси учун муҳим иқтисодий аҳамиятга эгадир. Асосий фондлардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш уларга бўлган эҳтиёжни, капитал қўйилмалар, янги савдо майдонларига бўлган эҳтиёжни камайтиради.

Чакана савдо асосий фондларидан фойдаланиш кўрсаткичлари икки гуруҳга бўлинади: қиймат ва натурал кўрсаткичлар. Қиймат кўрсаткичларига қуйидагилар кирилади:

- фонд қайтими;
- фонд сиғими;
- фонд билан қуролланиш;
- фонд рентабеллиги.

Чакана савдо асосий фондларидан фойдаланиш самарадорлиги кўрсаткичларидан бири фонднинг ишлатилиш кўрсаткичи бўлиб, бу кўрсаткич товар оборотнинг асосий фондларга нисбати билан ўлчанади:

$$Ф_{км} = Т / Аф$$

Бу ерда, Т – йиллик товар айланмаси;

Аф – асосий фондларнинг йиллик ўртача қиймати.

Бу фонд қайтими кўрсаткичи савдо корхоналарини камроқ асосий фондлар ёрдамида кўпроқ товар айланмасига эришишга ундайди.

Фонд қайтими кўрсаткичининг акси бўлиб фонд сиғими кўрсаткичи ҳисобланади. Бу кўрсаткич бир сўмлик товар айланмасига қанча асосий фонд суммаси тўғри келишини ифодалайди ва қуйидагича топилади:

$$Ф_{сг} = Аф / Т$$

Фонд қайтими кўрсаткичи ҳар бир сўм асосий фондга тўғри келадиган товар айланмасининг юқори бўлишини талаб этса, фонд сиғими кўрсаткичи эса, ҳар бир сўм товар айланмасига имкони борича камроқ суммалик асосий фонд тўғри келишини талаб этади.

Асосий фондларнинг ишлатилиш самарадорлигини баҳолашда шунингдек, савдо ходимларининг асосий фондлар билан қуролланиш даражасини таҳлил қилиш зарур. Фонд билан қуролланишнинг яхшиланиши айниқса меҳнат унумдорлигининг ўсишига қатъий таъсир кўрсатади. Кейинги йилларда асосий фондларнинг актив қисми ҳисобига фонд билан қуролланиш даражаси ошиб бормоқда. Савдо ходимларининг асосий фонд билан қуролланиш кўрсаткичи қуйидагича топилади:

$$Ф_{к} = Аф / X$$

Бу ерда, X – ходимларнинг йиллик ўртача сони.

Бу кўрсаткич ёрдамида асосий фондлар самарадорлигини баҳолаганда фонд билан қуроллантиришнинг ўсиш суръатини ходимлар сони ва меҳнат унумдорлигининг ўсиш суръати билан таққослаш керак.

Асосий фондлар рентабеллиги кўрсаткичини топиш савдо учун ҳам муҳим аҳамиятга эга, чунки ишлатилаётган ҳар бир сўмлик асосий фонд корхона даромадини янада кўпайтириши керак. Бу кўрсаткични аниқлаш учун корхонанинг фойдасини асосий фондлар суммасига бўлиш керак. Бу формула қуйидагичадир:

$$Рф = Ф / Аф * 100\%$$

Бу ерда, Ф – корхона фойдаси.

Шуни эслатиб ўтиш керакки, савдо асосий фондларининг иқтисодий самарадорлиги қиймат кўрсаткичларини ҳисоблашда савдодаги ижарага олинган асосий фондлар тўсқинлик қилади. Уларнинг аксариятининг қиймати

кўрсатилмайди ва натижада ҳисобланган самарадорлик кўрсаткичларига қараб қилинган хулосалар етарли асосга эга бўлмайди.

Шунинг учун мавжуд барча асосий фонддан фойдаланиш ҳолатини ифодаловчи кўрсаткичлар зарур. Буларга натурал ўлчовдаги қуйидаги кўрсаткичлар киради:

- ҳар бир кв.м умумий майдонга тўғри келадиган товар айланмаси;
- ҳар бир кв.м савдо майдонига тўғри келадиган товар айланмаси;
- ҳар бир кв.м. савдо майдонига жойлаштирилган истеъмол моллари сони;
- омборнинг ҳар бир кв.м. ёки куб метрига тўғри келадиган товар айланмаси;
- умумий овқатланишда ҳар бир ўтирадиган хўранда жойига тўғри келадиган товар айланмаси;
- савдо жиҳозлари, асбоб-ускуна, механизмларнинг фойдали иш кoeffициенти.

Бу кўрсаткичлар ёрдамида асосий фонд кимга тегишлилигидан қатъий назар ундан фойдаланиш даражасини бошқа шу каби асосий фонддан фойдаланиш даражасига таққослаш мумкин. Мавжуд савдо-технологик жиҳозларни тезроқ ишга тушириш, нарҳини тиклаш ва янгилаш жараёнини жадаллаштириш йўллари белгиланади.

Асосий фондларнинг ҳолати, шаҳар, туман бўйича жойлашиши ҳозирги даврда аҳолининг зичлиги ва талабига қараб бормоқда. Бозор иқтисодиёти шароити қанча савдо майдони, қанча дўкон ёки супермаркет, қандай ассортиментдагн мол зарурлигини таъкидлаб турмоқда. Бозор конъюнктурасини ҳисобга олиб, мулк эгалигидан қатъий назар, янги савдо шаҳобчалари барпо этилмоқда. Рақобат кураши аҳолининг моддий-техника базаси билан, савдо тармоғи билан таъминланиш ҳолатини яхшилайти.

Чакана савдо моддий-техника базасини ривожлантиришнинг асосий молиявий манбаи корхоналарнинг, жамоаларнинг ўз маблағи ёки қарзга

олинган, жалб этилган маблағлардир. Булар ҳиссадорлик асосида тўпланган маблағлар, банк кредити ёки бошқа манбалардан келадиган маблағ бўлиши мумкин. Капитал қурилишга сарф этиладиган маблағ самарадорлиги – муҳим иқтисодий кўрсаткичдир. Бунда самарадорликка эришиш учун капитал қўйилмаларнинг энг мақсадга мувофиқ иқтисодий асосланган йўналишларини топиш зарур. Капитал қўйилмалар самарадорлигини ўлчашда капитал қўйилмаларни амалга ошириш ва эришиладиган самара ўртасидаги нисбатдан фойдаланилади.

### Мустақил ишлаш учун назорат саволлари

1. Чакана савдо корхонасининг моддий-техника базаси деганда нимани тушунаси?
2. Асосий фондлар қайси жиҳатлари бўйича таснифланади?
3. Асосий фондлар қандай баҳоланади?
4. Асосий фондлардан фойдаланиш самарадорлиги қайси кўрсаткичлар орқали аниқланади?
5. Асосий фондлар ҳолати қандай аниқланади?
6. Асосий фондларнинг эскириши ва амортизацияси деганда нимани тушунаси?

## 7-бoб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ ТОВАР АЙЛАНМАСИ

### 7.1. Товар айланмасининг моҳияти ва турлари

Иқтисодийётни либераллаштириш ва модернизациялаш жараёнлари амалга ошириладиган шароитда иқтисодийётимиз олдига турли муаммолар қўйилади. Бу муаммолардан бири бозорда талаб ва таклиф ўртасидаги мувозанатга эришишдир. Бозор конъюктурасини мақбуллаштиришда бозорга келадиган моллар ва бозордаги асосий жараён – сотиш жараёни муҳим аҳамиятга эгадир. Чакана савдо натижаси чакана товар айланмаси кўрсаткичида ифодаланади. Чакана товар айланмаси мол ҳаракати йўлида сўнгги, яқунловчи босқич бўлиб, бунда мол муомала доирасидан шахсий истеъмол доирасига ўтади. Одатда мол ишлаб чиқариш жараёнидан чиққандан то истеъмолчига бориб етгунга қадар бўлган давр давомида бозорда мавжуд бўлади. Молнинг шахсий истеъмолга тушиши мол айирбошлаш қонуниятларига бўйсуниб, сотиш ва харид қилиш жараёнида содир бўлади. Аҳоли ўзига керакли бўлган молларни ўз пул даромадига айирбошлайди

Чакана товар айланмаси деганда молларнинг истеъмолчиларга, асосан аҳолига бевосита шахсий истеъмол учун сотиш тушунилади. Бундан ташқари жамоа истеъмоли учун ёки хўжалик зарураги учун давлат, жамоа ташкилотлари, муассасалари ва корхоналарига айрим молларни сотиш ҳам чакана товар айланмасига киради.

Маълум даражадаги чакана товар айланмасининг умумий ҳажми сотилган молларнинг умумий алмашув қийматини ифодалаб қониктирилган талаб сифатида юритилади. Чакана товар айланмаси ишлаб чиқариш ва истеъмолнинг ўзаро таъсиридан келиб чиқади ва ягона иқтисодий муносабатлар тизимининг яқунловчи босқичидир.

Демак, сотилган моллар истеъмолчиларнинг шахсий истеъмолига тушади ёки истеъмол жамғармасини ташкил этади, муомала доирасидан чиқади ва ўзининг товарлигини йўқотади.

Сотилган молларнинг асосий қисми аҳолининг шахсий истеъмолини қондириш учун тушади.

Республикамизда яқка истеъмолдан ташқари биргаликда истеъмол қилиш шакли ҳам ривожланиб бормоқда. Бунга мактаблар, академик лицейлар, касб-ҳунар коллежлари, дам олиш уйлари, шифохоналар, болалар боқчаси, қариялар, болалар уйлари ва бошқа жойлардаги аҳоли табақаларининг биргаликдаги истеъмоли киради. Биргаликдаги истеъмолни таъминлаш чакана савдо ва умумий оқатланиш корхоналари орқали амалга оширилади ва чакана товар айланмасига киритилади

Чакана товар айланмаси халқ хўжалигининг иқтисодий ва ижтимоий ривожлантириш режаси, дастурининг муҳим кўрсаткичларидан биридир. Чакана товар айланмаси воситасида қонгайтирилган такрор ишлаб чиқариш таъминланади, чунки маҳсулотни такрор ишлаб чиқариш учун аввал ишлаб чиқарилганлари сотилиши лозим. Банкларга келиб тушадиган нақд пулнинг деярли 90 фоизини савдо таъминлайди. Демак, чакана товар айланмаси республикада пул айланишининг нормал ҳолатини ҳам таъминлаб туради. Шунингдек, чакана товар айланмаси жамиятнинг тақсимот муносабатларини ҳам ифодалайди.

Чакана товар айланмаси таркибига асосан қуйидагилар киради:

- чакана савдо тармоғи орқали аҳолига молларни нақд пулга сотиш;
- умумий оқатланиш корхоналари орқали аҳолига ҳамда корхона, ташкилот ва муассасаларга озиқ-оқат маҳсулотларини сотиш;
- устки, бош қийим, пойафзални яқка буюртма устахоналари орқали сотиш. Агар буюртмачи ўзининг газмолидан қийим тиктирадиган бўлса, бунда чакана товар айланмасига устахонанинг хизмат ҳақи киритилади;
- маҳсус қийим-кечак ва пойафзални чакана савдо тармоғи ёки корхона, фирмаларнинг омборларидан сотиш;

- маиший хизмат ташкилотлари ва корхоналари томонидан кийим-кечак, мебел ва бошқа шахсий истеъмол буюмларини тиклаш ҳақи (бунда буюмларнинг истеъмол қиймати тикланади);

- наشريёт маҳсулотларини (китоб, газета, журнал ва ва бошқалар) чакана савдо тармоғи орқали ва обуна қилиш воситасида сотиш. Бунда қачон обуна қилинишидан қатъий назар, товар оборотга обунагача маҳсулот етказилган вақтида киритилади.

Чакана товар оборот таркибига биноан унинг чакана савдо тармоғи орқали сотиш ва умумий овқатланиш маҳсулотларини сотиш турлари мавжуд. Айрим моллар ҳаракатини чакана савдогача ташкил этиб, оралик воситачи вазифасини бажарувчи улгуржи, кўтара савдо бўғини ҳам амал қилади.

Чакана савдо айланмасининг ўсиб боришига кўплаб омиллар таъсир этади. Уларнинг бири аҳоли турмуш даражасининг ва харид қобилиятининг юксалишидир. Бундан ташқари аҳолининг табиий кўпайиши ҳам товар айланмасининг ўсиш омилларидандир.

Бозор муносабатлари шароитидаги кўплаб давлатлар ўз тажрибасидан ўтказган ва иқтисодий-тимизда кузатилаётган пулнинг қадрсизланиши жараёни ҳам чакана товар айланмасининг кескин ўсишига сабаб бўлмоқда.

Аҳоли турмуш даражаси, моддий таъминот даражасининг юксалиши жами чакана товар оборотга ноозик-овқат моллари ҳиссасининг ошишига олиб келади. Озик-овқат маҳсулотлари товар айланмаси суммаси ҳам ошиб бориши мумкин, аммо ноозик-овқат моллари савдоси ундан тезроқ ўсиши уларнинг улушларига таъсир этади. Шу каби озик-овқат маҳсулотлари ичида юкори калорияли, тўйимли озиқларнинг харид қилиниши ва истеъмоли ортади ва аксинча. Агарда ҳаёт даражаси пасайса, нон ва нон маҳсулотлари, қанд, ўсимлик мойи, картошка ва шунга ўхшаш маҳсулотларнинг товар айланмасидаги ҳиссаси кўтарилади.

Ноозик-овқат моллари ичидаги ўзгаришлар ҳам шунга мос ҳолда бўлади. Бунга аҳоли харид фондининг юксалиши маданий-маиший моллар, зеб-зийнат

буюмларининг кўпроқ харид қилинишига ва истеъмолда кўпайшига сабаб бўлади.

Халқнинг моддий ва маданий турмуш даражаси юксалиб бориши озик-овқат маҳсулотлари савдосида умумий овқатланиш айланмаси ролининг тезроқ ўсишини такозо этади.

Аҳоли жон бошига тўғри келадиган товар оборот кўрсаткичи аҳоли турмуш даражасини ифодалайдиган ўлчовлардан ёки кўрсаткичлардан биридир.

Шундай қилиб, чакана товар айланмаси бозор шароити афзалликларини ифодалаб ўсиб боради.

## **7.2. Товар айланмаси ва бозор конъюнктураси**

Молларнинг сотилиши уларнинг аҳоли талабига мос келганлигини, ижтимоий таъ олинганлигини англатади. Бозордаги талаб ва таклиф ўртасидаги муносабат мураккаб муносабат бўлиб, иқтисодий, ижтимоий, ташкилий ва бошқа шароитлар ҳисобига доимо ўзгариб туради.

Бозор конъюнктураси маълум даврга бўлган талаб билан таклиф ўртасидаги алоқалар ҳолатини ифодалайди. Масалан, 2007 йилнинг I январига бўлган бозор конъюнктурасининг ҳолати бозорда аҳоли талаби ва истеъмол моллари таклифи ўртасидаги вужудга келган нисбатдан иборат. Бозор конъюнктурасига баҳо бериш мамлакат бўйича ҳам, ҳар бир ҳудуд бўйича ҳам муस्ताкил амалга оширилади.

Бундан ташқари алоҳида олинган мол бозори бўйича таклиф ҳажми ва таркиби талаб ҳажми ва таркибига мос келиши ўрганилади.

Демак, бозор конъюнктураси бозорнинг мол билан тўйинганлиги ва унда аҳоли талабининг қондирилиш даражасини аниқлашга имкон беради ва бу даражани ошириш йўлларини излашни ҳар бнр савдо корхонаси, фирмаси, компанияси, маҳсус органлар олдига вазифа қилиб қўяди.

Талаб билан таклиф ўртасидаги муносабат муҳим иқтисодий мутаносибликларини таъминлашга асос бўлиб хизмат қилади. Аҳоли тўловга

қодир талабининг кондирилиши кўп ҳолларда ишлаб чиқаришнинг истеъмолчи талабини ўз вақтида ҳисобга олишига боғлиқ. Аҳолининг талаби асосан уни кондиритиш имконияти бор ҳолларда мавжуд бўлгани учун таклиф талабни белгилайди ҳамда миқдори ва таркибига таъсир этади. Масалан, лойиҳаси тайёрланган, аммо ҳали ишлаб чиқарилмаган ва аҳолига номаълум бўлган янги маҳсулотга халқ талаби шаклланмайди.

Аммо талаб ишлаб чиқариш ҳамда таклифга нисбатан сует ҳолатни эгалламайди, балки ишлаб чиқаришни ҳаракатга келтирувчи омил бўлиб ҳисобланади. Эҳтиёжнинг аниқ истеъмол молидаги ифодаси бўлган талаб, ишлаб чиқаришнинг ҳажми ва таркибини белгилайди. Масалан, агар бирор мол аҳоли талабига мос келса, унга эҳтиёж ошади ва ишлаб чиқариш қувватини ошириш заруратни туғилади ва аксинча. Бозор иқтисодиёти шароитида истеъмолчининг буюртмаси ишлаб чиқарувчининг маҳсулот чиқариш дастури негизида бўлиши шарт.

Бозор иқтисодиёти ривожланган давлатларда бозор конъюнктурасини ўрганишни маҳсус илмий изланиш марказлари, ахборот марказлари, лабораториялари, фирмалар, компанияларнинг таркибидagi маркетинг изланишлари бўлимлари амалга оширади. Маҳсус муассасалар тайёрлаган ахборотлар истеъмолчиларга Чакана савдо келишувлари асосида таъминланади.

Бозорда талаб билан таклиф ўртасидаги муносабатни аниқлаш учун турли маълумотлар зарур. Жами маълумотларни икки гуруҳга ажратиш мумкин: ички ва ташқи маълумотлар.

Бозор конъюнктурасига баҳо бериш учун савдо корхонасининг барча ички маълумотларидан фойдаланилади. Улар чорак, йиллик статистик, оператив ҳисоб материаллари, изланиш натижаларидан иборат бўлиши мумкин. Талаб ва таклифнинг ўзаро алоқасидаги ўзгаришларга аниқроқ баҳо бериш, турли тасодифлар таъсиридан холи этиш мақсадида кўпроқ муддат давомидаги маълумотлардан фойдаланиш керак бўлади. Ички маълумотларга қуйидагилар киради:

- товар оборот ҳажми ва таркиби бўйича дастурларнинг бажарилиши;

- ишлаб чиқарувчи ва етказиб берувчилардан моллар сифати ва турлари;
- мол захираининг ҳолати;
- аҳоли даромади ва харид фонди, улардаги ўзгаришлар;
- молларни сотишни яхшилаш бўйича савдо корхонаси тадбирларининг амалга оширилиши.

Чакана савдо корхонаси мол сотиш дастурини бажариб, хизмат ҳудуди аҳолиси харид фондиди товар оборотга жалб қилган ҳолда талаб билан таклиф ўртасидаги дастлабки маълумотни беради.

Чакана савдо корхоналарида маълум даврга қолган мол захираларининг ўзи ҳам аҳоли талабининг кондирилиши ҳақида маълумот беради.

Аҳолига сотилган моллар турларини ўрганиш, молларга талабнинг кўп ёки озлиги ҳақида сотувчилар, товаршунослардан тўпланган маълумот, аҳоли талабининг маҳсус сўров варавалари ёрдамида ўрганиш маълумотлари бозор конъюнктурасига баҳо беришда муҳим асос бўлиб хизмат қилади.

Бозор конъюнктурасини ўрганиш ва унга баҳо беришда қуйидаги ташқи маълумотлардан: маъмурий органлар, идораларнинг аҳоли сони, таркибининг ўзгариши, оила бюджетини ўрганиш ҳақидаги маълумотлари, берилган ойлик маошлар, нафақалар ҳақидаги маълумот ва бошқалардан фойдаланилади.

Тўпланган маълумотларнинг ҳар томонлама таҳлили асосида конъюнктура ахбороти, маълумоти ёки экспресс-ахборотлар тайёрланади.

Бозор сиғими маълум ҳудудда сотилиши мумкин бўлган халқ истеъмол моллари ҳажмини ифодалайди. Бозорнинг ҳар бир тури регионал ёки мол бозори ўз сиғимига эга. Бозор сиғимини ўрганиш ва тўғри ҳисоблаш талаб билан таклифни мувофиқлаштиришга имкон беради.

Бозор сиғими қуйидаги таркибий қисмлардан иборат:

- маҳаллий аҳолининг харид фонди;
- бошқа ҳудудлардан келган аҳолининг харид қуввати;
- корхона, фирма, муассасаларга истеъмол молларини сотиш.



Аҳоли сони, таркибининг ўзгариши, даромади ва харид фондининг ошиши, мол таклифининг, турларининг кенгайиши, сифатининг яхшиланиши, транспорт алоқаларининг ривож топиши, чакана нархнинг ўзгариши ва бошқа қатор омиллар маълум ҳудуднинг бозори сиғимига таъсир этиши мумкин. Бозор сиғимини тўғри ҳисоблаш ишлаб чиқариш, транспорт корхоналарининг ишига, банкнинг пул айланиши яхшиланишига олиб келади.

### **7.3. Чакана савдо корхоналарининг товар захиралари ва айланиш вақти**

Бозор иқтисодиёти шароитида аҳоли талабини қондириш, мол айланиши узлуксизлигини таъминлаш учун маълум миқдорда мол захиралари мавжуд бўлиши керак. Мол захираларининг зарурати аввало ишлаб чиқариш шароити билан боғлиқ. Мол захираларини тўплаш ва сақлаш ишлаб чиқариш ҳамда сотишнинг узлуксизлигини таъминловчи бошқа барча усуллардан энг арзони ҳисобланади. Мол захиралари бўлган ҳолда жуда катта ишлаб чиқариш қуввати, иш кучи ва хом ашё резервига эга бўлиш керак. Аммо бундай резервларга эга бўлган ҳолда ҳам ишлаб чиқариш дастури истеъмолчи талаби ўзгаришларига мос келмай қолиши мумкин. Шунинг учун мол захираларини вужудга келтириш иқтисодиётдаги номутаносибликларнинг олдини олишга кўмаклашади.

Мол захиралари мол ҳаракатининг турли босқичларида вужудга келади. Улар доимий равишда ҳаракатда бўлиб, янгиланади муомала жараёнида бир босқичдан иккинчисига ўтади. Масалан, ишлаб чиқаришдан воситачи-улгуржи савдога, ундан чакана савдога ва пировардида истеъмолчига ўтади.

Ишлаб чиқарилган моллар маълум давр давомида сотилишни кутаётган захирани, бозор элементи бўлган маҳсулот мол таклифини ташкил этади. Бозордаги ёки бозорга келтирилиши мумкин бўлган маҳсулот мол таклифи ҳисобланади.

Мол келиб тушиши ўзгармаган ҳолда захираларнинг камайиши талабнинг ўсганлигидан далолат беради ва аксинча. Аҳоли талаби кескин ошган пайтда

ишлаб чиқариш ҳажми унга мос ҳолда кўпая олмайди. Бунда бошланиш вақтида мол захиралари талаб билан таклиф ўртасидаги тенгликни сақлаб туради. Бозордаги мувозанатин сақлаб туриш шarti куйидагича ифодаланиши мумкин:

$$ЯТ = ТХ + МЗ$$

Бунда, ЯТ – ялпи таклиф;

ТХ – талабнинг ҳажми;

МЗ – нормал мол захиралари.

Моллар муомала доирасида истеъмолчининг кўлига бориб тушгунча бўлган вақт молнинг айланиш муддатини ташкил этади. Моллар қанчалик тез сотилса уларнинг айланиш вақти шунчалик оз бўлади; моллар ҳаракат босқичларида кам муддатда тўпланиб турса, мол захираларининг ялпи миқдори кам бўлади ва аксинча.

Бозор иқтисодиёти шароитида мол ҳаракатини оптималлаштириш, мол айланиш вақтини қисқартириш учун кўплаб қулай ва яхши имкониятлар мавжуд.

Мол айланиш муддатига, мол захираларига иқтисодий ва ташкилий омиллар ҳам таъсир этади. Мамлакат ҳудудида ишлаб чиқаришнинг жойланиши, транспорт алоқаларининг ривожланиши, молларнинг истеъмол, физикавий-кимий таркиби, хилларининг мураккаблиги, чакана товар айланмасининг жуғрофий жойланиши, унинг шаҳар билан кишлоқ ўртасида тақсимланиши, савдонинг моддий-техника базаси ҳамда унинг жойланиши ва бошқа муҳим иқтисодий омиллар таъсир этади.

Жорий мол захиралари жорий сотиш эҳтиёжини қондириш учун яратилади. Бунда молларни сотиш учун савдо тармоғига келтириш маълум муддатларда бир текис амалга оширилади. Демак, жорий мақсад учун ташкил этиладиган захира ўз ичига уч асосий қисмни мужассамлаштиради:

- навбатдаги молнинг келиб тушгунча сотишни таъминлайдиган жорий захира;
- сотишга тайёрлашни ташкил этувчи захира;

- режадаги муддатда келиши керак бўлган молнинг кечикиб қолиши ҳолатида савдонинг узлуксизлигини таъминловчи эҳтиёт (кафолат) захираси.

Мол захираларининг бундай қисмларга бўлиниши уларнинг вужудга келиш хусусиятидан келиб чиқади. Жорий мол захирасига эҳтиёж товар айланмаси ҳажми ва мол келтириш муддати билан белгиланади. Булар маълум нормативлар асосида ҳисобланади.

Мавсумий мол захиралари ишлаб чиқариш ва сотишнинг айрим хусусиятларига биноан вақти бир-бирига мос келмайдиган молларга таълуқлидир. Бундай молларга: сабзавот, мевалар, картошка, мактаб-ёзув жиҳозлари, айрим кийим-кечаклар, арча безаклари ва бошқалар киради. Мол захиралари бир қанча ўлчов birlikларига эга: киймат, натурал ва айланиш кунлари.

Айланиш кунларидаги кўрсаткич нисбий кўрсаткич бўлиб, мол захиралари билан чакана товар-оборот ўртасидаги алоқани ифодалайди: маълум товар-айланмаси даражасида мол захиралари неча кунлик савдони таъминлаши мумкинлигини кўрсатади.

Мол захираларига эҳтиёж товар айланмаси ҳажмига тўғри мутаносиб, айланиш вақтига эса тескари мутаносиб ҳолда ўзгаради. Демак, мол захиралари товар айланмасининг ошиши ёки мол айланишининг секинлашиши билан кўпаяди, товар айланмаси ўзгармаган ҳолда мол айланиш тезлашганда камаяди.

Мол айланиш вақти савдо корхонасининг ўртача мол захиралари неча кун давомида айланишини ифодалайди; унинг бир марта айланишига кетадиган кунлар ёки йил мобайнида неча марта айланиши ҳисоблаб топилади. Бу кўрсаткичнинг моҳияти иккинчиси билан бир хилдир, аммо ҳисоблаш усули турлича. Мол айланиш вақтининг энг муҳим аҳамияти шундаки, у мол ишлаб чиқариш вақти билан биргаликда жами ижтимоий маҳсулот айланиши вақтини ифодалайди. Ишлаб чиқариш вақти ўзгармаган ҳолда мол айланиш вақтининг тезлашиши жами ижтимоий маҳсулот айланиши муддатининг тезлашишига олиб келади. Шу боисдан мол айланиши муддатининг қисқариши,

айланишнинг тезлашишини таъминлаш савдо ходимларининг муҳим вазифаси ҳисобланади.

Мол захираларининг нормативини аниқлаш уларни келгуси даврга режалаштиришнинг таркибий қисми ҳисобланади. Чакана савдо корхонасининг жорий мол захиралари нормативини аниқлаш қуйидагиларни талаб этади:

- молларнинг савдо захираси сифатида мавжуд бўлишига зарур вақт;
- молларни қабул қилиш, текшириш ва сотишга тайёрлаш учун зарур вақт;
- молларнинг йўлда бўлишига кетадиган вақт;
- мол етказишдаги нотекислик ҳоллари ва истеъмолчи талабининг ўзгариш эҳтимоли эвазига савдода кутилиши мумкин бўлган узилишни коплаш учун эҳтиёт захираси.

Шунга кўра савдо захираси икки қисмга бўлинади:

- савдо залида кўргазма ва истеъмолчига сотиш учун мавжуд моллар;
- мол яна келиб тушгунича сотишни узлуксиз таъминлаш лозим бўлган захира.

Савдо захирасининг биринчи қисми ҳар бир гуруҳ бўйича мол турларининг улар ўртача нарҳига кўпайтириб топилади. Масалан, турли китоблардан 180 таси кўргазмага қўйилиши лозим. Агар уларнинг ўртача баҳоси 2000 сўмдан бўлса, кўргазма учун зарур мол захираси 360 минг сўмни ташкил этади. Бунга савдо залидаги бир кунлик ўртача товар оборот миқдорига тенг энг кам захира қўшилиб (фараз қилайлик, бир кунлик ўртача товар оборот 150 минг сўмга тенг), савдо захирасининг биринчи қисми топилади ( $360+150=510$  минг сўм).

Мол захирасининг айланиш кунлари бу қисм бўйича 2,4 кунга тенг бўлади ( $360:150$ ).

Чакана савдо захирасининг иккинчи қисми мол етказиб берувчилардан молнинг келиб тушиш тезлиги ва молларни комплектлашни ҳисобга олиб, ҳар бир мол гуруҳи бўйича аниқланади. Масалан, китобни келтириш муддати 5 кун,

савдога 180 хил китоб керак. Келадиган ҳар бир мол туркумида 60 хил китоб бўлса, унда келтирилган молнинг жамлиги 0,3 ни ташкил этади (60:180). Жамлашни ҳисобга олган ҳолда зарур давр 31 кунга тенгдир, армиси эса 15,6 кунни ташкил этади.

Бундан ташқари мол захираларининг иккинчи қисмига молларни қабул қилиш, тушириш, сифатини текшириш, жойлаштириш, сотишга тайёрлаш учун кетадиган вақт ҳам қўшилади. Бу вақт ҳар бир мол учун ҳар бир жараёнга кетган муддат ёрдамида топилади. Қўп ҳолларда айтиб ўтилган жараёнларга 3 кунгача вақт сарф этилади ва захира нормаси уч кунликка оширилади.

Молнинг пулда бўлишига кетадиган вақт ўтган даврдаги кўрсаткичлар воситасида аниқланади. У чакана савдо корхонасини таъминлаб турувчи улгуржи-воситачи омборнинг, мол етказиб берувчиларнинг жойлашган ўрнига боғлиқ. Агар мол етказиб берувчи ва чакана савдо корхонаси бир шаҳарда бўлса, молнинг пулдаги вақти бир кун ҳисобланади.

Ўтган йиллар кўрсаткичларига биноан пулдаги мол захирасини ўртача олти кунга тенг, деб қабул қиламиз ва уни режа даврига ўтказамиз.

Узлуксиз савдони таъминлашни ҳисобга олиб тузилган молларнинг келиб тушиш тартиби баъзида бузилиши, аҳоли талабида ўзгаришлар эҳтимолн инobatга олиниб, кафолат берувчи мол захираси ташкил этилади. Кафолат берувчи мол захираси вақти айрим моллар бўйича алоҳида аниқланади. Масалан, бир-бирининг ўрнини боса олмайдиган озиқ-овқат маҳсулотлари хиллари бўйича бу захира савдо захирасининг 100 фоизи миқдорида, қолган озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат моллари бўйича эса 50 фоиз миқдорда белгиланади. Бу норма чегарасида кафолат берувчи захиранинг савдо захирасига нисбатан миқдори савдонинг аниқ шароитини эътиборга олган ҳолда айрим мол гуруҳлари бўйича табақаланади. Мисолимизда шартли равишда бу захира савдо захирасининг ярмига тенг, деб қабул қиламиз (8,95 кун).

Шундай қилиб, шартли рақамлардан фойдаланиб, китоб бўйича жами мол захиралари нормативини аниқлаймиз. Бу 35,85 кунга ёки бутун ҳолда 36 кунга тенг бўлади (2,4+15,5+3+6+8,95).

Чакана савдо фирмалари, корхоналари, мол захиралари нормативини мустақил равишда белгилайди.

Аниқланган нормативлар ҳамда товар оборот ҳажми ёрдамида мол захираларининг режа давридаги пул миқдори топилади. Агар жорий даврда мол захиралари суммаси нормативдагидан ортиқ бўлса, унинг сабаблари аниқланади ва норматив даражага келтириш чоралари қўрилади.

#### 7.4. Чакана савдо корхоналарини товар билан таъминлаш

Чакана савдо корхоналари товар айланмасини режалаштириш уни мол билан таъминлашга узвий боғлиқ. Чакана товар оборотнинг моддий асосини истеъмол молларни ташкил этади. Шунинг учун мол билан таъминлаш иқтисодий асосланган товар айланмаси дастурини тузиш учун зарурдир.

Мол ресурсларининг умумий суммасини ҳисоблаш, мол гуруҳлари, турлари билан таъминотни йўлга қўйиш мураккаб иқтисодий жараён ҳисобланади. Товар айланмаси мол билан таъминлаш аҳоли талабини қондиришга қаратилган моллар турларини етказишни билдиради.

Чакана савдо айланмасини мол билан таъминлашни ҳисоблашда озиқ-овқат маҳсулотлари ва ноозиқ-овқат молларни гуруҳларининг хусусиятлари инobatга олинади. Аҳоли талаби ва мол таклифи ўртасидаги баланс ҳисоблари товар оборотнинг таркибини иқтисодий асослашга ва савдо фирмалари, корхоналари берадиган буюртмаларга асос бўлиб хизмат қилади.

Мол билан таъминлашни ҳисоблашдан мақсад мол ресурсларини тўлароқ ўрганиб, уларни талабга мослаштириш, товар оборотни ривожлантириш учун нормал шароит яратишдир. Чакана товар оборотни мол билан таъминловчи ресурсларга эҳтиёжни ҳисоблашда қуйидагилар назарда тутилади: режалаштирилган товар оборот суммаси, мол захирасининг ҳолати, уни норматив даражасига етказиш ҳамда товар айланмасининг ошишига қараб ўстириш, айрим молларнинг нормативдан ортиқчасини товар айланмасига жалб этиш, молларнинг табиий камайиши ва ўтмай қолган, эскирганини арзонлаштириш натижасида ўрнини қоплаш зарурати ва бошқалар.

Моллар билан таъминлашни ҳисоблашдаги камчилик шундан иборатки, айрим моллар бўйича таклифнинг талабга мос келиши ҳамisha ҳам ҳисобга олинавермайди. Талабнинг таклифдан фарқ килиши моллар сифати ва турларининг талабга мос келмаслигида, моданинг ўзгаришида, нисбатан юқори нарх даражасида, талаб бир молдан иккинчисига ўтишида молнинг ўз мавсумида савдога келиб тушмаслигида ва бошқаларда ифодаланиши мумкин.

Мол билан таъминлашни ҳисоблаганда мол ресурсларининг умумий ҳажми билан бирга молларнинг турли манбалардан келишини ҳам аниқлаш лозим.

Бозор иқтисодиёти шароитида фаолият юритаётган савдо ходимлари рақобат кураши асосида ўзининг тадбиркорлик маҳоратини ишга солиб мол ресурсларини топиши ва мол етказиб берувчи билан контрактлар тузиши керак. Товар айланмасини мол билан таъминлашни дўконлар даражасида ёки савдо корхонаси бўйича умумий ҳолда тузишда чакана товар оборот балансидан фойдаланиш лозим. Айниқса мол туркумлари бўйича бу балансни алоҳида тузиш муҳимдир. Кўпгина савдо фирмалари, корхоналари мол туркумлари бўйича бундай ҳисобни бажармайди.

#### **7.5. Чакана савдо корхонаси чакана товар айланмасини таҳлил қилишнинг асосий йўналишлари**

Чакана савдо корхонасининг чакана товар айланмасини таҳлил қилиш унинг ҳажми динамикасини ўрганиш ва режа мавжуд бўлган ҳолларда унинг бажарилиш даражасини баҳолашдан бошланади.

Чакана товар айланмаси ҳажми динамикасини таҳлил қилиш ўсишнинг занжирли ва базис суръатлари, шунингдек, товар сотишнинг ўртача йиллик суръатининг ўзгариши ҳисобга олиш ёрдамида амалга оширилади. Инфляция шароитларида товар айланмаси ҳажмининг ўзгариш суръатларини ҳам амалдаги, ҳам солиштирма нархларда, яъни базис йил нархларида ҳисоблаш керак:

$$T_{cn} = T_{an} / I_{n\dot{u}}$$

Бу ерда,  $T_{cn}$  – солиштирма нархларда товар айланмаси ҳажми;

$T_{an}$  – амалдаги нархларда товар айланмаси ҳажми;

$I_{n\dot{u}}$  – нарх ўзгариши индекси.

Чакана товар айланмасини таҳлил қилиш жараёнида унинг қиймат ва натурал кўринишда ўзгаришини аниқлаш мақсадга мувофиқ бўлиб, уни товар айланмаси табиий ҳажмининг ўзгариши билан тавсифлаш мумкин. Бунинг учун товар айланмасининг ўзгариш индексини топиш зарур:

$$I_{та} = I_{n\dot{u}} * I_{тх}$$

Бу ерда,  $I_{та}$  – товар айланмасининг ўзгариш индекси;

$I_{n\dot{u}}$  – нарх ўзгариши индекси

$I_{тх}$  – товар айланмаси табиий ҳажмининг ўзгариш индекси.

Юқориди келтирилган формула товар айланмаси ривожланиши қай даражада нарх ўзгаришининг қиймат кўринишига ва қай даражада сотилган товарлар миқдорининг ўзгаришига боғлиқ эканлигини аниқлашга имкон беради.

Агар корхонада чакана товар айланмасини режалаштириш амалга ошириладиган бўлса, у ҳолда савдо корхонаси режасини бажариш даражасини айрим таркибий бўлинмалар бўйича алоҳида муддат бўйича ҳисоблаш зарур.

Чакана товар айланмаси таҳлилини фақат унинг ҳажмига қараб эмас, балки айрим товар гуруҳларн, яъни товар ассортименти бўйича амалга ошириш зарур. Товар айланмаси таркибининг ўзгаришини тавсифлаш учун абсолют таркибий ўзгаришлар коэффициентидан фойдаланиш мумкин:

$$K_{т\dot{u}} = \sum (f_a^1 - f_a^0)^2 / n$$

Бу ерда,  $K_{т\dot{u}}$  – товар айланмаси таркибининг абсолют ўзгариш коэффициенти;

$f_a^1$  – ҳисобот даври учун жами товар айланмасида а-товар гуруҳининг улуши (%);

$f_a^0$  – аввалги давр учун жами товар айланмасида а-товар гуруҳининг улуши (%);

$n$  – товар гуруҳлари сони.

Режанинг бажарилиши ва чакана товар айланмаси динамикасига таъсир кўрсатувчи бир қатор омиллар мавжуд бўлиб, уларни уч гуруҳга бирлаштириш кенг тарқалган:

- товар ресурслари билан боғлиқ омиллар;
- ходимлар сони ва уларнинг меҳнат самарадорлиги билан боғлиқ омиллар;
- чакана савдо корхонасининг моддий-техника базасидан фойдаланиш самарадорлиги ва корхонанинг иш режими билан боғлиқ омиллар.

Товар айланмаси муваффақиятли ривожланишнинг асосий омили савдо корхонасининг товар ресурслари билан таъминланганлиги ва улардан оқилона фойдаланишдир. Чакана товар айланмаси ҳажми товарларнинг келиб тушиш даврийлиги ва товар захиралари ҳолатига боғлиқ бўлади. Бу боғлиқликни куйидаги формула ёрдамида ифодалаш мумкин:

$$T = Z_6 - K - Ч - Z_0$$

Бу ерда,  $T$  – чакана товар айланмаси ҳажми;

$Z_6$  – давр бошига товарлар захираси;

$K$  – товарларнинг келиб тушиши;

$Ч$  – товарларнинг чиқиб кетиши;

$Z_0$  – давр охирига товарлар захираси.

Занжири боғланиш усулидан фойдаланган ҳолда қайд этилган кўрсаткичлардан ҳар бирининг савдо корхонаси чакана товар айланмаси ҳажмига кўрсатувчи таъсирини аниқлаш мумкин.

Чакана товар айланмаси ҳажмига савдо корхонасининг меҳнат ресурслари билан таъминланганлиги ва улардан фойдаланишнинг самарадорлиги сезиларли таъсир кўрсатади. Бу куйидаги формула ёрдамида ифодалаш мумкин:

$$T = X * Y$$

Бу ерда,  $T$  – чакана товар айланмаси ҳажми, сўм;

$X$  – ходимларнинг ўртача рўйхатдаги сони, киши;

$Y$  – битта ходимнинг меҳнат унумдорлиги, сўм.

Интеграл таҳлил усулидан фойдаланган ҳолда мазкур кўрсаткичларнинг товар айланмаси ҳажмига кўрсатуви таъсирини аниқлаш мумкин:

$$\Delta T_x = Y_y * \Delta X + ( \Delta X * \Delta Y ) / 2$$

Бу ерда,  $\Delta T_x$  – товар айланмаси ҳажмининг ходимлар ўртача рўйхатдаги сонининг ўзгариши ҳисобига ўзгариши, сўм;

$Y_y$  – ўтган йилда битта ходимнинг меҳнат унумдорлиги, сўм;

$\Delta X$  – ҳисобот даврида ходимларнинг ўртача рўйхатдаги сонининг ўтган даврига нисбатан ўзгариши, киши;

$\Delta Y$  – ҳисобот даврида битта ходимнинг меҳнат унумдорлигининг ўтган йилга нисбатан ўзгариши, сўм.

$$\Delta T_y = X_y * \Delta Y + ( \Delta X * \Delta Y ) / 2$$

Бу ерда,  $\Delta T_y$  – товар айланмаси ҳажмининг битта ходимнинг меҳнат унумдори ўзгариши ҳисобига ўзгариши;

$X_y$  – ўтган йилда ходимларнинг ўртача рўйхатдаги сони, киши.

Чакана товар айланмаси динамикасига савдо корхонаси асосий фондларининг ҳолати, ривожланиши ва самарадорлиги ҳамда корхонанинг иш режими ҳам катта таъсир кўрсатади. Савдо корхонаси чакана товар айланмаси ҳажми куйидаги формула ёрдамида аниқланши мумкин:

$$T = M_{сз} * K_{см} * Ик * T_{см}$$

Бу ерда,  $T$  – чакана товар айланмаси ҳажми, сўм;

$M_{сз}$  – корхона савдо залининг майдони, м.кв.;

$K_{см}$  – корхона ишининг сменалилик коэффициенти;

$Ик$  – корхона фаолиятида иш кунлари сони;

$T_{см}$  – бир сменада савдо залининг ҳар бир м.кв. га тўғри келувчи товар айланмаси, сўм.

Келтирилган формулада аввалги йилдаги кўрсаткичларни ҳисобот давридаги кўрсаткичлар билан алмаштириш ва олинган натижадан аввалги натижаларни айириб ташлаш йўли билан савдо корхонаси моддий-техника базасидан фойдаланиш самарадорлиги ва унинг иш режими билан боғлиқ

бўлган, чакана товар айланмаси ҳажмига таъсир кўрсатувчи омилларни аниқлаш мумкин. Бу усул занжирли боғланиш усули деб аталади.

Таҳлилий ишлар савдо корхонасининг чакана товар айланмаси ҳажмини оширишнинг аниқланган захираларидан фойдаланиш чора-тадбирлари режасини тузиш билан яқунланади.

#### **7.6. Чакана савдо корхонасининг зарарсиз ишлаши учун зарур бўлган минимал товар айланмаси ҳажмини ҳисоблаш**

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

Хўжалик фаолиятини амалга оширишда корхона олдида вужудга келувчи харажатлар қуйидагича:

- доимий харажатлар, уларнинг миқдори узок вақт мобайнида ўзгармайди (ижара, амортизация, бино ва иншоотларга қараб туриш харажатлари, коммунал харажатлар ва ҳказо). Бу харажатларни қоплаш учун корхона савдо фаолиятини амалга ошириши, яъни товарларни сотиши лозим;

- ўзгарувчан харажатлар, яъни товарларни харид қилиш, транспортировка қилиш, сақлаш, қайта ишлаш, навларга ажратиш, ўраш ва қадоклаш, сотиш билан боғлиқ харажатлар. Ўзгарувчан харажатлар товар айланмаси ҳажми билан бир суратда ва йўналишда ривожланади.

Бироқ жами харажатларнинг ўзгариш сурати уларнинг таркибига ўзгарувчан харажатлардан ташқари доимий харажатларни ҳам киритиши сабабли товар айланмаси ҳажмининг ўзгариш суратларидан фарқ қилади. Натижада товар айланмаси ҳажми ўз критик нуқтасида доимий ва ўзгарувчан харажатларни қоплаши мумкин бўлади. Бунда зарур бўлган минимал товар айланмаси ҳажми корхонанинг зарарсиз ишлашини таъминлайди.

Зарур бўлган минимал товар айланмаси ҳажмини товар айланмасини таркибий қисмларга тақсимлаб ҳисоблаш мумкин. Чакана товар айланмаси сотилган ёки сотиш учун мўлжалланган товарларнинг чакана нархи йиғиндисини ифодалайди. Ўз навбатида, чакана нарх савдо корхонасининг товарни харид қилиш нархи ва савдо устамасидан иборат бўлади. Харид нархлари суммаси савдо корхонасининг харид нархлари бўйича товар айланмасини ифодалайди. Савдо устамалари муомала харажатларини қоплаш ва корхонанинг фойда олиши учун белгиланади.

Шундай қилиб, қуйидагиларга эга бўламиз:

$$T_{\text{чн}} = T_{\text{хн}} + T_y$$

Бу ерда,  $T_{\text{чн}}$  – чакана нарх бўйича товар айланмаси ҳажми, сўм;

$T_{\text{хн}}$  – харид нархлари бўйича товар айланмаси ҳажми, сўм;

$T_y$  – савдо устамалари миқдори, сўм.

Ўз навбатида:

$$T_y = M\chi + \Phi$$

Бу ерда,  $M\chi$  – муомала харажатлари миқдори, сўм;

$\Phi$  – фойда миқдори, сўм.

$$M\chi = M\chi_{\text{ўз}} + M\chi_{\text{д}}$$

Бу ерда,  $M\chi_{\text{ўз}}$  – ўзгарувчан муомала харажатлари суммаси, сўм;

$M_{\text{д}}$  – доимий муомала харажатлари суммаси, сўм.

$$T_{\text{чн}} = T_{\text{хн}} + M\chi_{\text{ўз}} + M\chi_{\text{д}} + \Phi$$

Бироқ зарур бўлган минимал товар айланмаси ҳажми фақат харажатларни қоплаш ва фойда олиши таъминламаслиги сабабли, товар айланмаси критик ҳажмини аниқлаш формуласи қуйидаги кўринишга эга бўлади:

$$T_{\text{чн}}^{\text{кр}} = T_{\text{хн}} + M\chi_{\text{ўз}} + M\chi_{\text{д}}$$

Бу ерда,  $T_{\text{чн}}^{\text{кр}}$  – чакана нархлар бўйича товар айланмасининг критик ҳажми, сўм.

Харид нархлари бўйича товар айланмаси харид қилинган товарлар ҳажмини ёки корхонанинг товар харид қилиш бўйича харажатларини уларнинг



қиймат кўринишида ифодалайди. Бу харажатлар миқдори ўзгарувчан бўлиб, критик товар айланмаси ҳажмини қуйидаги тарзда ифодалаш мумкин:

$$T_{\text{чн}}^{\text{кр}} = X_{\text{ўз}} + MX_{\text{д}}$$

Бу ерда,  $X_{\text{ўз}}$  - ўзгарувчан харажатлар.

Ҳосил бўлган тенгламани критик товар айланмаси ҳажмига бўлиш ёрдамида қуйидагига эга бўламиз:

$$T_{\text{чн}}^{\text{кр}} / T_{\text{чн}}^{\text{кр}} = X_{\text{ўз}} / T_{\text{чн}}^{\text{кр}} + MX_{\text{д}} / T_{\text{чн}}^{\text{кр}}$$

$X_{\text{ўз}} / T_{\text{чн}}^{\text{кр}} = D$  - ўзгарувчан харажатларнинг чакана товар айланмаси улушини 1 га тенг деб олиб, қуйидагига эга бўламиз:

$$1 = D + X_{\text{ўз}} / T_{\text{чн}}^{\text{кр}}$$

Бундан:

$$T_{\text{чн}}^{\text{кр}} = MX_{\text{д}} / (1 - D)$$

Корхонанинг зарарсиз ишлашини таъминлаши мумкин бўлган минимал товар айланмаси ҳажми аниқлангач, режадаги йилда юзага келиши мумкин бўлган товар айланмаси ҳажмини ҳисоблашга киришилади.

#### Мустақил ишлаш учун назорат саволлари

1. Чакана товар обороти деганда нимани тушанасиз?
2. Чакана товар айланмаси таркибига нималарни киритиш мумкин?
3. Чакана товар айланмасини стратегик тартибга солишнинг моҳиятини очиб беринг.
4. Чакана савдо корхоналарининг товар захиралари деганда нимани тушунасиз?
5. Зарарсиз ишлаш учун зарур бўлган минимал товар айланмаси нима ва унинг ҳажми қандай ҳисобланади?

## 8-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИНИНГ ЯЛПИ ДАРОМАДИ

### 8.1. Чакана савдо корхонасининг ялпи даромади ва унинг манбалари

Бозор иқтисодиёти шароитида савдо корхоналарининг фаолияти натижалари уларнинг оладиган даромадларига боғлиқ. Савдо даромадлари тармоқ ўз вазифасини бажаришда сарфлайдиган муомала харажатларини қоплашга ҳамда ижтимоий ва иқтисодий ривожини таъминлашга етарли бўлиши керак.

Чакана савдо устамаси айнан шу мақсадда яратиладиган даромад бўлиб, мол чакана нархи ва ишлаб чиқарувчи ёки мол етказиб берувчидан харид қилинадиган қиймат (кўтара нарх) ўртасидаги фарқдан иборат. Устаманинг бир қисмини мол ишлаб чиқарувчиларнинг савдога берган ўзига хос хизмат ҳақи сифатида қараш мумкин, чунки савдо мол яратувчиларнинг маҳсулотини аҳолига сотиб, ишлаб чиқарувчиларга хизмат қилади, акс ҳолда улар ўз маҳсулотини ўзи сотган ва нисбатан юқори харажатларга дуч келган бўларди.

Чакана савдо ходимларининг молларни ташиш, сақлаш, ортиш, тушириш, қайта ишлаш, сотишга тайёрлаш, қадоқлаш ва бошқа ишлар билан боғлиқ бўлган меҳнати қиймат яратади. У харажатларни қоплаш ҳамда корхона эҳтиёжини маблағ билан таъминловчи устаманинг иккинчи қисмини ташкил этади.

Шундай қилиб савдо устамасининг шаклланиш манбаларига қуйидагилар киради:

- моддий ишлаб чиқариш тармоғида яратилган қўшимча маҳсулотнинг бир қисми;
- ишлаб чиқариш жараёнини савдода давом эттириш билан боғлиқ меҳнат эвазига яратиладиган қўшимча маҳсулот.

Чакана савдо устамаси икки хил мутлоқ ва нисбий кўрсаткичларда ифодаланиши мумкин. Мутлоқ кўрсаткич устаманинг суммасини билдиради, нисбий кўрсаткич эса савдо устамасининг чакана нархидаги ҳиссасини, яъни устама даражасини ифодалайди ва қуйидагича ифодланади:

$$Дсу = Су / Т * 100\%$$

Бу ерда, Су – савдо устамаси суммаси;

Т – товар айланмаси.

Чакана савдо устамаси мол сотилмай туриб, савдо корхонасининг даромадини ташкил этолмайди.

Чакана савдо устамаси молларни сотишда муҳим иқтисодий омилдир. Унинг белгиланиш даражаси молларнинг тезроқ ва кўпроқ сотилишини рағбатлантириши мумкин ва аксинча. Бозор иқтисодиёти шароитида рақобат курашининг асосий талабларидан бири устама қўйиш натижасида шаклландиган нарҳнинг имкони борича рақобатчилар маҳсулоти нарҳидан арзонроқ бўлишидир, аммо корхонанинг моддий манфаатини ҳам таъминлаш лозим.

Ҳар қандай истеъмол молини сотиш савдога фойда келтириши керак. Бунда кучли иқтисодий воситадан бири – тежамкорлик билан ишлаш зарурати ўз кучини намоиш этади. Ўртача савдо устамаси қўйилган шароитда қайси савдо корхонаси харажатларнинг пастроқ даражасига эришса, ўша корхона нисбатан юқорироқ фойда даражасига эришади.

Чакана савдо устамасининг иқтисодий асосланиши савдо жараёнини рационаллаштиришга, товар айланмаси ҳажмини ва аҳолига маданий хизмат даражасини кўтарнишга кўмаклашади.

Ҳар бир савдо корхонаси савдо устамасини белгилаш воситасида ижтимоий маҳсулотнинг тақсмотини амалга оширади, яъни ижтимоий маҳсулотдан ўз улушини олади.

Ҳозирги даврда савдо корхонаси истеъмол молларига устама қўйишда мол чакана нарҳининг қандай даражада бўлишини эътиборга олади. Савдо устамасининг юқорироқ даражаси натижасида ҳосил бўлган чакана нарҳ аҳолининг харид қобилиятига мос келмаса, мол сотилмай қолади. Бу ўз навбатида устама даражасининг ўзгартирилишини ҳамда уни харидорнинг сотиб олиш қувватига мослашини талаб этади. Баъзида бу мослашиш даражаси савдога жуда паст меъёрга фойда келтирадиган ёки умуман фойда

келтирмайдиган ҳолатда ҳам бўлиши мумкин. Бу шароитда савдо устамасининг мол сотилишини рағбатлантирувчилик кучи йўқолади ва уни сотиш қисқаради. Савдо корхонаси сотишдан манфаатдор бўлмаган, аммо аҳоли учун зарур бўлган истеъмол молларини савдода бўлишини таъминлашни бозор шароитида давлат ўз зиммасига олади. Бунга кўпинча савдо корхонасига манфаат келтирмайдиган моллар нарҳининг бир қисмини қоплашни давлат бюджет ҳисобидан тўлаш, ўз бўйнига олиш билан ҳал этади. Айниқса, бизнинг иқтисодиётимизга ўхшаш, яъни ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиёти давлатларида бу алоҳида ўринни эгаллайди.

Чакана савдо корхоналари устамаси савдо даромадининг асосий қисмини ташкил этади. Бундан ташқари аҳолига қўшимча пуллик хизмат қилишдан қоладиган даромадлар (буюртма асосида мол сотиш, молларни уйга етказиб бериш, уйда мебел, телевизор каби молларни ўрнатиб бериш, кийим бичиш, дўконларда кофетерийлар очиш ва ҳоказо) ҳамда бошқа фаолият турларидан келадиган даромадлар киради.

Ҳозирги вақтда аҳолига қўшимча савдо хизматини, маданий хизматни кўрсатиш турлари иқтисодиётимизда сустривожланган. Айниқса, яқингача мол таъминотидаги танқислик қўшимча хизмат турларини ниҳоятда қисқартириб юборган. Рақобат кураши шаклланмаган, моллар етишмаган ҳамда маъмурий бошқарув услуби ўрнини бозор иқтисодиёти қонунлари асосида бошқариш усулларига бўшатиб берган ўтиш даври шароитида маданий хизматни ривожлантиришга етарли асос яратилмайди. Бозор муносабатларига ўтишгача фаолият юритган ўз ўзига хизмат қилиш, молларни буюртма асосида сотиш ва бошқа турдаги савдо хизматларининг кескин қисқариш бунга яққол мисол бўла олади. Бозор иқтисодиётининг ривожини ўзининг ҳаракатлантирувчи кучи – рақобат орқали савдо ва аҳолига хизмат кўрсатиш муаммоларини аста-секин ҳал этишга олиб келади. Аҳолига қўшимча савдо хизмати турларининг жорий этилиши савдо даромадини ҳам ўстиради.

Чакана савдо корхонаси бошқа фаолият турларига ҳам эга бўлиши мумкин. Жумладан кийим тикиш устахоналари, қандолат маҳсулотлари, нон ва

нон маҳсулотларини ишлаб чиқариш цехлари, чорвачилик хўжалиги ва бошқа фаолият турлари бўлиши мумкин. Бу хўжаликлар ишидан келадиган даромад савдо даромадини янада кўпайтиради.

Шундай қилиб, савдо корхонаси ўз фаолияти натижасида турли манбалар ҳисобига ялли даромадини шакллантиради.

## 8.2. Нарх ва унинг турлари

Нарх иқтисодий категория бўлиб, у мол қийматининг пулдаги ифодасини аниқлайди. Қиймат эса ўз навбатида ижтимоий зарурий меҳнат харажатларига қараб аниқланади. Демак, нархнинг асосида ижтимоий зарурий меҳнат харажатлари ётади.

Бозор иқтисодиёти шароитида нархлар бозордаги талаб ва таклиф ўртасдаги муносабатларнинг тез-тез ўзгаришига ҳамоханг бўлади. Нархни бозор механизмнинг талабларига мос ҳолда тартибга солиш ёки эркин ҳолига қўйиш йўли билан шакллантирилади. Бу ҳолат нархни ижтимоий-иқтисодий тараққиётни жадаллаштиришнинг, ижтимоий ишлаб чиқариш самарадорлигини оширишнинг, бошқаришдаги иқтисодий усуллардан кенг фойдаланишнинг таъсирчан омилига айлантириши зарур.

Иқтисодиётимизда истеъмол моллари ва улар хом ашёсига таълукли жами амал қилувчи нархлар харид нархлари, улгуржи ва чакана нархлардан иборат.

Харид нархлари кишлоқ хўжалик маҳсулотларини кишлоқ хўжалик корхоналаридан сотиб олиш нархидир. Бу нархлар давлат буюртмаси асосида харид қилинадиган маҳсулотларга тааллуқлидир. Жумладан, дон (буғдой, арпа, шоли ва ҳоказо), пахта толаси, линт каби маҳсулотлар нархи.

Улгуржи нарх воситасида корхоналар, фирмалар ўртасида савдо алоқаси ўрнатилди. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида мамлакатимизнинг ижтимоий йўналтирилган иқтисодиётга эришишга интилиши улгуржи нархларни тартибга солиш каби масъулиятли ишни бажаришни талаб этади. Кўплаб истеъмол молларининг ишлаб чиқарувчиси ва харидори бўлган

шароитда эркин рақобат амалга ошади ва булар алоқасидаги улгуржи нархга давлатнинг аралашшига зарурат йўқ. Аммо ҳозирги даврда энг зарур озиқ-овқат маҳсулотларидан ун, пахта ёғи ва чойга эркин улгуржи нарх белгиланади. Бу ушбу маҳсулотларни ишлаб чиқарувчи ва сотувчи якка хокимларга қарши ўзига хос кураш, уларни чеклаш билан боғлиқдир. Жумладан, ун маҳсулотларини ишлаб чиқариш бўйича «Ўздонмаҳсулотлари» концерни якка хоким сифатида намоён бўлади; шу каби пахта ёғи ишлаб чиқариш бўйича ёғ комбинатлари якка хокимлик реестридан ўрин эгаллаган. Бунга ўхшаш якка хокимлар ўз маҳсулотининг ишлаб чиқариш нарҳини иқтисодий асослаб, Молия вазирлигига муҳокамага тавсия этади. Молия вазирлиги якка хокимлар маҳсулотининг таннарҳини, уларни иқтисодий асосланишини синчиклаб ўрганиб тасдиқлайди.

Истеъмол моллари аҳолига чакана нархларда сотилади. Чакана нарх истеъмол молларини ишлаб чиқариш ҳажмини ва аҳоли ҳақиқий даромади даражасини белгилаб, иқтисодий алоқалар тузилмасида муҳим бўғинни ташкил этади. Чакана нархнинг ўрнатилиш даражаси меҳнаткашлар турмуш даражасини белгилашда ҳам етакчи ўрин эгаллайди.

Бозор иқтисодиёти шароитида чакана нарх давлатимизнинг ички ва ташқи иқтисодий сиёсати, аҳолининг ижтимоий ҳимоясига оид муносабатларга боғлиқ. Нархнинг таркибига таъкидланган омилар катта таъсир ўтказди.

Кўплаб истеъмол молларига чакана нарх бозордаги талаб ва таклиф нисбатидан келиб чиқади. Бу нисбатнинг ўзгариши нархни ҳам ўзгартиради. Бозордаги истеъмол моллари турларининг кўпайиши, уларнинг бир-бирининг ўрнини босиш имкониятининг кучайиши, аҳоли харид қобилиятининг ўзгариши талабни ўзгартиради. Талабнинг ўзгариши унга мос ҳолда таклиф ҳажмининг ўзгаришига олиб келолмаса, бозорда нарх воситасида мувозанатга эришилади. Масалан, бозорда талаб ҳажми, фарз қиламиз, бир кунда 15 млн. сўмдан 20 млн. сўмга етди, аммо мол таклифи бирданига шунча (учдан бир) ўсишга эга бўла олмади. Шу вақт давомида талаб ва таклиф нарх ёрдамида

мувозанатга келади, яъни нарх ошади. Агар таклиф талаб ҳажмидан тезроқ ўсиб борса, бунда нархнинг пасайиши билан бозордаги мувозанат пайдо бўлади. Яъни бозор эркин ҳолда мувозанатни сақлаб туради.

Айрим маҳсулотларнинг чакана нарҳини тартибга солиш, аҳоли ижтимоий ҳимоясини таъминлаш мақсадида давлат якка ҳоким ишлаб чиқарувчи ёки сотувчиларга чегаравий чакана нархларни белгилайди. Масалан, 2007 йил бошида хўжалик совуни, маргарин, ўсимлик ёғи, туз, чой, ун каби маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи якка ҳоким корхоналар маҳсулоти тан нарҳи, харажатлари ва маҳсулот нарҳи бўйича декларация тайёрлаб, Молия вазирлигига муҳокамага тақдим этади. Вазирлик декларацияни кўриб чиқиб, сўнг асосланган ҳолдаги чакана нархга рухсат этади. Бу нархлар ҳам эркин чакана нарх сифатида юритилгани билан чегараланган нарх хусусияти кўпроқдир.

Чакана нарх кескин кўтарилиб, аҳоли истеъмолига тушишининг мураккаблашиши олидини олиш мақсадида айрим озиқ-овқат маҳсулотларига савдо устамасининг чегараси қўйилган. Жумладан, унга, маргарин, ўсимлик ёғига 20% гача, шакар, гўшт, гўшт консерваларига 8% гача, хўжалик совуни, болалар қурук сут маҳсулотларига 9% гача савдо устамаси қўйишга рухсат берилган.

Дори-дармонлар 20 турининг нарҳи мулк шаклидан қатъий назар сотувчи шу нархда сотишга мажбур. Бундай дори-дармонларнинг келтирилиш ва сотилиш нархлари ўртасидаги зарар қисми асосланган ҳолда «Нархни тартибга солиш фонди» ҳисобидан қопланади. Бу фонд якка ҳокимликка қарши кураш ҳисобига ташкил этилган бўлиб, нархни тартибга солиб туришга хизмат қилади.

Белгилаб, тартибга солинган нарх ва устамаларга амал қилинаётганини текшириб турувчи ҳамда якка ҳокимлик чегарасидаги корхоналарни аниқловчи маҳсус нарх назоратчилари фаолият юритиб, давлатнинг бу борадаги сиёсатини амалда қўлланилиши назорат қилиб борилади.

Шунингдек, нархни назорат қилишда кўп миллионли харидорларнинг ҳам роли каттадир.

### **8.3. Чакана савдо корхоналарининг савдо-сотиқ, хизмат кўрсатиш ва бошқа фаолият турларидан келадиган даромадлари**

Чакана савдо корхоналарининг даромадлари турли моллар бўйича турли даражада бўлади. Асосан кўплаб истеъмол молларига савдо корхонаси ўзи эркин равишда савдо устамасини қўяди. Аммо, баъзи истеъмол молларига, айниқса озиқ-овқат маҳсулотларидан гўшт, нон, хўжалик совуни, ўсимлик ёғи каби энг зарурларига савдо устамасининг юқори чегараси ўрнатилган.

Улгуржи савдо устамаси улгуржи савдо корхоналарининг воситачилик фаолияти билан боғлиқ харажатларини қоплашга ва фойда олишга хизмат қилади. Улгуржи савдо устамаси улгуржи, воситачи корхонанинг жами харажатларини эмас, балки ижтимоий зарурий харажатларини қоплашга мўлжалланиши керак. Улгуржи корхоналар фаолияти давомида унумсиз чиқимларга ҳам йўл қўйиши мумкин. Масалан, транспортнинг юк ташиш қувватидан тўлиқ фойдаланмаслик, кун давомида юк ортилмай бекор туриши, мол келтиришга бориб, мол ололмай қайтиши каби ўнлаб, юзлаб мисоллар унумсиз харажатлардан далолат беради. Бундай чиқимлар жамият ҳисобига эмас, балки корхона фойдасининг камайиши ҳисобига қопланиб боради.

Бундан ташқари улгуржи савдо, воситачи корхонаси меъёридан ортиқча устама қўйиш ҳисобига ўзининг унумсиз чиқимларини ҳам қоплашга ёки қўшимча фойда олишга уринса, рақобат шароитида унга нисбатан пастрок устама қўйган мол эгаларидан харид қилиш манфаатлироқ бўлади. Буни эътибордан четда қолдириб бўлмайди.

Демак, улгуржи савдо корхонасининг мол устига қўядиган устамаси рақобатга чидамли, асосланган ҳолда бўлиши керак.

Чакана савдо корхонасининг чакана савдо устамаси ҳам айнан шундай қоидага бўйсунуши керак, яъни устама бозорда рақобатга бардош бера оладиган меъёрда қўйилши керак.

Чакана савдо корхонасининг қўядиган устамаси талаб ва таклиф нисбати асосида ўзгариб турадиган бўлиши керак. Баъзида янги маҳсулот ўзининг мавжуд турларига қараганда устунликка эга бўлиши мумкин. Бу устунлик оз қўшимча харажат ҳисобига эришилган бўлса ҳам, маҳсулот нарҳига ва устамасига катта улуш қўшиши мумкин. Айрим ҳолларда савдога доимий бўладиган молнинг бошқа рақобатчи сотувчиларда вақтинча узилиб қолиши ҳисобига талабдан ортда қолиши кузатилса, савдо устамасининг рағбатлантирувчилик кучи тезда сезилади ва молнинг нарҳи ошади. Бу даврдаги эришилган қўшимча устама кейинроқ мол сотилмай қолганда нарҳни арзонлаштириш, устамани пасайтириш ҳисобига даромаднинг пасайишини ҳимоялаб туради. Шу мақсадда савдо корхоналарида таваккалчилик фондига эга бўлиш мақсадга мувофиқдир.

Чакана савдо корхонаси даромадининг асосий қисмини савдо-сотик фаолиятдан олади. Чакана савдонинг ялпи даромадига шу каби ишлар ва хизматларни бажаришдан келадиган даромад ҳам ўз ҳиссасини қўшади.

Чакана савдо корхонасининг сотишдан ташқари даромадларига қуйидагилар киради:

- узоқ муддатли ва қисқа муддатли капитал қўйилмалардан келадиган даромад;
- иморат, иншоот ва жиҳозларни ижарага беришдан келадиган даромад;
- бошқа корхоналарнинг устав капиталида ҳиссага эга бўлишдан келадиган даромад;
- қимматли қоғозлардан келадиган даромад;
- тўланган ва олинган жарима, пеня ва бошқа иктисодий таъсир воситалари ҳисобига келадиган даромад;
- молларни қўшимча нархлашдан келадиган даромад;
- ўтган йилларда зарарга ёзилиб кетган боқимандани қоплашдан келиб тушган маблағлар;
- валюта ҳисоб рақамидаги чет эл валютаси операцияларида сўмга

нисбатан курснинг ижобий фарқидан келадиган даромад;

- корхона ҳисоб рақамидаги маблағлардан фоиз асосида келадиган даромад.

Бозор иктисодиёти шароитида турли мулк шаклидаги савдо корхоналари асосий савдо-сотик фаолиятдан ва носавдо фаолиятдан тушган фойдани унумли сарфлаб ёки мақсадга мувофиқ ҳолда қарзга маблағ олиб, бошқа истиқболли носавдо фаолияти тармоқларини ҳам ривожлантирмоқдалар. Бу шаҳарда озик-овқат савдо корхоналари қошида ташкил этилаётган нон ва қандолат цехлари, чойхона, ошхона, қаҳвахона, турли ўйин автоматлари хоналари ва бошқалар мисолида яққол кўринади. Ноозик-овқат савдоси корхоналари қошида ҳам овқатланиш жойлари, кийим бичиш-тикиш цехлари, уйда ишловчиларга иш етказиб бериш йўли билан дўконни маҳсулотга бойитиш, дўконда таъмирлаш устахоналарини очиш ва бошқа фаолият турлари яратилмоқда.

Қишлоқ жойларидаги савдо корхоналари таркибида юқорида қайд этилган айрим фаолият турларидан ташқари чорва хўжалиги, сабзавот, мева, сутни қайта ишлаш кичик корхоналари мавжудлиги, тайёрлов фаолияти ва бошқа ишлар ва хизматлар билан бандлиги маълум. Буларнинг бари савдога қўшимча даромад келтирувчи фаолият ҳисобланади. Ишлар, хизматлар турининг кўплиги бозор иктисодиётидаги ривожланган давлатлар фирмалари фаолиятига ҳам хосдир. Бирор соҳа фаолиятида рентабеллик пасайса, тадбиркор маблағни тезда бошқа фойдалироқ соҳага ўтказиб, умумий даромадлиликни сақлаб қолади.

#### **8.4. Умумий овқатланиш корхоналари даромади**

Умумий овқатланиш корхоналари иктисодиётда банд ходимларнинг иш кучини тиклашга, аҳоли эҳтиёжини қондиришга, турмуш даражасини юксалтиришга хизмат қилади.

Умумий овқатланиш аҳолига пулли хизмат кўрсатиш билан бирга маҳсулот тайёрлаб, баъзи муассасалар (болалар боғчаси, қариялар, болалар

уйлари, мактаблар, шифохоналар ва бошқалар) даги кишиларни бепул ёки имтпёзли нарх асосида овқат билан таъминлайди.

Умумий овқатланиш корхоналари тайёр маҳсулотлар, ярим тайёр маҳсулотлар, ошпазлик маҳсулотларини аҳолига сотади ва улар истеъмолини ташкил этади.

Умумий овқатланиш корхоналари ишлаб чиқариш, сотиш ва истеъмолни ташкил этиш вазифаларини бажариш давомида сарф этган харажатларни қоплаш ҳамда фойда олиш мақсадида барча маҳсулотларга устама нарх қўяди. Ҳар бир маҳсулот турининг ҳаракати бошқасидан фарқ қилади. Аввало умумий овқатланиш корхоналарининг жами маҳсулоти ўзи тайёрлайдиган маҳсулотлар (биринчи, иккинчи, учинчи таомлар, ярим тайёр маҳсулотлар, кулинария маҳсулотлари, қандолат маҳсулотлари, яхна таомлар, ичимликлар ва бошқалар) ҳамда тайёр маҳсулотлардан (нон ва нон маҳсулотлари, сут ва сут маҳсулотлари, қандолат маҳсулотлари, тамаки маҳсулотлари, ичимликлар ва бошқалар) иборатлиги шунга мос харажатларни келтириб чиқаради. Бу харажатлар ўзига ҳамоҳанг даромадларни талаб этади.

Ўзи тайёрлайдиган маҳсулотлар таннархи таркибида маҳсулот хом-ашёси, меҳнат, ишлаб чиқариш воситалари харажати жамланиб, унга муомала ва истеъмол харажатлари ҳамда корхона фойдаси қўшилган ҳолда хўрандаларга сотиш нархи шаклланади. Албатта муомала ва истеъмолни ташкил этиш харажатлари ижтимоий зарурий харажатлардан иборат бўлиши керак, чунки жамият айнан шундай харажатни тан олади ва ҳақини тўлаши мумкин. Унинг ижтимоий зарурийлик чегарасини бозорнинг рақобат шароити айниқса аниқроқ белгилайди. Харажатларнинг унумсиз қисми, масалан, овқат пиширилмаётган пайтда, ўчоқнинг, печнинг қизиб туришига сарфлайадиган ёқилғи, энергия, ортиқча иш кучига эга бўлиш ва ходимлар меҳнатининг кам самаралиги, идиш-товокларнинг меъёр даражасидан ортиқча синиши, йўқолиши каби чиқимларни жамият тан олмайди ва улар корхона фойдасини қисқартириш ҳисобига қопланади. Шу каби ортиқча, ўзини оқлай олмайдиган миқдорда хўранда

ўтирадиган жойини ташкил этиб қўйиш ҳам унумсиз харажатлар суммасини оширади.

Демак, иқтисодий асосланган харажатлар ва фойда меъёри умумий овқатланиш корхонасининг ўзи тайёрлаган маҳсулотлари устига қўядиган устамасини белгилашда асос бўлади. Бу устама нарх даражаси тайёр маҳсулотлар устига қўйиладиган устама даражасидан юқорироқдир.

Тайёр маҳсулотлар озиқ-овқат маҳсулотларини ишлаб чиқарадиган комбинатлар, корхоналардан олиниб қўшимча ишлов бермай сотиладиган маҳсулотлардир. Жумладан, конфетлар, шоколадлар, минерал сук, катик, олма, лимон ва бошқалар мисол бўла олади. Дўконлардаги савдодан фарқи шундаки, кўплаб бундай маҳсулотлар, одатда сотилганидан сўнг умумий овқатланиш корхонасида истеъмол қилинади. Шунинг унун умумий овқатланиш корхонаси бу маҳсулотни сотиш билан бирга улар истеъмолини ҳам ташкил этади. Бу эса ўз навбатида озиқ-овқат дўконларидагига қараганда умумий овқатланиш корхоналари устамасининг юқорироқ бўлишини тақозо этади.

Умумий овқатланиш корхоналари маҳсулотлари харажатлари ва фойдалилиги турлича бўлгани учун кам фойдали, фойда келтирмайдиган таомлар, маҳсулотлар турлари борган сари камайиб кетиши табиийдир. Шунинг учун бозор иқтисодиётига ўттишининг бир неча йили давомида умумий овқатланиш корхоналари товар оборот таркибида фойдалилик асосига таянган ўзгаришлар содир бўлмоқда.

Умумий овқатланиш корхонасининг даромади қайси категорияга мансублигига ҳам боғлиқ. Олий, люкс ёки пастроқ категория ресторанлари (категориялар сервис хизмати сифати, маҳсулотлар, таомларнинг фирма харақатеридалигига боғлиқ), ошхоналари ёки бошқа истеъмол жойлари ўзининг шароитига қараб устама нарх қўяди. Категория қанча юқори бўлса, шунча юқорироқ устама нархни хўранда кўтаради, яъни хўранда имкониятига кўра турли категория таомхоналарида истеъмол қилади.



Бозор иқтисодиёти шароитида таом, маҳсулотлар хилларини кўпайтириш, сифатини, тўйимлилигини, қувватни ошириш, таннарҳини пасайтиришга интилиш рақобатчилар ичида мустаҳкам ўринни эгаллашга имкон яратди.

### Мустақил ишлаш учун назорат саволлари

1. Чакана савдо корхонасининг ялпи даромади деганда нимани тушунаси?
2. Чакана савдо корхонасининг ялпи даромади қандай шаклланади?
3. Чакана савдо устамаси нимани англатади?
4. Нарҳ қандай шаклланади?
5. Нарҳнинг қандай турларини биласиз?
6. Чакана савдо корхонасининг сотишдан ташқари даромадларига нималар киради?
7. Умумий овқатланиш корхоналари даромади қандай шаклланади?

## 9-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИДА МЕХНАТНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ВА ХОДИМЛАРГА ИШ ҲАҚИ ТЎЛАШ

### 9.1. Чакана савдо корхоналари фаолиятига кўра ходимлар таркибини шакллантириш

Чакана савдо ижтимоий меҳнат тақсимои натижасида иқтисодиётнинг муҳим ва зарур тармоғи сифатида вужудга келган. Меҳнат маҳсулотларни ишлаб чиқаришгагина эмас, балки муомала жараёнида уларни айирбошлашга ҳам сарф этилади.

Чакана савдо ходимлари молларни мол етказиб берувчилардан истеъмолчиларга етказиш жараёнида иштирок этиб, турли-туман юмушни бажарадилар. Булар молларни ортиш, тушириш, ташиш, саклаш, қўшимча ишлов бериш, ўраш, қадоклаш, сифатини текшириш, харидорга намойиш этиш, сотиш ва ҳоказо иш турларидир.

Чакана савдо, хизмат соҳаси ходимларини ғоявий, меҳнатсеварлик ва ахлоқий пок руҳда тарбиялаш, уларнинг маданиятини, маълумотини ва касб маҳоратини ошириш жуда муҳимдир, Айниқса раҳбар ходимлари янгиликни тезда сеза билиши, истиқболни кўра билиши ва тўғри самарали ривожланиш йўлини танлай олиши керак.

Чакана савдо, чакана савдо фаолияти билан банд ходимлар сони йилдан йилга ўсиб бормоқда. Шу билан бирга улар таркибида катта ўзгаришлар кузатилмоқда. Жумладан, бозор муносабатларига ўтиш шароитида тежамкорлик ўз таъсирини ўтказиб, раҳбар ходимлар салмоғи пасайиб, беихтиёр савдо-сотик, мол етказиб келиш билан боғлиқ ходимлар ҳиссаси ошмоқда.

Асосий ишни бажарувчи ходимларга савдо ва умумий овқатланишда сотувчи, ошпаз каби касб эгалари киради.

Чакана савдо олдидаги вазифаларни бажариш савдо ходимларининг малакаси ва билим даражасига боғлиқ. Аҳоли турмуш даражасининг ўзгариши савдо хизматинингсифатига, малакали ходимларга бўлган талабни оширади.

Харидорга хизмат қилиш билан боғлиқ ходимлар фақатгина савдони ташкил этиш, товаршунослик масалаларини билибгина қолмай, балки савдо жараёнидаги рухий ҳолатни, харидор билан муомала қилишни билиши, юқори даражали умумий ва махсус таълимга эга бўлиши керак. Юқори даражали умумий ва махсус таълимга эга ходимлар ҳиссаси йил сайин ошиб бормоқда, аммо ҳамон давр талабидан маълум даражада орқада қолмоқда.

Жами ходимлар ичида ёшларнинг ўрни алоҳида. Ёшлиқ ғайрати меҳнат ютуқларини таъминловчи муҳим омилдир. Шунинг учун ёшларни савдога кўпроқ жалб этиш, уларнинг малакасини ошириш ижобий натижа бериши шубҳасиз. Кадрларни танлаш, тарбиялаш, жой-жойига қўйиш ва малакасини ошириш ҳозирги даврда катта аҳамиятга эга. Кадрларни тарбиялаш зарурати яна шундан иборатки, савдода моддий бойликларнинг катта қисми тўпланган бўлиб, бу мулкни сақлаш, унга яхши муносабатда бўлиш муҳимдир.

Корхонанинг фаолият хусусиятига, қувватига ва ихтисослашувига қараб кадрлар ишга олинади. Шунга мос ҳолда кадрлар малакаси, маълумоти ва тажрибаси ҳисобга олинади.

Корхонанинг товар айланмаси, ишлари, хизмати кўпайгани сари, техник қайта қуролланишнинг мунтазам бориши билан ходимлар сони ва таркибига эҳтиёж ўзгариб боради. Янги қабул қилинаётган кадрларни контракт асосида расмийлаштириб, унда мажбуриятлари, меҳнат шароитлари ва ҳақ тўлаш шартлари ифодаланади.

Айрим ходимларни корхона ўзи тарбиялаб олади, жумладан устозлик асосида ёки махсус курслар очиб, ўқитиб малака бериб ёки уни ошириб олади. Баъзан малакали мутахассисларни тайёрлаш масканлари олий ва ўрта махсус ўқув юртлирига ўқишга юборади. Корхоналарда ташкил этиладиган кенгашлар, устозлик йўналишлари, анъаналари таъсири ходимлар тарбияси, корхонаси ютуқлари учун жонбозлик кўрсатишга олиб келади.

Корхонада ташкил этилган яхши муҳит, меҳнат ва ҳаёт шароитлари ходимлар кўнимсизлигини пасайтиради, ўз корхонасида қобилиятини тўлиқ намоён этиб, ташаббускорлик асосида меҳнат натижаларини кўрсатади.

## 9.2. Чакана савдо корхоналарининг меҳнат унумдорлиги ва самарадорлиги, уларни ошириш имкониятлари

Мамлакатимиз олдида турган ижтимоий ва иқтисодий вазифаларни бажаришда меҳнат унумдорлигини ошириш жуда муҳимдир. Меҳнат ресурсларидан унумли фойдаланиш алоҳида аҳамият касб этади. Бу иқтисодий, техникавий, ижтимоий ва тарбиявий тусдаги кўпгина вазифалар ҳал этилишини талаб қилувчи мураккаб ишдир.

Чакана савдода ижтимоий меҳнат унумдорлигининг тўхтовсиз ошиб боришига эришиш лозим. Бунинг учун аҳоли талабини оз меҳнат харажатлари билан тўлароқ қондириш савдо тармоқлари учун ҳам, ялпи иқтисодиётимиз учун ҳам катта аҳамиятга эга.

Чакана савдо ходимлари меҳнати унумдорлигини ошириш масаласи бу тармоқнинг аҳолига хизмат қилиш каби хусусиятини зътиборга олиб ҳал қилиниши лозим, яъни бу ўсиш ижтимоий меҳнат унумдорлигининг ўсишини таъминлаши керак. Агар савдода меҳнат унумдорлигининг ошиши аҳоли вақтини кўпроқ сарфлаши, хизмат сифатининг пасайишига сабаб бўлса, ижтимоий меҳнат унумдорлиги пасаяди; тармоқ ходимлари меҳнат унумдорлигининг бундай тарзда ўсиши жамият талабига зиддир.

Ҳозирги даврда савдо ходимларининг меҳнат унумдорлигини аниқлашда маълум давр давомида ҳар бир ходимга тўғри келадиган товар айланмаси суммаси асосий кўрсаткич бўлиб ҳисобланади. Бу нисбий кўрсаткични қуйидаги формула ёрдамида аниқлаш мумкин:

$$My = T / X$$

Бу ерда, T – давр товар айланмаси суммаси;

X – давр мобайнида ходимларнинг рўйхат бўйича ўртача сони.

Меҳнат унумдорлигининг қиймат бирлигида ифодаланиши зарурати савдода мол турларининг мураккаблиги ва кўп ҳолларда сотилган моллар сони ҳисобга олинмаслигидан келиб чиқади.

Ҳар бир ходимга тўғри келадиган товар айланмаси суммасининг моллар нарҳини, товар оборот таркиби ўзгаришини, аҳолига савдо хизматини

яхшилашни эътиборга олмай ҳисобланиши турли савдо фирмалари ходимларининг меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларини бир-бирига таққослаганда чуқур хулоса чиқаришга имкон беравермайди. Савдо фирмаси сотаётган моллар қанчалик юқори нархли бўлса, кам меҳнат сарф этиб, кўпроқ товар айланмаси суммасига эришади ва аксинча. Чакана нархнинг ўзгариши товар айланмаси ва пул миқдорлари ўртасидаги нисбатнинг ўзгаришига олиб келади. Бундай ҳолатда ҳар бир савдо ходимига тўғри келадиган қиймат шаклидаги ўртача оборотнинг ўзгариши меҳнат унумдорлиги ривожланишида ноаниқликни вужудга келтиради. Баъзида бирор савдо корхонаси ходимларининг ҳатто икки йиллик меҳнат унумдорлиги кўрсаткичларини бир-бирига таққослаб бўлмайди. Чунки товар айланмаси таркибида сезиларли ўзгаришлар кузатилиши мумкин. Турли молларни сотишга турли миқдорда меҳнат сарф этилади. Шунинг учун моллар турларининг ўзгариши ҳисобига камроқ меҳнат сарфлаб, кўпроқ товар айланмаси суммасига эришиш мумкин. Айниқса қимматбаҳо молларнинг кўпроқ сотилиши меҳнат унумдорлиги кўрсаткичини кескин ошириши мумкин, аммо у ҳақиқий унумдорликни ифодамайди. Демак, бу кўрсаткичнинг аниқ ўсишини ҳисоблашда молларнинг турлари ва нархларига эътибор бериши керак.

Меҳнат унумдорлигидаги ўзгаришни аниқлашда маълум даврда ҳар бир савдо ходимига тўғри келадиган товар айланмасини унинг таркибидаги ўзгаришларни назарда тутган ҳолда солиштирма нархларда ҳисоблаш лозим.

Чакана савдода меҳнат унумдорлигини қиймат кўрсаткичидан ташқари айрим моллар бўйича миқдор ўлчовида ҳисоблаш мақсадга мувофиқ бўлади. Табиий ўлчов бирликлари (кг, м., л, дона, жуфт ва бошқалар) да ҳисоблаш кўпроқ мева, сабзавот, мой ва шунга ўхшаш оддий турдаги моллар бўйича юритилиши мумкин.

Чакана савдода меҳнат унумдорлиги кўрсаткичи агар солиштириш мумкин бўлган кўрсаткичларга келтирилса ҳам, баъзида жонли меҳнат самарадорлигини етарли ифода этолмайди. Масалан, дўконда ходимлар штати

тўлиқ бўлмаса, меҳнат унумдорлиги ошиши мумкин, аммо харидорларнинг истеъмол харажатлари (мол харид қилишга кетадиган вақти) кўп сарфланади.

Ҳар бир ходимга тўғри келадиган товар айланмаси кўрсаткичининг ўсиши ва вақтидан мақсадга мувофиқ фойдаланиш, ўз-ўзига хизмат қилиш усулининг такомиллаштирилиши, меҳнатни илмий ташкил этилиши ҳисобига бўлса, унда меҳнат унумдорлигининг ўсиш кўрсаткичи ўринли бўлади.

Чакана савдо меҳнат унумдорлиги муҳим кўрсаткич ҳисоблансада, уни аниқлашда савдо хизмати сифати етарли инобатга олинмайди. Ҳар бир ходимга тўғри келадиган товар айланмаси кўрсаткичи товар айланмаси таркибидан ташқари дўконнинг жойлашган ўрни, молнинг қадоқланганлиги, харидорга тушунтиришга кетадиган вақтнинг ҳар хиллиги ва бошқа омилларга қараб ҳам юқори ёки паст бўлиши мумкин. Шунинг учун чакана савдо ва умумий овқатланиш ходимлари меҳнатининг сифатини ҳар тарафлама аниқлашда меҳнат самардорлиги кўрсаткичидан фойдаланилади.

Чакана савдода меҳнат самардорлиги кўрсаткичи кенг маънони англатиб, меҳнат унумдорлигидан ташқари савдонини намунали ташкил этиш, юқори савдо маданиятига эга бўлиш, истеъмол харажатларини тежаш, камроқ меҳнат сарфи билан кўпроқ дарамодга эришиш каби кўрсаткичларни ўз ичига олади. Жонли меҳнат харажатлари самарадорлигини маълум давр давомида ҳар бир ходимга ўртача тўғри келадиган юқори сифатли хизмат миқдори белгилайди. Бу кўрсаткичдан фойдаланилганда товар айланмаси таркибининг ва бирор молни сотишга кетадиган меҳнат харажатларининг ўзгаришини ҳисобга олиш лозим.

Меҳнат самарадорлиги кўрсаткичи мазмунини ўрганишдан шундай хулоса чиқадики, савдода бу кўрсаткич тармоқ ходимларининг ташаббуси, қобиляти ва ишлатилишига боғлиқ.

Чакана савдода меҳнат самарадорлигини ошириш меҳнат жараёнларини доимий равишда такомиллаштиришга қаратилган узлуксиз ишдир.

Чакана савдода меҳнат унумдорлиги ва самарадорлиги кўрсаткичларига таъсир этувчи омилларни шартли равишда 4 гуруҳга бўлиш мумкин:

- товар айланмасининг ошиши, таркибининг ўзгариши, моллар турининг кенгайиши ва сифатининг аҳоли талабига мос ҳолдаги яхшиланиши;

- чакана савдо моддий-техника базасининг такомиллашуви, илғор сотиш усулларини кенг қўллаш, замонавий техникадан фойдаланиш, меҳнат ва бошқаришни илмий асосда ташкил этиш;

- ходимларнинг малакаси, ғоявий-сиёсий даражаси, меҳнат фаоллигини ошириш, уларнинг иш жойларини ўзгартириш (қўнимсизлик) ҳолларини қисқартириш ва доимий ишлашни таъминлаш;

- меҳнатга қараб ҳақ тўлашнинг шакл ва тизимларини такомиллаштириш.

Ходимлар меҳнати самарадорлиги ва аҳолига хизмат қилиш маданиятини оширишнинг муҳим йўлларида бири савдо тармоғини йириклаштиришдир. Йирик савдо тармоғига меҳнат харажатлари, яъни харидорларнинг мол сотиб олишга кетадиган вақти нисбатан кам ва уларнинг дўконга жалб этилиши ҳамда меҳнат тақсимоти нисбатан юқорироқ даражададир. Булар савдо ходимларининг иш вақтидан унумли фойдаланишига имкон яратади.

Чакана савдо ходимлари меҳнатнинг унумдорлиги ва самарадорлигини оширишда молларнинг қадокланганлиги муҳим аҳамиятга эга. Қадокланган тайёр молларни сотишда сотувчи тарозида тортиб, ўраб бериб сотгандагига қараганда уч марта камроқ вақт сарф этади. Қадокланган моллар ҳиссасининг 10 фоизга ошиши савдода меҳнат унумдорлигини 20-25 фоизга ўстиради. Молларни қадоклашнинг энг арзон ва қулай йўли саноат корхоналарида қадоклашдир. Қадокланган моллар ҳиссасининг ошиши савдодаги меҳнатнинг тубдан ўзгаришига олиб келадиган ўзига ўзи хизмат қилишга мўлжалланган сотишнинг илғор усули кенг ривожига имкон яратади.

Чакана савдода меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини ошириш йўлларида бири фан-техника тараққиёти ютуқларидан кенг фойдаланиб, меҳнатни механизациялаш ва автоматлаштириш, турли ассортиментдаги молларни йирик дўконларда тўплаш, савдо-тенологик жараёнларини

такомиллаштиришдан иборат. Буларнинг натижасида меҳнат шароити энгиллашади, аҳолига савдо хизматини кўрсатиш маданияти ошади, харидорларнинг вақти тежалади.

Меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини оширувчи омиллардан бири меҳнатни илмий асосда ташкил этишдир. Меҳнатни илмий асосда ташкил этиш йўналишларидан бири эса чакана савдо корхонасидаги меҳнат тақсимоти ва кооперацияси ҳисобланади. Меҳнат тақсимоти ва кооперацияси савдони ташкил этишнинг замонавий талабларига жавоб берадиган, ходимларнинг юқори малакасига мос келадиган ва меҳнат самарадорлигини тўхтовсиз ошиб бориши учун шароит яратадиган бўлиши лозим.

Меҳнатни нормаллаштириш ва ташкил этишни такомиллаштириш меҳнат ресурсларидан мақсадга мувофиқ фойдаланишни кучайтиради. Келгусида меҳнатни нормаллаштириш даражаси янада кенгайтирилади. Меҳнатни нормаллаштиришга тўсқинлик қилувчи омил баъзи молларнинг етишмаслиги ва тақчиллигидир.

Шунингдек, меҳнатни тежаш ва унумини оширишда бошқа ишларни ҳам биргаликда олиб бориш имкониятларидан кенг фойдаланиш керак. Масалан, ҳайдовчи экспедиторлик касбини, сотувчи кассирликни ўрганиб, икки ишни биргаликда олиб бориши савдо фирмаси учун катта тежамдир. Аммо бу тежам ҳам истеъмол харажатларига акс таъсир этмаслиги керак. Ҳар бир савдо шахобчаси раҳбарлик томонидан тасдиқланган ва бажарувчилар диққатига тавсия этилган бошқа касбни ҳам бирга олиб бориш режаларига эга бўлиши керак.

Меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини оширишда таъсири катта бўлган омиллардан яна бири меҳнат натижаларини рағбатлантиришдир.

### **9.3. Чакана савдо корхоналарида меҳнатни рағбатлантириш ва унинг аҳамияти**

Меҳнатни рағбатлантириш ходимни меҳнатидан манфаатдор бўлиш ҳуқуқини таъминлайди. Меҳнатга ҳақ тўлаш – бу меҳнат ресурсининг баҳоси

бўлиб, асосан ходимнинг ишлаб чиқаришга қўшган меҳнатининг миқдори ва сифатига қараб баҳоланади. Ходим манфаатдорлиги унинг иш ҳақи олиши, фойдага шериклиги, дивидендга эга бўлиши ва бошқаларда ифодланади. Ўз навбатида бу омиллар ходимларни юқори унумли меҳнатга чорловчи восита ролини бажаради.

Меҳнатдан манфаатдорлик самарадорлиги бир қанча шароитларга боғлиқ. Жумладан, бериладиган маош ёки бошқа моддий манфаат ходимнинг ҳаёти учун энг зарур неъматларни харид қилишга етарли бўлиш билан бирга иш кучини кенгайтирилган ҳолда қайта тиклашга ҳам етиши керак. Бундан ташқари миллий валютанинг харид қобилиятига ҳам боғлиқдир. Чунки маошнинг инфляция таъсирида харид қобилияти пасайиб борса, юқори унумли меҳнатга қизиқиш йўқолади.

Меҳнатдан манфаатдорликни таъминлашда ҳақ тўлашнинг меҳнат миқдори ва сифатига қаралиши ниҳоятда муҳимдир. Меҳнатнинг миқдори маълум ишни бажариш учун сарфланадиган вақт, жисмоний куч сарфлаш билан белгиланади. Албатта бунда корхона техник воситаларининг, меҳнат қуролларининг даражаси, ишни ташкил этиш ҳолати, ишлаб чиқариш ёки хизмат қилиш қуввати, имкониятлари инобатга олинади.

Меҳнатга тўланадиган ҳақ ходимларни моддий рағбатлантирувчи ва ҳаёт даражасини юксалтирувчи восита ҳисобланади. Меҳнатга ҳақ тўлаш тартиби ёрдамида меҳнат миқдори ва унга тўланадиган ҳақ ўртасидаги боғланиш ўрнатилади. Бажарилган иш билан унга тўланадиган ҳақ ўртасидаги боғланиш қанчалик мустаҳкам бўлса, ҳақ тўлаш тартибининг рағбатлантирувчилик роли шунча юқори бўлади.

Мамлакатимиз тарққиётининг маълум босқичида ҳар бир ходимнинг қўшган меҳнат ҳиссасини инобатга олмай тенг ҳақ тўлаш натижасида рағбатлантиришнинг роли пасайиб кетади. Меҳнатга ҳақ тўлаш иш натижаларига бевосита боғлиқ бўлмаса, ишни унумли, самарали бўлишидан ва жадаллаштиришдан манфаатдорлик бўлмайди. Яхши ишлаган ҳам, суёт муносабатдаги ходим ҳам бир хил маош олса, ўз устида ишлаш, малакасини

ошириш ва янгиликка интилишга эҳтиёж туғилмайди. Бундан ташқари меҳнатга тўланадиган ҳақнинг ошиши меҳнат унумдорлиги билан узвий боғлиқ бўлиши керак. Яъни меҳнат унумдорлигининг ўсиши иш ҳақи ошишидан устун бўлса, жамиятда товар ва моддий бойликлар билан таъминланмаган пул пайдо бўлмайди, яъни пулнинг кадрсизланиши пасаяди.

Корхонадаги турли касб-хунар турлича жисмоний ҳамда ақлий меҳнатни талаб этади. Иш шароитининг, характерининг ўзгариши албатта меҳнатнинг оғирлашиши ёки енгиллашишига, ақлий меҳнатга талабнинг ўзгаришига сабаб бўлади.

Ходимнинг меҳнат нормаси ҳар бир ходимнинг иш қобилиятига қараб эмас, балки тармоқнинг ўртача ижтимоий зарурий меҳнат ҳаракатларига қараб белгиланади. Ўртача ижтимоий зарурий меҳнат бу шундай жадалликдаги меҳнатки, у маълум даражада иш унумдорлигини таъминлаши, ходимнинг ақлий ва жисмоний қобилиятидан оқилона фойдаланиши, уларни ўстириш керак. Меҳнат нормаси қанчалик техник-иқтисодий асосланган бўлса, шунчалик ходимларнинг ҳам, корхонанинг ҳам манфаатлари бир-бирига мос келади ва мунтазам ривожланиш таъминланади.

Меҳнатдан манфаатдорликни таъминлашда иш кучи бозори – иш кучига бўлган талаб ва унинг таклифи ўзига хос аҳамиятга эга. Меҳнат бозорининг мавжудлиги меҳнат ресурси билан таъминлаш масаласини осонлаштириб туради. Иш кучи таклифи, айниқса унинг талабдан ортиқчалиги иш жойига бўлган муносабатни яхшилайти, ходимлар қўнимсизлигини камайтиради. Шу билан биргаликда меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини юксалтиришдан манфаатдор бўлади, оладиган маошидан қониқиш ҳосил қилади.

Марказлашган маъмурий бошқарув тизимида давлат ҳар бир фуқаронинг меҳнатини ва дам олишини кафолатлаб қўяр эди. Бунда меҳнат маҳсулини бозорда харидорнинг талабига мос келиши, ижтимоий тан олиниши ва сотилиши иккинчи даражадаги масала ҳисобланади. Бозор иқтисодиёти шаротида ходим манфаатдорлигининг таркибий қисмига ишлаб чиқарилган маҳсулотининг бозорда сотилиши, харидорга маъқул бўлиши ҳам киради,

чунки мол сотилмаса, унинг қиймати тикланмаса, унинг маблағи шаклланмайди, ишлаб чиқариш ёки воситачилик, хизмат фаолияти ҳам маблағсиз давом эта олмайди. Демак, ушбу фаолият ходимларининг кенг халқ оммаси, истеъмолчилар олдидаги маъсулиятини кучайтиради ва уларга боғлиқлигини яққол ифодалайди.

Меҳнатни рағбатлантиришда давлат сиёсати, конунлари ҳам маълум ўрин эгаллайди. Бошқа давлатлар тажрибасидаги каби Ўзбекистон Республикасида ҳам энг оз иш ҳақини тўлаш меъёри белгилаб қўйилган. Шу каби ҳақ тўлашда разрядларга биноан иш юритиш лозим.

Бозор иқтисодиёти шаротида ходимларни моддий рағбатлантириш ва ҳақ тўлашда қуйидагиларни инобатга олиш лозим:

- ҳақ тўлаш шакллари ва меъёрини белгилашда корхонанинг тўлиқ мустақиллиги;
- энг оз иш ҳақининг давлат томонидан чегараланиши;
- ходимларнинг меҳнатнинг юқори натижаларидан моддий манфаатдорлиги.

Ўзбекистон Республикасининг «Корхоналар тўғрисида»ги Конунининг 19-моддасига биноан, корхона туридан қатъий назар, ҳар бир ходимнинг меҳнат даромадлари корхона ишининг пировард натижалари ҳисобга олиниб, ходимнинг меҳнатга қўшган шахсий улуши билан белгиланади, солиқлар билан тартибга солинади ва энг кўп миқдори чеклаб қўйилмайди. Бундан ташқари, меҳнатга ҳақ тўлашнинг шакллари, системалари ва миқдорини, шунингдек, ходимлар даромадларининг бошқа турларини корхона мустақил белгилайди.

Корхонада ходимларни ишга меҳнат шартномалари (контрактлари) асосида қабул қилинади, контрактларда барча шарт-шароитлар акс эттирилади. Контрактлар яқка тартибда ёки жамоа (коллектив) шаклларида тузилиши мумкин. Контрактларда ҳақ тўлаш шакллари, системалари, усуллари, мукофотлаш, нафақа тўлаш, устама ҳақ тўлаш (нокулай иш шароитлари, юқори жадаллик учун, бошқа касб ва хунарларни ҳам биргаликда олиб боргани,

фаолият доирасини кенгайтиргани, кечки вақтда ва кечаси ишлагани, бўлимга бошчилик қилгани учун ва бошқалар) ифодаланади. Бу каби контрактларда нарх ошганида, инфляция шаротида ҳақ тўлашни тартибга солиш, ходимларни ўқитиш ва қайта ўқитиш, иш вақти, дам олиш вақти, таътил вақти, ходимлар меҳнати шаротини, ҳимоясини таъминлаш, тиббий ва ижтимоий суғурта қилишни, ходимлар саломатлигини муҳофаза қилишни, имтиёзлар берилишини келишиб олинади.

Бозор иқтисодиёти шароити ходимларнинг билими, шароитига тез мослашувчанлиги, янгиликка интилувчанлиги хусусиятларига алоҳида аҳамият беради. Рақобат шароитида аввалги даврлардаги каби ўзгармас мол ассортимент билан чекланиш ҳоллари деярли йўқ. Озиқ-овқат дўконлари моллари таркибида ноозик-овқат моллари, шу жумладан маданий маиший моллар кўпаймоқда ва аксинча. Шунинг учун ходим шароитини ўз вақтида баҳолай олиши ва шунга мос фаолиятни бажара олиши лозим.

Меҳнатни рағбатлантиришда моддий воситалар билан биргаликда маънавий рағбатлантириш усуллари билан фойдаланиш ҳам Ўзбекистонда бозор иқтисодиёти шароитида муҳим ўрин эгалламоқда. Бунга корхоналарда хурмат тахтаси, меҳнат илғорлари тахтасидан фойдаланиш, ташаккур билдириш кабилар мисол бўла олади. Баъзида моддий ва маънавий рағбатлантириш қўшиб олиб борилади.

#### **9.4. Чакана савдо корхоналари ходимларига ҳақ тўлаш тизими**

Чакана савдо корхонаси ходимларга ҳақ тўлашнинг қандай тизимидан фойдаланишни ўзи ҳал этади. Бунда қайси иш фаолиятида ҳақ тўлашнинг қайси тизими кўпроқ самара беришини, тежамкорликни таъминлашини ҳисобга олиш керак.

Тариф коэффицентлари ва мансаб маошлари, малака маълумотномаси тариф тузилмасининг таркибий белгиси ҳисобланади. Тариф ва мансаб маошларига қараб ходимларнинг турли гуруҳи ва тоифалари меҳнатига ҳақ



белгиланганда тармоқ аҳамиятига, ходимнинг малакасига ва меҳнат шароитига эътибор берилади.

Меҳнатга ҳақ тўлашда ходимни бирор гуруҳга мансублигини аниқлашда тариф-малака маълумотномасидан фойдаланилади. Унда бирор малаканинг барча характеристикаси, шу жумладан ишнинг характеристикаси, ишни бажариш учун зарур малака даражаси ифода этилган. Оддий иш билан банд бўлган ходим паст разряд билан, энг юқори малака талаб қиладиган мураккаб иш эса юқори разряд билан тарифланади. Ҳар бир разряд маълум миқдор ва даражада махсус назарий билим ҳамда тажрибани талаб этади.

Корхона қайси ходимларни иш, меҳнат оғирлиги ва соатбай тариф ставкасига биноан иш ҳақи разрядига мос келишини ўз буйруғида акс эттиради.

Ҳақ тўлашнинг икки шакли мавжуд бўлиб, улар ишбай ва вақтбай ҳақ тўлаш турларидан иборатдир.

Вақтбай ҳақ тўлаш шаклидан иш натижаси ходимга ҳам боғлиқ бўлган, савдо-технологик жараёнларнинг характеридан, иш шаротидан келиб чиқадигани ва ишни нормаллаштириш кам самара берадиган ходимларнинг меҳнатини рағбатлантиришда фойдаланилади. Меҳнатга вақтбай ҳақ тўлаш дегани ходимнинг ҳақиқий ишлаган вақтига қараб, ойлик маоши бериш демакдир. Бунда ходимнинг фақат дўконда бўлган вақтига эмас, балки малакасига қараб ҳақ тўланади. Меҳнатга ҳақ тўлаш фондидан ишга вақтбай ҳақ тўлашда яқка тартибдаги меҳнат натижалари корxonанинг хўжалик фаолияти натижаларидан қатъий назар рағбатлантирилади.

Азалдан ҳақ тўлашнинг асосий шакли бўлиб келган мукофотли-вақтбай ҳақ тўлашнинг ҳиссаси кейинги йилларда маълум ҳолатда пасайиб бормоқда. Мукофотли-вақтбай ҳақнинг асосий (доимий) бўлаги ходим малакасига, ишнинг мураккаблигига, шаротига, жавобгарлигига, иш вақти миқдорига қараб тўланади. Қўшимча (ўзгарувчан) ҳақ эса меҳнат натижаларига боғлиқ бўлиб, асосан мукофот тарикасида берилади.

Бошқарув аппаратининг баъзи мутахассислари (муҳандис, иқтисодчи, товаршунос, технолог ва бошқалар) савдо корxonасининг турли гуруҳларида

турлича маош олади, айримларининг маоши корxonанинг гуруҳига боғлиқ эмас. Буларда маош фақат малака даражасига қараб бир-биридан фарқ қилади.

Ходимларнинг меҳнат унумдорлигини ўстиришга, мол сотишнинг илғор усулларидан фойдаланишга, хизмат маданиятини юксалтиришга ва ўз малакасини оширишга рағбатлантириш мақсадида корхона раҳбарларига касаба уюшмаси билан келишилган ҳолда меҳнатга ҳақ тўлаш фонди ҳисобидан турли қўшимчалар белгилаш ҳуқуқи берилган. Бундан ташқари асосий ишдан озод бўлмаган ва бўлимга бошчилик қиладиган ишчиларга бўлимдаги ходимлар сонига қараб, ойлик маошига 40 фоизгача, звено бошлиқларига эса бўлим бошлиғига бериладиган қўшимчанинг 50 фоизгача миқдорда қўшимча қилиниши мумкин. Бунда бўлим ёки звено белгиланган топшириқларни бажариши керак.

Шунингдек, ишбай ҳақ олувчиларга ҳақ тўлаш расценкасини меҳнатга ҳақ тўлаш фондидан тежаш ҳисобига 20 фоизгача кўтариш мумкин. Ташкилий бўлимлар раҳбарлари, мутахассислар ва хизматчилар юқори меҳнат ютуқларига эришгани ва аҳолига хизмат кўрсатиш маданияти учун ёки жуда муҳим ишларни бажаргани эвазига уларнинг ойлик маошларига 50 фоизгача қўшимча қилиш кўзда тутилган. Секция мудирлари ва уларнинг ўринбосарларига ҳамда ўз иши билан бирга вақтинча ишга қолмаган бошқа ходимнинг вазифасини ҳам бажарган хизматчиларга маошининг 50 фоизгача миқдорда қўшимча қилиш мумкин.

Ходим чет тилини билгани ва ундан иш жараёнида фойдалангани учун ҳам унинг ойлик иш ҳақига қўшимча тўланади. Чет тиллардан бирини билгани ходимга иш ҳақининг 10 фоизи, икки ва ундан ортиқ тилни билгани учун эса 15 фоиз миқдорда қўшимча белгиланади.

Вақтбай иш ҳақи олувчи ходимга иш вақти ўтганидан сўнг ишлаган дастлабки икки соати учун 1,5 баравар, кейинги соатларни учун эса икки баравар ҳақ тўланади. Байрам кунлари учун ҳам икки баравар ҳақ тўланади.

Мамлакатимизнинг турли ҳудудларида турлича бўлган иш шароити учун тенг манфаатдорликни таъминлаш мақсадида ҳақ тўлаш табақалаштирилган.

Жуда иссиқ ва сувсиз жойларда, баланд тоғли ҳудудларда меҳнат қилувчи савдо ходимларининг иш ҳақи турли коэффицентлар, шу жумладан туман, маҳсус коэффицентлар ёрдамида аниқланади. Масалан, шаҳарда нормал иш шартотига эга бўлган сотувчи 100 минг сўм маош олса, сувсиз, иссиқ жойларда айнан шу ишни бажарувчи ходимга 1,2 коэффицентига асосида 120 минг сўм ( $100 * 1,2$ ) маош тўланади.

Савдода ҳақ тўлашнинг иккинчи шакли ишбай ҳақ тўлаш бўлиб, ҳақ тўлаш тузилмасида унинг салмоғи ортиб бормоқда. Бу шакл мукофотлаш усуллари билан тўлдириб борилади ҳамда асосий (доимий) бўлаги ҳам, қўшимча (ўзгарувчан) бўлаги ҳам меҳнат натижаларига боғлиқ бўлади.

Мукофотли-ишбай ҳақ тўлаш иқтисодий самарадорликни оширишда катта имкониятлар яратади. Унинг тўғри ташкил этилганлиги товар айланмасини оширишда, фойданинг кўпайганлигида ўз ифодасини топади. Бундан корхона ҳам ходим ҳам манфаатдор бўлади.

Ҳақ тўлашнинг мукофотли-вақтбай шаклида якка тартибда ва жамоа ҳолда бажарилган ишга ўзига хос баҳолар ёрдамида ҳақ тўланади.

Чакана савдо корхоналарида фаолият хусусиятларига биноан асосий иш билан банд ходимлар мукофотли-вақтбай ҳақ тўлашнинг қуйдаги турларидан фойдаланиши мумкин:

- бўлимга 100 млн. сум ҳақиқий товар айланмасига эришгани учун белгиланган баҳо асосида ҳақ тўлаш;
- якка тартибда 100 млн. сўм ҳақиқий товар айланмасига эришгани учун белгиланган баҳо асосида ишбай ҳақ тўлаш;
- 100 млн. сўмлик ҳақиқий сотилган айрим моллар учун белгиланган баҳо асосида ҳақ тўлаш ва бошқалар.

Ходимларни ишбай ҳақ тўлашга ўтказиш савдо корхоналари ихтиёрига берилгандир. Шунга эътибор бериш керакки, ишбай мукофотли ҳақ тўлаш тартибига биноан рағбатлантириладиган ходимларнинг ойлик маоши ой давомида тўлиқ ишлаган ҳолда кафолат берилган энг кам миқдордан паст

бўлмаслиги лозим. Жамоа ёки якка тартибда нормани бажармаслик ходимларга боғлиқ бўлмаган омиллар эвазига (товар айланмаси таркибининг ўзгариши, мол келтиришдаги узилишлар ва ҳоказо) содир бўлса, корхона ходимларга кафолат берилган энг кам миқдорда ҳақ тўлаши лозим.

Мукофотлаш кўрсаткичлари ва шартлари савдо корхонасининг барча ходимларига шу корхонанинг ўзида белгиланади. Мукофот миқдори бирор бир чегарага эга эмас.

Йил мобайнида меҳнат натижаларига қараб мукофотлашдан ташқари йиллик якунга кўра жамоалар ва уларнинг аъзоларига турли кўрик, мусобақа ғолиби бўлгани учун мукофот берилади. Шунингдек, корхонанинг йиллик иш натижаларига ва ходимларнинг иш стажига кўра 13-иш ҳақи берилади. Кўпгина корхоналарнинг 13-иш ҳақи билан мукофотлаш шартида бир йилгача иш муддатига эга бўлган ходимларга мукофот берилмаслиги, ўн йил ва ундан ортиқ иш стажига эга бўлган ходимларга эса 100 фоиз ва ундан юқори даражада мукофот бериш белгиланган.

#### **Мустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Чакана савдо корхоналарида меҳнат унумдорлиги ва самарадорлигини оширишга қандай омиллар таъсир этади?
2. Иш ҳақининг иқтисодий моҳиятини тушунтириб беринг.
3. Чакана савдода иш ҳақини ташкил этишнинг асосий тамойиллари қайсилар?
4. Чакана савдода меҳнатга ҳақ тўлаш тимизини очиб беринг.
5. Чакана савдода ходимларни моддий рағбатлантириш тимизини қандай?

## 10-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ ХАРАЖАТЛАРИ, ФОЙДАСИ ВА РЕНТАБЕЛЛИГИ

### 10.1. Харажатларнинг моҳияти ва туркумлари

Ишлаб чиқарилган истеъмол молларини харидорга етказиш маълум миқдорда моддий, меҳнат ва пул ресурсларини сарф этилишини талаб қилади. Булар молларни бир жойдан иккинчи жойга етказиш, сақлаш, қўшимча ишлов бериш, навларга ажратиш, ўраш, сотиш ва бошқа чиқимлардан иборат. Жами жонли ва буюмлашган меҳнат харажатларининг пулдаги ифодаси муомала харажатларини ташкил этади.

Муомала харажатлари асосан муомала, мол айирбошлаш доирасига хос бўлиб, савдо соҳаси корхоналарининг ўзига хос «махсулоти» таннарҳини ташкил этади. Таннарх одатда ишлаб чиқарувчи фирма, корхоналарнинг асосий иқтисодий кўрсаткичи бўлиб, махсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш харажатларини мужассамлаштиради. Савдо, хизмат соҳаларида муомала доирасидаги харажатлар муомала харажатлари сифатида таърифланиб келинган. Аммо моҳият-мазмун жихатидан бу харажатлар ҳам таннарҳни ифодалайди, яъни молларнинг ҳаракати ва истеъмолчигача бўлган чиқимларини тўплайди. Савдо соҳасининг умумий овқатланиш йўналишида янги истеъмол қийматига эга бўлган махсулот яратилгани учун таннарх кўрсаткичи беихтиёр ўрин эгаллайди.

Муомала доирасидаги харажатларни шартли равишда икки гуруҳга, беихтиёр мол ҳаракати билан боғлиқ харажатларга ҳамда сотиш, молни пулга айлантириш билан боғлиқ харажатларга ажратиш мумкин. Биринчи гуруҳи қўшимча харажатлар ва иккинчиси соф харажатлар сифатида юритилади.

Қўшимча муомала харажатлари мол ишлаб чиқариш жараёнининг муомала доирасидаги давомини ифодалайди. Улар махсулотларнинг товар шакли билан эмас, балки истеъмол қийматини сақлаш ва ишлаб чиқарувчилардан истеъмолчиларга етказиб бериш билан боғлиқ.

Қўшимча муомала харажатларига молларни ташиш, сақлаш, қўшимча

ишлов бериш, навларга ажратиш, ўраш ва бошқа қатор чиқимлар киради. Ташиш, ортиш, тушириш, қўшимча ишлов бериш, ўраш харажатлари истеъмол қийматини яратиш жараёнини тугаллашни ифода этса, сақлаш билан боғлиқ чиқимлар яратилган қиймат ва истеъмол қийматини сақлашга қаратилган. Бу харажатлар товар қийматини оширади. Сарф этилган меҳнат товар қийматига фойдаланилган ишлаб чиқариш воситалари қийматини ўтказиши ва янги қиймат қўшади. Демак, қўшимча муомала харажатлари молларнинг истеъмол қиймати билан боғлиқдир.

Соф муомала харажатлари харид қилиш, сотиш ва пул муомаласи билан боғлиқ бўлган харажатлардир. Бундай чиқимлар натижасида мол пулга ва пул молга айланади. Сотиш оқибатида молдаги қиймат жамият томонидан тан олинади.

Соф муомала харажатларига молларни реклама қилиш билан боғлиқ харажатлар, савдо ходимлари меҳнатига тўланадиган ҳақнинг бир қисми, бошқарув аппаратини сақлаш харажатлари, ҳисоб-китоб ишлари ҳамда пул муомаласи билан боғлиқ чиқимлар киради.

Харид қилиш ва сотиш жараёнида қиймат ҳам, қўшимча қиймат ҳам яратилмайди. Шунинг учун бу чиқимлар жамиятда унумли меҳнат эвазига яратилган қўшимча махсулот ҳисобига қопланади. Демак, соф муомала харажатлари молларнинг қиймати билан боғлиқ бўлиб, уларни ишлаб чиқаришда эмас, балки харид қилиш ва сотишда вужудга келади.

Муомала харажатлари суммасига қараб корхоналарнинг тежамли фаолиятига баҳо бериб бўлмайди. Тежамли фаолиятини муомала харажатлари даражаси характерлайди. Бу нисбий кўрсаткич муомала харажатлари суммасининг товар айланмасига нисбати билан аниқланади ва қуйидагича ифодаланади:

$$M_{хд} = M_x / T * 100\%$$

Масалан, дўкон товар айланмаси 120 млн. сўм, муомала харажатлари 9,6 млн. сўмга тенг бўлса, муомала харажатлари даражаси 8,0 фоизни ташкил этади (9,6 / 120 \* 100%).

Муомала харажатлари савдонинг сифат кўрсаткичи бўлиб, молни сотиш савдо фирмасига қанчага тушаётганини акс эттиради. Фирма хўжалик юретишни қанчалик яхшиласа, унумсиз харажатлар шунчалик камаяди. Бозор муносабатларига ўтиш шароитида савдода муомала харажатларини тежаш зарурати кескин ошади, чунки рақобат кураши ҳар бир фирмани ниҳоятда тежамли, оқилона иш юритишга мажбур этади. Бундан ташқари фирма жамоасининг иқтисодий ва ижтимоий ривожлантириш жамғармасининг оширилиши муомала харажатлари тежамига боғлиқ.

Муомала харажатлари даражасининг ўсишига савдо ходимлари меҳнатига тўланадиган ҳақнинг хизмат қилувчи соҳалар хизмат ҳақининг ошиши, транспорт тарифларининг ўзгариши ва бошқа қатор омиллар сабаб бўлмоқда. Савдо маданиятини юксалтириш билан боғлиқ харажатларнинг ўсиши аҳолининг истеъмол харажатларини камайтиришга олиб келади. Савдонинг илғор шакл ва усулларидан фойдаланиб, аҳоли истеъмол харажатларини қисқартириш муҳим ижтимоий аҳамиятга эгадир.

Чакана савдо корхоналари, фирмаларида муомала харажатлари билан бирга бошқа харажатлар ҳам бўлиши мумкин. Масалан, маҳсулот ишлаб чиқариш, чорвачилик, деҳқончилик, тайёрлов ва бошқа ёрдамчи хўжаликлари. Бу харажатлар муомала харажатларига қўшилмайди, улар ишлаб чиқариш харажатларини ташқил этади.

Шунингдек, тўланган жарималар, солиқлар ҳам муомала харажатларига кирмайди, маблағнинг қайта тақсимланишини ифода этади. Табиий офатдан, бокимандаликдан келган зарарлар ҳам муомала харажатларига кирмайди.

Муомала харажатларига озик-овқат вазифасини ўташда сарф этиладиган ижтимоий зарурий меҳнат харажатлари киради. Аҳоли талабига мос келмайдиган молларни сақлашга кетадиган харажатлар, мақсадга мувофиқ бўлмаган транспорт харажатлари ҳамда мол муомаласи заруратидан келиб чиқмайдиган бошқа харажатлар ижтимоий зарурий харажатларга кирмайди. Бу харажатлар жамият соф даромадини қисқартириш ҳисобига қопланади. Бундан ташқари, сифати паст ва аҳоли талабига мос келмайдиган ортиқча мол

захираларини сақлаш, мол ҳаракатидаги камчиликлар айланиш вақтини узайтиради, бузилиши, эскириши ва нобудгарчилигига сабаб бўлади. Бундай ҳоллар бозор шароитига мос бўлмай, айрим савдо фирмалари, корхоналари пул қўйган камчиликлари оқибатида рўй беради.

Муомала харажатлари турли белгиларига қараб туркумларга ажратилади.

Бу белгилар қуйидагилардан иборат:

1. Иқтисодий мазмунига қараб.
2. Хўжалик фаолияти тармоқлари бўйича.
3. Вужудга келишига қараб.
4. Товар айланмасига боғлиқлигига қараб.

Иқтисодий мазмунига кўра савдонинг муомала харажатлари қуйидаги йирик гуруҳларга бўлинади:

- меҳнатга ҳақ тўлаш;
- иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари (транспорт, алоқа, коммунал, маиший хизмат ва ҳоказо) хизматида ҳақ тўлаш;
- савдода моддий-техника базасини сақлаш ва моддий харажатлар (идишларнинг эскириши, ўраш материаллари, газ, сув, электр энергиясининг сарф этилиши ва бошқалар);
- моддий камайишлар (молларни ташиш, сақлаш, савдога тайёрлаш ва сотиш пайтидаги камайиши);
- муомала харажатларига кирувчи бошқа харажатлар (кредит учун фоиз тўлаш, маҳаллий солиқлар ва тўловлар, суғурта харажатлари ва б.).

Чакана савдонинг хўжалик фаолияти тармоқларига қараб харажатлари 3 гуруҳга бўлинади: чакана савдо, улгуржи савдо ҳамда умумий овқатланиш тармоқлари харажатлари. Чакана ва улгуржи савдода муомала харажатлари молларни ташиб келтириш, сақлаш, айримларига қўшимча ишлов бериш, навларга ажратиш, сотиш каби чиқимлардан иборат бўлса, умумий овқатланишда муомала ва ишлаб чиқариш харажатларига таом тайёрлаш, уни сотиш ҳамда истеъмолни ташқил этиш харажатлари ҳам киради. Шуни эслатиш

керакки, умумий овқатланиш корхоналарида ишлаб чиқариш харажатларига ҳам ашё ва бошқа маҳсулотлар қиймати кирмайди. Чакана ва улгуржи савдонинг муомала харажатлари бнр-бирга анча ўхшашлиги билан бирга даражасида катта тафовут мавжуд Масалан, 10 минг сўмлик бирор маҳсулотни аҳолига чакана нархда сотиш харажатлари улгуржи сотиш харажатларидан анча устундир. Шунинг учун товар айланмасига нисбатан даражаси ҳам юқори. Умумий овқатланиш корхоналарининг чиқимлари даражаси ишлаб чиқариш харажатлари мавжудлиги туфайли чакана савдодаги харажатлар даражасидан бир неча баробар зиёд. Муомала харажатларини бундай бўлишини тармоқлар ичидаги харажатларнинг самарадорлигини аниқлашга ёрдам беради.

Муомала харажатлари вужудга келишига қараб моддаларга бўлинади. Давлат статистика қўмитаси талабига биноан савдо корхонаси қуйидаги ҳисобот ҳақидаги моддалар бўйича муомала харажатларини ифодалайди:

1. Ашёвий сарф харажатлар, шу жумладан:

- ёқилғи, ишлаб чиқариш эҳтиёжлари учун газ, электр қуввати ва сувдан фойдаланганлик учун тўловлар;
- товарларни сақлаш, ишлаб чиқариш, саралаш ва жойлаш чиқимлари;
- асосий фондлар аморгизацияси;
- кийим-кечаклар, ошхона дастурхонлари, арзон ва чидамсиз буюмлар, ошхона идишлари ва анжомларининг эскириши;
- талаб даражасида элтиш, сақлаш ва сотиш чоғида товар ва маҳсулотлардан кўрилган зарар;
- тара бўйича харажат;
- жорий таъмирлаш харажатлари;
- бинолар, иншоотлар, хоналар ва жиҳозларни тутиш;
- ижара чаражатлари;
- банклар кредитлари бўйича фоизлар;
- ўз транспорти харажатлари.

2. Ташқи ташкилотларнинг ишлаб чиқариш маъносида бажарган иш ва хизматлари, шулардан: темир йўл, сув, ҳаво, автомобиль ва от-улов ёрдами билан юкларни ташиш.

3. Рўйхатли ва рўйхатсиз таркибдаги ходимларнинг иш ҳақи, шу жумладан, рўйхатли таркиб ходимлари, ижтимоий эҳтиёжларга чегирмалар, шу жумладан:

- пенсия фондига;
- ижтимоий суғурта фондига;
- мажбурий тиббий суғурта;
- суғурта тўловлари;
- хизмат сафари харажатлари;
- ваколат харажатлари.

4. Номоддий хизматлар ҳақи (банклар, алоқа, ахборот-ҳисобот хизматлари, аудиторлик ташкилотлари, бошқарув ташкилотлари)

5. Бошқа сарф-харажатлар.

Тара ва табиий камайиш даражасининг ошганидан кўрилган зарар муомала харажатларидан ташқари ўрин эгаллаган ва корхона фойдаси ҳисобига қопланади.

Муомала харажатларининг бундай моддаларга бўлиниши турли корхоналар чиқимларининг умумий ҳажми ва даражасини моддалар бўйича таққослашга ҳамда ички имкониятларини топишга қўмаклашади.

Товар айланмасига боғлиқлигига қараб муомала харажатлари шартли-доимий ва шартли-ўзгарувчан турларга бўлинади.

Чиқимларни айрим дўконлар (бўлимлар) бўйича ҳисобга олинишига қараб муомала харажатлари дўконларда (бўлимларда) тўғридан-тўғри ёки бирор кўрсаткичга нисбатан таркиб топиши мумкин. Масалан, дўконларга (бўлимларга) муомала харажатлари ҳисобга олинган бўлса, иш ҳақи тўлаш, молларни сақлаш, қайта ишлаш ва табиий камайиш каби харажатларни дўкон (бўлим) ҳисобига бевосита олиб бориш мумкин. Аммо банк кредити учун фоиз

тўлаш, бошқа харажатларнинг айрим элементларини дўконнинг (бўлимнинг) харажатларига унинг товар айланмасига, мол захираларига, савдо майдонига ёки бошқа кўрсаткичларга қараб мутаносиб ҳолда қўшиш мумкин.

Шуни ҳисобга олиш керакки, жами молларнинг муомала харажатлари ичида озик-овқат маҳсулотларининг харажатлари даржаси ноозик-овқат моллари харажатлари даражасидан юқоридир. Озик-овқат маҳсулотлари ичида айрим маҳсулотларнинг муомала харажатлари бошқаларидан кескин фарқ қилади. Масалан, 100 минг сўмлик картошканинг муомала харажатлари шунча сўмлик олманинг чиқимларидан бир неча баравар кўп. Бундай ҳолат ноозик-овқат молларини сотишда ҳам мавжуд. Жумладан, автомобиль ва хўжалик моллари савдоси харажатлари ўртасидаги фарқ катта.

## 10.2. Харажатларга таъсир этувчи омиллар

Чакана савдо корхоналари, фирмалари муомала харажатларига турли-туман омиллар таъсир этади. Буларнинг баъзилари муомала харажатларини оширади, баъзилари камайтиради, айримлари савдо корхонаси фаолиятига боғлиқ, бошқалари эса боғлиқ эмас.

Муомала харажатлари даражасининг ошишига аҳолига хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш, моддий техника базасининг ўсиши ва кенгайиши, савдо ходимлари сонининг кўпайиши, улар меҳнатига тўланадиган иш ҳақининг ошиши, савдо маданиятини юксалтириш билан боғлиқ бошқа омиллар таъсир этади.

Савдо маданиятини ошириш савдо биноси ва иншоотларини яхши ҳолда сақлаш, рекламани йўлга қўйиш, молларни қадоклаш, ходимларга нормал иш шаротини яратиш ва бошқа катор тадбирларни талаб қилади.

Муомала харажатлари даражасининг пасайишига эса қўйидаги омиллар таъсир этади:

- товар айланмаси ҳажмининг ошиши ва таркибининг ўзгариши;
- мол манбаларининг яқинроғини танлаш;

- мол ҳаракатини мақсадга мувофиқ йўналтириш;
- савдо фаолиятини яхшилаш;
- меҳнат самарадорлигини ошириш;
- савдонинг илғор усулларида, янги техника ва технологиядан фойдаланиш;

- мол айланишини тезлаштириш ва шу қабилар.

Муомала харажатлари суммаси ва даражасига таъсир этувчи омилларни чуқур ўрганиш уни тежашга қаратилган ички имкониятларни топишга кўмаклашади. Бунда аввало савдо корхонаси фаолиятига боғлиқ бўлган чиқим турларига эътибор бериш керак. Жумладан:

- товар айланмаси режасининг бажарилиши;
- мол айланиш тезлиги;
- сотишнинг илғор усуллари жорий этиш ва қўллаш;
- транспорт воситаларидан унумли фойдаланиш;
- асосий ва айланма маблағлардан фойдаланиш даражаси;
- меҳнат унумдорлигининг ўсиши ва б.

Товар айланмаси ҳажмининг ошиши муомала харажатлари суммасининг ўсишига олиб келади, аммо бу ўсиш сустроқ бўлади, чунки товар айланмасининг ошиши харажатларнинг айрим моддаларига деярли таъсир қилмайди. Товар айланмасининг ўзгариши билан муомала харажатлари даражаси тескари ўзгаради.

Товар айланмаси ҳажмининг муомала харажатларига таъсирини аниқлаш учун муомала харажатларининг барча моддалари товар айланмасига боғлиқлигига қараб шартли-ўзгарувчан ва шартли-ўзгармас турларга бўлинади. Шартли-ўзгарувчан харажатларга транспорт ва меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари, молларни сақлаш, қайта ишлаш, навларга ажратиш, ўраш харажатлари, банк кредитидан фойдаланиш фоизи, молларни ташиш, сақлаш, сотишда норма чегарасидан юқори нобудгарчилиги ва бошқа айрим чиқимлар қиради. Ижара ҳақи ва импорт, иншоот, хоналар ҳамда жиҳозларни сақлаш



харажатлари, асосий воситалар амортизацияси, ремонт фондига ажратма, санитар, ошхона кийими, арзон баҳоли ва тез эскирувчи буюмлар еитлтшт, бошқа харажатлар моддасининг айрим элеменглари шартли-ўзгармас харажатларни ташкил этади.

Товар айланмаси ҳажмининг ўсиши билан шартли-ўзгарувчан харажатларнинг ошиши эвазига муомала харажатларининг умумий суммаси ошади, шартли-доимий харажатларнинг деярли ўзгармай қолиши туфайли эса муомала харажатларининг даражаси пасаяди. Масалан, савдо корхонасининг товар айланмаси режаси 50 миллион сўм, бажарилиши 51 миллион сўм, муомала харажатларининг режа бўйича суммаси 6 млн сўм, шартли-ўзгарувчан харажатлар жами харажатларнинг 60 фоизига тенг бўлса, куйидаги натижаларга эришилади:

1. Муомала харажатларининг режа бўйича даражаси товар айланмасига нисбатан 12 фоиз ( $6 / 50 * 100\%$ ).

2. 6 млн. сўм харажатнинг 60 фоизи ёки 3,6 млн. сўми шартли-ўзгарувчан, қолгани, яъни 2,4 млн. сўми эса шартли доимий харажатлардан иборат.

3. Товар айланмаси режаси 2 фоизга ошириб бажарилгани ҳолда шартли-ўзгарувчан харажатлар ҳам шунчага ўсган 3,672 млн. сўми ташкил этган ( $36 * 1,02$ ), шартли-доимий чиқимлар эса ўзгармай қолаверган. Натижада муомала харажатлари суммаси жорий даврда 6,072 млн. сўми ташкил этган ( $3,672 + 24$ ).

4. Муомала харажатларининг жорий даврдаги даражаси 11,9 фоизни ташкил этган ( $6,072 / 51000 * 100\%$ ) ва режадагидан товар айланмасига нисбатан 0,1 фоизга тежалган.

Муомала харажатларининг суммаси ва даражасига товар айланмаси режасининг бир текис бажарилиши ҳам таъсир этади. Товар айланмаси режасининг бажарилмагани ёки дўконлар, чораклар, ойлар бўйича нотекис бажарилиши муомала харажатларининг ортикча сарф этилишига олиб келади. Бу айниқса, меҳнатга ҳақ тўлаш, молларни сақлаш харажатлари, банк кредитидан фойдаланиш учун тўланадиган фоиз ва бошқаларда яққол намоён бўлади.

Муомала харажатларига таъсир этувчи омиллардан бири товар айланмаси таркибининг ўзгаришидир. Турли молларни ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга етказиш турли харажатларни талаб этади. Айрим молларни сотиш учун нисбатан камроқ, бошқаларга эса кўпроқ харажат қилинади.

Чакана товар айланмаси қонуниятига биноан унинг таркибида озик-овқат маҳсулотларининг ҳиссаси камайиб, ноозик-овқат моллариники ортиб боради. Натижада савдонинг муомала харажатлари даражаси пасаяди. Демак, келгуси давр учун муомала харажатлари пул миқдорини режалаштиришда товар айланмаси таркибидаги ўзгаришларини инобатга олиш керак. Ҳар бир молнинг сотиш шартига қараб илмий асосланган муомала харажатлари нормалари (ижтимоий зарурий меҳнат харажатлари) ни ҳисоблаш сотиладиган моллар таркибидаги ўзгаришларга қараб муомала харажатларини аниқроқ ҳисоблашга имкон беради.

Муомала харажатларига таъсир этувчи омиллардан бири мол ҳаракати тезлигидир. Мол ҳаракатининг тезлашиши ўртача мол захираларини, банкга кредит учун тўланадиган маблағни камайтиради, озроқ маблағ билан кўпроқ мол айланишига эришилади, молларни сақлаш, кўшимча ишлов бериш харажатларини табиий камайиш эвазига йўқолишини қисқартиради.

Меҳнат унумдорлигини ошириш ҳам муомала харажатларини қисқартиришга таъсир этувчи омилдир. Меҳнат унумдорлигининг ошиши билан меҳнатга ҳақ тўлаш фонди нисбатан тежалди. Аммо меҳнат унумдорлигини ошириш аҳолига хизмат кўрсатишни ёмонлаштирмаслиги керак.

Савдода иқтисодиётнинг транспорт, алоқа, маиший, коммунал хўжалиги ва бошқа соҳалар хизматидан фойдаланилади. Бу тармоқларда меҳнат унумдорлигининг ошиши савдонинг муомала харажатларини пасайтириши мумкин. Масалан, транспортда меҳнат унумдорлигининг ошиши тарифларнинг пасайишига сабаб бўлиши мумкин, саноатда меҳнат унумдорлигининг ўсиши эса асбоб-анжомлар, ўраш материаллари қийматини пасайтиради.

Моллар нарҳи ва хизмат тарифларининг муомала харажатларига таъсири савдо корхонаси фаолиятига боғлиқ бўлмаган омилларга киради. Муомала харажатлари даражаси мол нарҳи билан тескари алоқада, яъни мол нарҳининг пасайиши билан муомала харажатлари даражаси ошади, чунки молни сотиш жараёнидаги харажатлар нарҳи пасайганда ҳам деярли ўзгармай қолаверади. Транспорт, алоқа, коммунал хўжалиги хизмат тарифларининг ошиши савдо чикимларини оширади ва аксинча.

Ишлаб чиқариш жараёнининг муомала доирасидаги давомини ифодаловчи айрим харажатларнинг (молларни қадоклаш, қўшимча ишлов бериш, савдога тайёрлаш ва ҳоказо) савдодан ишлаб чиқариш корхоналарига ўтиши муомала харажатларини камайтиради ва ижтимоий меҳнат унумдорлигини оширади. Ҳозирги даврда саноат корхоналарининг қадокланган моллар етказиб бериш ҳажми савдо тармоғи талабидан орқада қолмоқда. Шунинг учун савдода маҳсулотларни қадоклаб, аҳолига сотишга тайёр ҳолга келтириш бўйича катта харажатлар қилинмоқда.

Савдо моддий-техника базасининг ўсиши ҳамда фан-техника тараққиёти ютуқларини ҳаётга татбиқ этиш ҳам муомала харажатларига таъсир этади. Ҳозирги вақтда ихтисослашган йирик дўкон (супермаркет) ларнинг куриб ишга туширилиши ҳар бир квадрат метр савдо майдонига ёки ҳар бир ходимга тўғри келадиган товар айланмасининг ўсишига сабаб бўлади ҳамда муомала харажатлари тежамига олиб келади. Бундан ташқари савдо жиҳозларидан, илғор ва унумли техникадан самарали фойдаланиш жонли меҳнат харажатларини камайтиради. Жумладан, контейнер, идиш-жиҳозлардан фойдаланиш, ортиш, тушириш, сақлаш ва аҳолига таклиф этиш жараёнларини қискартиради ҳамда молнинг истеъмол қийматини яхшироқ сақлайди.

Муомала харажатларини тежашда корхоналар ўртасидаги рақобат кураши етакчи омил бўлиб ҳисобланади. Бунда ходимлар харажатларни тежаш, исрофгарчиликка, нобудгарчиликка йўл қўймасликдан манфаатдор бўладилар.

Муомала харажатларига таъсир этувчи омилларни ўрганиш уларнинг ижобий ёки салбий томонларини аниқлашга ҳамда чикимларни тежаш йўллариини излашга ёрдам беради.

### 10.3. Чакана савдо корхонасининг муомала харажатлари таҳлили

Чакана савдо корхонасининг муомала чикимлари абсолют миқдор ёрдамида ҳам, нисбий кўрсаткич – чакана товар айланмаси фоизларида акс эттирилган муомала чикимлари ёрдамида ҳам акс эттирилиши мумкин. Абсолют кўрсаткич корхонанинг маълум муддат ичидаги жами харажатлар миқдорини тавсифлайди. Бирок бу кўрсаткич харажатларнинг ҳар бир сўмига олинган натижа ҳақида, яъни сарфланган харажатларнинг самарадорлиги ҳақида тасаввур бермайди.

Муомала чикимларини абсолют кўрсаткичлар бўйича ҳам, нисбий кўрсаткичлар бўйича ҳам амалга ошириш лозим. Таҳлил куйидаги вазифаларни ҳал қилиш учун амалга оширилади:

- харажатлар таркиби, ҳажми ва динамикасини ўрганиш;
- харажатлар самарадорлигини баҳолаш;
- муомала чикимларига таъсир кўрсатувчи омилларни тадқиқ этиш;
- харажатларни тежаш заҳираларини аниқлаш.

Таҳлилни муомала харажатларини тежаш (ортиқча сарфлаш) абсолют миқдорини аниқлашдан бошлаш лозим:

$$Амхт = Мх_1 - Мх_0$$

Бу ерда, Амхт – муомала харажатларини тежаш (ортиқча сарфлаш) абсолют миқдори, сум;

Мх<sub>1</sub> – ҳисобот йилидаги муомала харажатларининг амалдаги миқдори, сўм;

Мх<sub>0</sub> – ҳисобот йилидаги муомала харажатларининг режадаги миқдори ёки базис йилдаги амалдаги миқдори, сўм.

Муомала харажатларини тежаш (ортиқча сарфлаш) абсолют миқдорини

ҳисоблаш нисбий тежаш (ортиқча сарфлаш) ҳисоб-китоблари билан тўлдирилиши лозим. Нисбий оғишни аниқлаш учун базис даврдаги муомала харажатларини ҳисобот йилидаги чакана товар айланмаси амалдаги ҳажмига тўғрилаш керак. Бунда муомала чиқимларининг донмий ва ўзгарувчан турларга тақсимланишини эсдан чиқармаслик лозим.

$$Mx_{т0} = Mx_{шд0} + ЧТО_0 * \check{M}x_0 / 100$$

Бу ерда,  $Mx_{т0}$  – ҳисобот йилидаги чакана товар айланмаси амалдаги ҳажмига тўғрилланган муомала харажатлари базис миқдори, сўм;

$Mx_{шд0}$  – базис даврдаги шартли доимий муомалар харажатлари, %;

$ЧТО_0$  – ҳисобот давридаги чакана товар айланмаси амалдаги ҳажми;

$\check{M}x_0$  – базис давридаги муомала харажатлари ҳажмининг ўзагриши, %.

Муомала харажатларини нисбий тежаш (ортиқча сарфлаш) миқдори ҳисобот йилида амалдаги муомала чиқимлари билан тўғрилланган базис чиқимлари ўртасидаги фаркни ифодалайди.

$$НТмх = Mx_1 - Mx_{т0}$$

Бу ерда,  $НТмх$  – муомала харажатларининг нисбий тежаш миқдори;

$Mx_1$  – муомала харажатларининг амалдаги миқдори;

$Mx_{т0}$  – муомала харажатларининг тўрилланган базис миқдори.

Муомала чиқимлари таҳлил қилинганда уларнинг ўзгариш ҳажми ва сурати аниқланади:

$$\check{C}Mx = \check{M}x / \check{M}x_0 * 100$$

$\check{C}Mx$  – муомала харажатлари даражасининг ўзгариш сурати, %;

$\check{M}x$  – муомала харажатлари даражасининг ўзгариш ҳажми, %;

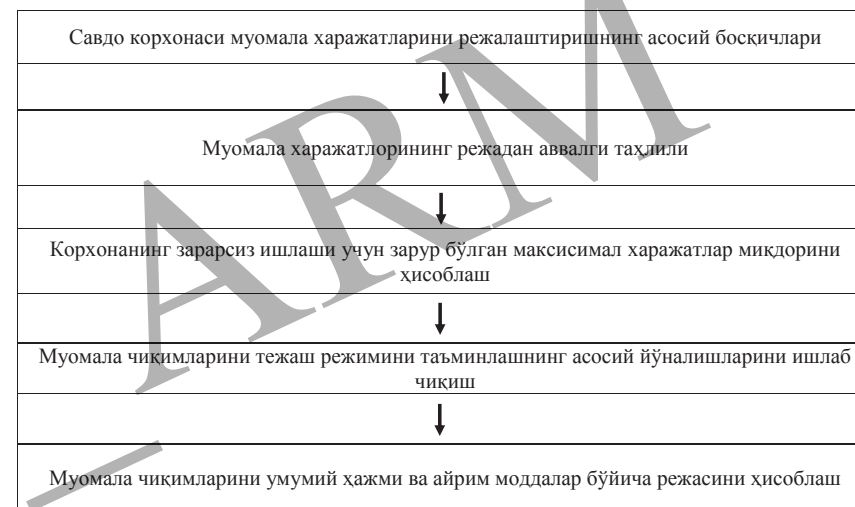
$\check{M}x_0$ ,  $\check{M}x_1$  – мос равишда ҳисобот йили ва базис давридаги муомала харажатлари даражаси, %.

#### 10.4. Муомала харажатларини умумий ҳажми бўйича режалаштириш

Муомала харажатларини режалаштириш савдо корхонасини молиявий бошқаришнинг таркибий қисмидир. Режалаштириш жараёнида корхонанинг

муомала чиқимларини тежаган ҳолда тўхтовсиз ва юқори даражада хўжалик фаолиятини юритишига имкон берувчи харажатлар миқдорини аниқлаш заруратидан келиб чиқиш лозим.

Муомала чиқимларини режалаштириш қуйидаги схемада кўрсатилганидек, босқичма-босқич, кетма-кетликда амалга оширилади:



3-расм. Муомала харажатларини режалаштириш босқичлари

Режадан аввалги таҳлилни ўтказиш давомида режадан аввалги даврда муомала чиқимлари таркиби ва тузилмаси, ҳажми ва даражасининг ўзгариш тенденциялари аниқланади, харажатлар ва чакана товар айланмаси ўзгариш суратлари таққосланади. Муомала чиқимлари ва чакана товар айланмаси ўртача йиллик ўзгариш суратлари тўғрисидаги маълумотлар келгусида муомала чиқимлари режасини ишлаб чиқишда фойдаланилиши зарур.

Муомала чиқимларининг режадаги миқдори минимал ва максимал чегаралар ўртасида бўлиши лозим. Муомала чиқимларининг минимал миқдори бу энг кўпи чегара бўлиб, бундан кўпроқ тежаш фойдали ҳисобланмайди, чунки унинг ортидан товарларни етказиб бериш қийинлашади, харидорларга хизмат

кўрсатиш даражаси пасаяди, кадрларнинг ўзгариши тезлашади, бу эса корxonанинг ривожланишига хизмат қилмайди.

Муомала чиқимларининг максимал миқдори фойда келтирмасда, бироқ зарар кўрмасдаи ишлаш имконини беради. Харажатларнинг бу миқдордан ортиб кетиши корхона хўжалик фаолиятининг зарар кўришига олиб келади. Демак, муомала чиқимларининг режадаги миқдори қуйидагича бўлиши лозим:

$$MX_{\min} \leq MX_{\text{рм}} \leq MX_{\max}$$

Даромад ва харажатлар миқдори тенг бўлган ҳолларда корхона иши зарарсиз ҳисобланади:

$$MX_{\text{д}} + MX_{\text{ўз}} = \text{ЯД} - \text{ҚҚС}$$

Бу ерда,  $MX_{\text{д}}$ ,  $MX_{\text{ўз}}$  – мос равишда доимий ва ўзгарувчан муомала харажатлари миқдори;

ЯД – ялпи даромад миқдори;

ҚҚС – қўшилган қиймат солиғи.

Фараз қилайлик, корxonанинг режадаги чакана товар айланмаси 300 млн. сўм, ялпи даромад даражаси – 20%, ҚҚС ставкаси – 16,67% бўлсин. Ялпи даромад даражаси ва ҚҚС ни бирлик улушларида акс эттириб, корxonанинг зарарсиз ишлаши учун зарур бўлган ўзгарувчан харажатларини ҳисоблаб чиқамиз:

$$[0,2 (1 - 0,1667) - 18 / 300] * 100 \% = 10,67\%$$

Демак, корхона зарар кўрадиганлар каторига кирмаслиги учун режадаги муомала чиқимлари миқдори 32 млн. сўм ( $300 * 10,67\%$ ), умумий харажатлар миқдори эса 50 млн. ( $32 + 18$ ) сўмдан ошмаслиги лозим.

### 10.5. Муомала харажатларини асосий модалари бўйича режалаштириш

Умумий харажатлар миқдорига тўғрилашлар киритиш ва режадаги давр учун муомала чиқимлари тузилмасни аниқлаш учун муомала чиқимларининг асосий модаларини иқтисодий жиҳатдан асослаб бериш учун қўшимча ҳисоб-китобларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ. Бу модалар таркибига умумий

харажатлар миқдорида улуши катта бўлган харажатлар киритилиши лозим. Улар каторига транспорт харажатлари, иш ҳақи харажатлари ва ижтимоий эҳтиёжларга ажратилувчи маблағлар, асосий фондлар амортизацияси ва уларни таъмирлаш, қарз маблағлари учун фоизлар ва бошқаларни киритиш мумкин.

Транспорт харажатлари товарларни темир йул, сув ва ҳаво транспорти орқали ташиш учун сарфланувчи харажатларни назарда тутати. Бундай харажатлар асосан улгуржи савдо билан шуғулланувчи корxonаларга хос бўлса, товарларни автомобиль транспорти орқали ташиш эса ҳам улгуржи, ҳам чакана савдо корxonаларига хосдир. Мазкур модда бўйича харажатлар ташилаётган юк ҳажми, масофа ва юк ташиш тарифга боғлиқ бўлиб, бу тарифлар 1 т/кмга сўмларда ёки ташилаётган юк қийматининг фоизида белгиланиши мумкин. Бу модда бўйича умумий харажатлар қуйидаги формула асосида ҳисоблаб чиқилади:

$$X_{\text{тп}} = T (\text{сум}) * \text{ТЮА};$$

$$X_{\text{тп}} = T (\%) * \text{ТХ} / 100.$$

Бу ерда  $X_{\text{тп}}$  – транспорт харажатларн, сўм;

$T (\text{сум})$  – 1 т/км ташиш учун тариф, сўм;

$T (\%)$  – ташилаётган юк қийматининг фоизидаги тариф;

ТЮА – транспорт юк айланмаси, т/км;

ТХ – харид нархларида режадаги товар хариди ҳажми, сум.

Бунда транспорт юк айланмаси қуйидаги формула ёрдамида аниқланади;

$$\text{ТЮА} = [ ( \text{ЮА} + \text{ТВ} ) * \text{Ктют} ] * \text{Мют},$$

Бу ерда, ТЮА – ташилаётган юк оғирлигини тавсифлавчи юк айланмаси;

ТВ – тара вазни;

Ктют – юк ташишининг такрорийлик коэффнциенти;

Мют – ўртгача юк ташиш масофаси, км.

Агар корхона транспортни ижарага оладиган ва бунда вақт учун минимал тўлов белгиланган бўлса, бу ҳолда харажатлар умумий миқдори қуйидагига тенгбўлади:

$$X_{\text{тр}} = T (\text{сўм}) * \text{ИС} * \text{ИК}$$

Бу ерда, T - 1 соат иш учун тариф, сўм;

ИС – транспортнинг 1 кунда ўртача ишлаган соатлари, соат;

ИК – режадаги даврда иш кунлари сони, кун.

Режалаштирилаётган йилда юк ташиш шарт-шароитлари ҳисобот йилидаги билан сезиларли фарқ қилмаган ёки тоннажни аниқ ҳисоблаш мумкин бўлмаган ҳолларда автомобиль орқали юк ташиш бўйича харажатлар амалда юзага келган харажатлар ва режадаги товар айланмаси миқдоридан келиб чиққан ҳолда аниқланади.

Иш ҳақи харажатлари корхонадаги ходимлар сони ва уларнинг ўртача иш ҳақини йил давомида ўсишини ҳисобга олган ҳолда режалаштирилади. Иш ҳақи харажаларини режалаштиришда чакана товар айланмасининг иш ҳақи жамғармаси ва ходимлар сонига нисбатан тезроқ ўсишини таъминлаш лозим, яъни:

$$\checkmark_{\text{чга}} > \checkmark_{\text{ихф}} > \checkmark_{\text{хс}}$$

Бу иқтисодиётнинг «олтин қонуни» бўлиб, меҳнат маҳсулдорлиги ва ўртача иш ҳақи ўсган пайтда харажатларни қисқартиришга имкон беради.

Ижтимоий эҳтиёжларга ажратилувчи маблағлар меҳнатга ҳақ тўлаш харажатлари ва режадаги йил учун белгиланган бюджетдан ташқари жамғармаларга ажратмалар ставкасидан келиб чиқаган ҳолда режалаштирилади.

Бино ва иншоотлар ижараси учун харажатлар ижара берувчи билан ижара шартномасида кўрсатилган ҳар 1 м.кв майдон ва ижарага олинган майдон ҳажми нархи асосида белгиланади. Баъзи ҳолларда ижара берувчи ижара ҳақини бутун бино учун эмас, балки ҳар 1 м.кв учун белгилайди.

Асосий воситалар амортизацияси асосий воситаларнинг ўртача баланс (тиклаш) қиймати ва корхона ҳисоб сиёсатида кўзда тутилган амортизация ажратмалари нормасидан келиб чиққан ҳолда белгиланади. Ўртача йиллик

режадаги қийматни кириб келиши ва чиқиб кетиши кутилаётган асосий воситалар гуруҳлари бўйича ҳисоблаш мақсадга мувофиқ.

$$A\Phi_{\text{ўр}} = A\Phi_{\text{йб}} + (A\Phi_{\text{к}} * O_{\text{фк}}) / 12 - [A\Phi_{\text{ч}} * (12 - O_{\text{фк}}) / 12]$$

Бу ерда,  $A\Phi_{\text{ўр}}$  – асосий фондларнинг ўртача йиллик режадаги миқдори, сўм;

$A\Phi_{\text{к}}$  – режадаги йил давомида кириб келган асосий фондлар, сўм;

$A\Phi_{\text{йб}}$  – режадаги йил бошида асосий фондлар, сўм;

$A\Phi_{\text{ч}}$  – режадаги йил давомида чиқиб кетувчи асосий фондлар, сўм;

$O_{\text{фк}}$  – мазкур корхонада асосий фондлар фаолият кўрсатган ойлар сони.

Умуман асосий воситалар амортизациясини қуйидаги формула асосида акс эттириш мумкин:

$$A_{\text{чр}} = \sum_{i=1}^n A\Phi_{\text{уйк}} * N_i / 100$$

Бу ерда,  $A_{\text{чр}}$  – режадаги йилда амортизацияси чегирмалар миқдори;

$A\Phi_{\text{уйк}}$  – гуруҳдаги асосий фондларнинг ўртача йиллик қиймати, сўм;

$N_i$  –  $i$ -гуруҳ бўйича амортизация чегирмалар нормаси, %;

$n$  – асосий фондлар гуруҳлари сони.

Асосий воситаларни таъмирлаш харажатлари бинолар, асбоб-ускуналар ва инвентарларнинг ҳолати ва таъмирталаблигига асосан кўзда тутилади. Улар таъмирлаш фонди ҳисобига амалга оширилиб, корхонанинг ҳисоб сиёсатида кўзда тутилган ва камида 5 йиллик муддатга тасдиқланган нормалар асосида ҳисобланади. Чегирмалар нормаси асосий воситаларнинг ўртача йиллик қийматиға фоизларда белгиланади.

#### 10.6. Чакана савдо корхоналарининг фойда ва рентабеллиги

Ҳар бир Чакана савдо корхонаси, фирмаси хўжалк фаолияти натижасида олинган ялпи даромад ҳисобига сарф этилган моддий, меҳнат ва пул харажатларини тўла қоплай олиши ва маълум миқдорда ортиқча даромадга эга бўлиши керак. Бу фарқ фойда деб юритилиб келинган ва ҳозир ҳам

иктисодиётнинг барча тармоқларида муҳим сифат кўрсаткичи ҳисобланади. Фойда ҳисобидан давлат бюджетига маблағ ажратилади, корхонанинг иктисодий ва ижтимоий ривожлантирилиши таъминланади. Шунинг учун корхоналарнинг фойдали ишлаши давлат ҳамда корхона жамоаси учун зарур.

Товар айланмаси ҳажми, таркиби турлича бўлган савдо корхоналари ва фирмаларнинг ялпи даромади ва муомала харажатлари миқдори бир-биридан фарқ қилади. Корхона товар айланмаси қанчалик катта миқдорни ташкил этса, ялпи даромад шунчалик кўп бўлади. Икки хил фаолият доирасига эга бўлган савдо корхоналарининг эришилган даромади миқдорига қараб бир-бирига таққосланса, хулоса нотўғри бўлиши мумкин. Шунинг учун корхона фаолиятига баҳо беришда ва унинг тежамкорлик, самарадорлик асосида ишлаганини бошқа корхонага солиштиришда рентабеллик кўрсаткичида ифодаланилади.

Ҳозирги даврда савдо корхоналари ва фирмаларида рентабеллик кўрсаткичи корхона фойдасини товар айланмасига нисбати билан ўлчанади. Буни қуйидаги формула ёрдамида топиш мумкин:

$$P_t = \Phi / T_o * 100\%$$

Бу ерда,  $P_t$  – рентабеллик;

$T_o$  – товар айланмаси;

$\Phi$  – фойда.

Рентабеллик юқорида айтиб ўтилган омиллар, яъни товар айланмаси ҳажми, таркиби, тежамкорлик ҳолати ва бошқалар ҳисобига турли савдо фирмалари ва корхоналарида бир-биридан фарқ қилади. Агар товар айланмаси таркибида кескин ўзгаришлар рўй берган бўлса, ҳатто бир корхонанинг 2 йиллик рентабеллик кўрсаткичини таққослаш ҳам тўғри хулоса чиқаришга имкон бермаслиги мумкин.

Рентабеллик фойдани товар айланмасига нисбати билан аниқланишдан ташқари бошқа кўрсаткичларга бўлиб топилиши ҳам мумкин. Чунинчи,

фойданинг асосий фондлар йиллик ўртача қийматига нисбати билан топиладиган рентабеллик кўрсаткичи асосий фондларнинг фойдалилигини ифода қилади.

Рентабеллик фойдани айланма маблағлар йиллик ўртача қийматига нисбати билан топилиши ҳам мумкин. Бунда айланма маблағлар фойдалилиги, яъни ҳар бир сўм айланма маблағ қанча фойда келтириши аниқланади ва қуйидаги формулада ифодаланади:

$$P_m = \Phi / M * 100\%$$

Бу ерда,  $M$  – айланма маблағининг йиллик ўртача қиймати.

Фойдани асосий фондлар ва айланма маблағлар йиллик ўртача қийматига нисбати билан топиладиган рентабеллик кўрсаткичи жами фондлар фойдалилигини характерлайди ва қуйидагича топилади:

$$P_{fm} = \Phi / (A_f + M) * 100\%$$

Бу ерда,  $A_f + M$  – асосий фондлар ва айланма маблағларнинг йиллик ўртача қиймати.

Шу каби рентабеллик фойдани муомала харажатлари суммасига бўлиб топилиши ҳам мумкин. Бунда харажатларнинг унумли, фойдалилиги аниқланади ва қуйидаги формулада топилади:

$$P_{mx} = \Phi / M_x * 100\%$$

Бундан ташқари рентабеллик фойдани қатор бошқа кўрсаткичларга нисбатан ҳам топилиши мумкин. Рентабелликнинг турли кўрсаткичлари савдо корхонасининг ресурсларидан фойдаланиш самарадорлигини ҳар томонлама ифода қилади. Рентабеллик кўрсаткичлари ёрдамида корхоналар иш сифатини бир-бирига таққослаш асосли хулосалар чиқаришга имкон яратади.

#### 10.7. Чакана савдо корхоналарида фойда ва рентабелликни ошириш имкониятлари



Бозор иктисодиёти шароитида ҳар бир Чакана савдо корхонаси ўз фаолиятининг фойдали якунига эришишга интилади, чунки бизнестан мақсад айнан шундан иборат. Фойдага эга бўлиш нафақат савдо корхонаси ва унинг жамоасига, балки бутун жамиятга манфаатлидир. Фойдали якунга эга бўлган корхона ҳозирги кунда фойдасининг бир қисмини солиқ ва мажбурий тўловлар кўринишида бюджетга ўтказди, яъни давлатга молиявий даромад келтиради. Корхона ўзининг иқтисодий ривожланиш ва ижтимоий ҳимоя масалаларини эришган фойдаси ҳисобига ҳал этади. Бинобарин корхонанинг фойдали ишлаши давлат ҳамда корхона жамоаси учун зарурдир.

Шуни билиш керакки, фойданинг ўсиши билан ҳар доим ҳам рентабеллик ўсавермаслиги мумкин. Масалан, ўтган йилда корхона жами товар айланмаси 200 млн. сўм, фойдаси 20 млн сўм ва рентабеллиги 10 фоизга тенг эди, жорий йилда фойда 12 фоизга ошиб, 22,4 млн. сўмни ташкил этди, товар оборот эса 19 фоизга ўсиб, 238 млн. сўмга етди, натижада рентабеллик оборотга нисбатан 9,41 фоизни ташкил этди ва ўтган йилдагидан 0,59 фоизга пасайди. Шунинг учун корхона олдидаги муҳим вазифалардан бири рентабелликни ўстиришга эришишдир.

Корхона рентабеллиги кўплаб омиллар таъсирида ўзгаради. Боғлиқлик корреляцион алоқаси энг кучли омилларга корхона ялпи даромадн ва муомала харажатлари киради. Даромадларнинг фойда билан алоқаси тўғри алоқадир, харажатлар билан алоқаси эса тесқаридир. Тўғри алоқада бўлган даромадлар қанчалик ошса (харажатлар ўзгармаган ҳолда), фойда шунчалик ошади ва аксинча. Шу қабн даромадлар ўзгармас қолган тақдирда харажатлар қанчалик пасайса, фойда шунчалик ошади ва аксинча. Бу ўз навбатида фойдани, рентабелликни ўстиришнинг ички имқониятларини топишни айнан шу икки кўрсаткичдан излаш лозимлигини кўрсатади.

Корхона ялпи даромадини оширувчи энг муҳим элемент моллар нарҳи устига қўйиладиган устамадир. Мол сотилиши билан бу савдо устамаси корхона даромадини ташкил этади. Демак, мол сотилмаса даромад келиб тушмайди. Молнинг аҳоли талабига мос келиши, юқори даромадли бўлиши

жуда муҳимдир. Моллар айланишини тезлаштириш кўпроқ мол сотилишини ва бу ўз навбатида даромаднинг ошишини таъминлайди. Айниқса устаманинг аҳоли талаби ва таклиф ўртасидаги нисбатига, бозор қоньонктурасига мувофиқ бошқарилиши ўз вақтида қатта даромадлар келтиришм мумкин.

Корхона рентабеллигига муомала харажатлари, айниқса айрим харажат моддаларидаги ўзгаришлари таъсири сезиларлидир. Ҳозирги вақтда тежамқорлик, иқтисод қондасига риоя қилиш заруратини ҳар бир корхона ҳар бир дақиқада сезиб туради. Корхона рентабеллигига таъсир қилувчи кўплаб бошқа омилларнинг таъсир кучи муомала харажатлари орқали ўтади. Жумладан, меҳнат унумдорлигини ошириш, мавжуд моддий, пул ресурсларидан оқилона фойдаланиш ва бошқалар.

Меҳнат унумдорлигини ошириш натижасида ҳам иш кучи билан кўпроқ товар айланмасига эришилади, яъни ҳар бир сўм иш ҳақига тўғри келадиган товар айланмаси ошади, ҳақ тўлаш харажатлари тежалиши орқали фойда ўстирилади.

Мол айланишини тезлаштириш харажатларни тежашга қатта улуш қўшади. Мол айланишининг тезлашиши натижасида оз айланма маблағлари билан кўпроқ товар айланмаси ошади, яъни банк кредити ёки у, айланма маблағини пул жалб этмасдан, бу борадаги харажатларни тежаб, кўпроқ мол сотилади. Бу билан бирга мол айланишининг тезлашиши молларнинг эскириши, бузилиши, йўқотилиши, мода талабидан ортда қолиши ҳолларидан асрайди, пул ўз вақтида оборотга қайтади.

Мавжуд моддий бойликлардан – асосий воситалардан, жиҳозлардан унумли фойдаланиш уларга кетган ва кетадиган харажатларнинг қайтимини ўстиради.

Асосий фондлардан қанчалик унумли фойдаланилса, шунчалик ҳар бир воситанинг келтирадиган товар айланмаси ошади, амортизация нормаси, таъмирлаш харажатлари самарали бўлади.

Маданий савдо хизматини кўрсатиш даражаси харидорларни ўзига жалб этиш масалаларида, товар айланмасини ўстиришда муҳим аҳамиятга эгадир.

Сервис хизматини кўтаришга интилиш корхона харажатларини оширади, аммо унга нисбатан товар айланмасининг ўсиши тезроқ ва келтирадиган даромади юқорирок бўлади.

#### **Мустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Чакана савдо корхонасининг харажатлари деганда нимани тушунасиз?
2. Чакана савдо корхонасининг муомалар харажатлари қандай таснифланади?
3. Чакана савдо корхонаси муомала харажатларининг номенклатураси ва тавсифномаси қандай?
4. Чакана савдо корхонасининг харажати қандай омиллар таъсир кўрсади?
5. Чакана савдо корхонасининг муомала харажатларини таҳлил қилиш услубияти тўғрисида гапириб беринг.
6. Чакана савдо корхонасининг муомала харажатлари умумий ҳажми бўйича қандай режалаштирилади.
7. Чакана савдо корхоналарининг фойда ва рентабеллиги қандай аниқланади?

## **11-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ МОЛИЯСИ**

### **11.1. Молиявий ресурсларнинг иқтисодий асоси**

Бозор иқтисодиёти шароитида товар-пул муносабатларининг амал қилиши молиянинг заруратини ифодалайди. Муомала доирасида мол харид қилинади, сотилади ва бу жараён яна такрорланади. Савдо муомала шакли тарзида бу айланишга замин яратади.

Чакана савдо фирмалари ва корхоналарнинг хўжалик фаолияти мол етказиб берувчилар, банк, бюджет, харидорлар, савдо ходимлари ва бошқалар билан бўладиган турли-туман пул муносабатларидан таркиб топади.

Пул маблағларининг режали равишда вужудга келтирилиши, тўпланиш ва сарфланишини ифодаловчи иқтисодий муносабатлар молияни англатади.

Молия марказлашган ва марказлаштирилмаган фондларни ташкил этиш ва фойдаланиш билан боғлиқ пул муносабатларини ўз ичига олади. Марказлаштирилган фондларга давлат бюджети, банклари, омонат кассалари, суғурта органлари ресурслари киради. Марказлаштирилмаган фондларга эса, давлат мулкидан бошқа мулк шаклларидаги банклар, омонат кассалари, суғурта фирмалари, корхоналарнинг ижтимоий ва иқтисодий ривожланиш фондлари, меҳнатга ҳақ тўлаш фондлари, амортизация, суғурта, таваккалчилик фондлари киради.

Савдо молияси мамлакатимиз иқтисодиёти молиясининг таркибий қисмини ташкил этиб, даромад ва харажатларни, пул маблағларининг вужудга келиш манбалари ва улардан фойдаланишни ўзига мужассамлаштиради.

Молия интизоми савдо фирмалари, корхоналарининг молиявий хўжаликни юритиш қоидаси ҳисобланади. Бу ўрнатилган қоидаларга риоя қилган ҳолда маблағларни сарфлашни, бюджетга, солиқ органларига ўз вақтида маблағ ўтказишни, олинган кредитларни қайтаришни, мол етказиб берувчилар билан ҳисоблашни, молиялаш натижасида олинган маблағдан мақсадга мувофиқ фойдаланишни билдиради. Молия интизомини бузган корхона турли жазо чораларига дуч келади.

Молиянинг моддий асосини ишлаб чиқариш ташкил этади. Саноат ва кишлоқ хўжалигининг, бошқа ишлаб чиқариш соҳалари товар айланмасининг тўхтовсиз ўсиши молиянинг мустаҳкамлигини ва турғунлигини таъминлайди.

Одатда молия икки вазифани: тақсимот ва назорат вазифаларини бажаради. Яратилган ижтимоий маҳсулот ва миллий даромад молия воситасида давлат ва бошқа мулкчилик шакллари, халқ хўжалигининг айрим тармоқлари, корхоналари, жамият ва унинг аъзолари ўртасида тақсимланади ҳамда ижтимоий ва иқтисодий ривожлантириш таъминланади. Назорат вазифаси маблағларнинг вужудга келиши, тўпланиши ва сарфланиши устидан текширишдир. Сўм билан назорат қилиш корхоналар даромадлигини кўтаришга, молия интизомини мустаҳкамлашга сабаб бўлади.

Мамлакат молияси ва унинг таркибий қисми бўлган савдо молияси ўртасида узвий боғланиш мавжуд. Жумладан, савдо молияси мамлакатимиз пул муносабати билан узвий боғлиқ бўлиб, банк кассасига тушадиган нақд пулнинг катта қисмини таъминлайди. Банк кассасига ўз вақтида етарли миқдорда пул тушиб турса, пулнинг қадри сақланади.

Банкда савдо корхоналари, фирмаларининг бўш маблағлари сақланади. Айни пайтда банк кредитларининг катта қисми мол муомаласида иштирок этади. Бунда жорий ва мавсумий мол захираларини ташкил этишга кишлоқ хўжалик маҳсулотларини тайёрлашга ва ишлаб чиқариш ҳамда ноишлаб чиқариш объектларини қуришга ва бошқа қатор тадбирларга банк кредит беради.

Савдо даромадининг бир қисми бюджетга ажратилади. Бу ажратма фойдадан солиқ сифатидан юритилади. Агар фойда режаси бажарилмаса, барқарор солиқ нормативи асосида бюджетга ажратиладиган маблағ ҳам камаяди. Демак, савдонинг товар айланмаси, фойда режалари бажарилиши, харажатларнинг камайиши натижасида молиявий турғунлиги ортади, бу эса бюджетни мустаҳкамлашга таъсир этади. Товар айланмаси ва фойда режаларининг бажарилиши учун эса ўз навбатида аҳоли талабига мос келадиган молларни харидорга етказиш, мол айланишини тезлаштириш, товар

йўқолишини камайтириш, савдонинг қулай, илғор усулларидан кенг фойдаланиш лозим.

Иқтисодиётнинг бошқа соҳалари корхоналари каби савдо корхоналарида ҳам молия интизомига риоя қилиш катта аҳамият касб этади. Молия интизомига риоя қилиш молия механизмини мустаҳкамлаш, корхона, фирмаларга хўжалик ташаббусини ҳар томонлама ривожлантиришга кенг йўл очиб бериш, уларнинг пировард иш натижаларидан манфаатдорлигини ошириш, давлат олдидаги ўз мажбуриятларини бажариш учун маъсулиятларини кучайтиришни таъминлашга олиб келади.

Корхонанинг барча мажбурий тўловларини амалга оширганидан сўнг қолган фойдасини қонунда кўзда тутилмаган ҳолларда олиб қўйиш таъқиқланади.

Корхонанинг қайси тадбиркорлик шаклига мансублигига қараб уни ривожлантиришга давлат томонидан қўшимча рағбатлантириш мақсадида имтиёзли кредит берилиши ёки имтиёзли солиқ солиниши, ҳатто солиқдан озод этилиши мумкин. Бу кўпроқ кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарига ёки корхонанинг катта-кичиклигидан қатъий назар, унинг давлат ҳимоясида бўлган мақсадга мувофиқ молларни ишлаб чиқариши, сотишига тааллуқлидир.

Корхоналар ўз маблағлари етишмаган ҳолда зарур маблағни банкдан қарзга олиши мумкин.

Молия хўжалигининг тўғри ташкил этилиши, молиявий ресурслардан оқилона фойдаланиш молларга ўз вақтида пул ўтказилишини таъминлайди, тежамкорликни кучайтиради, корхона молиясини мустаҳкамлайди, давлат ва маҳаллий органлар олдидаги мажбуриятларини ўз вақтида бажаришга кўмаклашади, тармоқ самарадорлигини оширади.

## 11.2. Айланма сармоя ва ундан фойдаланиш

Чакана савдо корхонаси ўз фаолиятининг узлуксизлигини таъминлаши учун муомала доирасида маълум миқдорда моддий ва пул ресурсларига эга

бўлиши керак. Товар муомаласи жараёнида иштирок этадиган бу ресурслар савдо фондларини ташкил этади. Савдо корхонаси бу фондларнинг бир қисмини мол ва моддий бойликлар тариқасида ўз вазифасини бажаришда ишлатади.

Савдо фондлари моддий ишлаб чиқариш ва молни сотиш ишлари учун маблағ етказиб беришга хизмат қилади. Уларнинг ҳажми мол айланиши узлуксизлигини таъминлаш учун эҳтиёжга мос ҳолда аниқланади. Савдо фондлари доимий ҳаракатда бўлиб, бу ҳаракат фондлар айланиши дейилади.

Савдо фондларининг ҳажми товар оборот ҳажми ва айланиш муддатига боғлиқ. Товар айланмаси ошса, фондларга эҳтиёж ошади, товар айланиш вақти қисқарса, аксинча фондларга зарурат камаяди.

Савдо фондлари мулкчилик шаклларига қараб, давлат, жамоа, қўшма корхоналар, хусусий, аралаш ва бошқа эгаллик фондларига бўлинади.

Иқтисодий мазмуний, вужудга келиш манбалари, ўз кийматини маҳсулот қийматига ўтказишига қараб савдо фондлари асосий, айланма ва муомала фондларига бўлинади.

Асосий фондлар товар муомаласи жараёнида кўп марта иштирок этади. Айланма жамғармаларига нарҳи 50 минимал иш ҳақи миқдоригача ва хизмат муддати эса 1 йилгача меҳнат қуроллари, хўжалик учун зарур материаллар, ёқилғи, маҳсус кийим-кечак, айрим идишлар киради.

Муомала фондлари мол ва пул бойликларидан иборат. Буларга молларнинг жорий ва мавсумий захиралари, муддатлари аввал ташкил этиладиган мол захиралари, кассадаги, ҳисоб-китоб счётидаги, йўлдаги пуллар, ҳисоб-китобдаги пуллар, боқиманда киради. Мол захиралари сотиш жараёнининг узлуксизлигини таъминлаш учун зарур. Захира миқдори товар айланмаси ҳажми ва мол айланиш тезлигига боғлиқ. Бундан ташқари харид қилинган, аммо етиб келмаган йўлдаги захиралар бўлиши мумкин.

Чакана савдо корхоналарига мол ва бошқа тўловларни амалга ошириш учун маълум пул захираси ҳам зарур. Савдонинг пул маблағлари касса, банкнинг ҳисоб-китоб счётидаги, йўлдаги пулларидан ташкил топади. Бу

фондлар оборотда доим мавжуд бўлади ва янгиланиб туради. Савдо корхонаси пул маблағларнинг айланиш харажати муомала харажатларида акс этади ва ялпи даромад ҳисобига қопланади.

Бозор иқтисодиёти шаротида корхона, фирмалар мустақиллиги, моддий жавобгарлик, моддий манфаатдорлик савдода асосан муомала ва айланма фондлар орқали ҳаётга татбиқ этилади.

Айланма ва муомала фондларининг пул шаклидаги ифодаси айланма воситалар дейилади. Айланма воситалар айланма ва муомала фондларидан фарқ қилган ҳолда, муомала жараёнида сарфланмайди ва истеъмол қилинмайди, балки авансланади. Улар товарларини мол шаклидан пул шаклига айлантиришга, сўнгра яна мол харид қилиш, сотишни узлуксиз юритишга хизмат қилади.

Савдонинг айланма маблағлари ташкил этилиши, ишлатилиши ва манбаига қараб туркумларга бўлинади.

Ташкил этилишига кўра айланма маблағлар нормаллаштирилган ва нормаллаштирилмаган турларга бўлинади.

Нормаллаштирилган айланма маблағларга: чакана ва улгуржи савдо омборларидаги, савдо тармоғидаги ва йўлдаги мол захиралари, кассадаги, йўлдаги, чакана савдо ва умумий оватланиш тармоқларидаги пуллар: ўзга активлар, товар айланмасидан кредитланмайдиган бўш ва банд идишлар, келгуси давр харажатлари хизмат муддати бир йилгача ва киймати 50 минимал иш ҳақигача бўлган моддий-техник жиҳозлар, ёқилғи, хўжалик учун зарур материаллар, маҳсус кийим-кечаклар, ёрдамчи ишлаб чиқариш хўжаликларидagi тугалланмайдиган ишлаб чиқариш, тайёр маҳсулот киради.

Нормаллаштирилмаган айланма маблағларга: банкдаги маблағларга ҳисоб-китоб счётидаги пуллар, мақсадга мувофиқ маблағлар, жўнатилган моллар, мол харид қилувчининг мол сотиб олишдан воз кечган ва жавобгарлик асосида сақлаб турган моллари, кредитга сотилган моллар бўйича ҳисоб-китоблар, товар айланмасидан кредитланадиган бўш ва банд идишлар, боқиманда киради. Буларга норма ва нормативлар белгиланмайди.

Савдонинг айланма маблағлари товар-моддий бойликлар, пул мабланлари, боқиманда, ўзга маблағлар ва жўнатилган моллар тарзида ишлатилади. Айланма маблағларнинг асосий қисмини товар-моддий бойликлар ташкил этади. Пули тўланган, ammo хали савдога келиб тушмаган моллар йўлдаги молларни ташкил этади. Дўкандан банкдаги ҳисоб рақамда ёзилгунча бўлган даврдаги пуллар йўлдаги пул маблағларини ташкил этади.

Вужудга келиш манбаига кўра савдо айланма маблағлари ўз маблағи ва унга тенглаштирилган ҳамда қарзга олинган ва унга тенглаштирилган турларга бўлинади. Айланма маблағларнинг барча туридан унумли фойдаланиш корхоналар учун жуда муҳимдир. Савдода фондларнинг самарадорлигини ошириш муомала харажатларининг камайишига корхонанинг иқтисодий ва ижтимоий ривожлантирилишини яхшилашга олиб келади, маблағлардан тежамли фойдаланиш, молия ишини тўғри ташкил этиш, молия интизомига риоя қилиш корхона режаларини муваффақиятли бажариш гаровидир.

Айланма маблағлар самарадорлигини белгиловчи муҳим иқтисодий кўрсаткич уларнинг айланиш вақтидир. Айланиш вақтига кўплаб омиллар таъсир этади: товар ҳаракати бўғинлари, мол таклифи ва талаб ўртасидаги муносабат, транспортнинг ривожланиш даражаси ва бошқалар. Айланма маблағларнинг айланиш тезлиги савдо фирмаси хўжалик фаолиятининг муҳим сифат кўрсаткичи бўлиб, бу кўрсаткич айланма маблағларга бўлган эҳтиёжни топишга ёрдам беради.

Агар товар айланмаси режаси бажарилмаса, ортикча мол захираси тўпланса, даромад пасайса, боқиманда ошса, айланма маблағлар айланиши секинлашади, уларга эҳтиёж ортади ва натижада фирманинг молиявий ҳолати ёмонлашади.

Харажатларни камайитириш мақбул миқдорда мол захиралари тайинлаб туриш ва айланма маблағлардан унумли фойдаланилаётганини билдиради. Айланма маблағлар айланишини қуйидаги кўрсаткичлар ифодалайди:

- айланиш коэффиценти;
- маблағларнинг ишлатилиш коэффиценти;

- маблағларнинг кунлар сифатидаги захираси.

Айланиш коэффиценти маълум давр товар айланмасини таъминлаш учун айланма маблағлар неча марта айланиши кераклигини билдиради ва давр товар айланмасини айланма маблағларнинг ўртача қийматига бўлиб топилади. Буни қуйидаги формула ёрдамида ифодалаш мумкин:

$$K_a = T / A$$

Бу ерда, T – товар айланмаси;

A – айланма маблағларнинг ўртача қиймати.

Масалан, агар тўртинчи чорак товар айланмаси 100 млн. сўм, айланма маблағларининг ўртача қиймати 10 млн. сўм бўлса, айланиш коэффиценти 10 га тенг бўлади, яъни 100 млн. сўмлик товар айланмасини таъминлаш учун айланма маблағяар 10 марта айланиши керак.

Маблағларнинг ишлатилиш коэффиценти айланма маблағга эҳтиёжни ифодалаб, айланиш коэффицентига тескари ҳолда топилади:

$$K_i = A / T$$

Юқоридаги мисолга биноан бу коэффицент 0,1 га тенг, яъни 1 сўмлик товар айланмасига 10 тийинлик айланма маблағ талаб етилади.

Маблағнинг кун сифатидаги захираси бу захиранинг неча кунлик оборотни таъминлай олишини билдиради ва айланма маблағларнинг ўртача қолдиғини (йил ёки чорак) кунларига кўпайтириб, шу давр товар айланмасига бўлиб топилади, яъни:

$$K_k = A * D / T \text{ ёки } K_k = A / T_k$$

Бу ерда, K<sub>к</sub> – маблағнинг кунлар ҳисобидаги захираси;

D – давр кунлари;

T<sub>к</sub> – даврнинг кунлик ўртача товар айланмаси.

Мисол учун тўртинчи чоракда айланма маблағлар қолдиғи кунлар сифатида 9 га тенг ( $1 * 90 / 10$ ), яъни айланма маблағлар 9 кунлик айланмасини таъминлашга етади.

Умумий оқатланиш корхоналарида юқоридаги ҳисобланган кўрсаткичлардан ташқари 1 сўмлик сотилган ўз маҳсулотига тўғри келадиган айланма маблағлар миқдори кўрсаткичи топилади.

Маблағлар айланишининг иқтисодий самарадорлигини таҳлил этишда шуни эсда тутиш керакки, баъзи элементлар, жумладан паст баҳоли ва тез ишдан чиқадиган воситаларга сарф этилган айланма маблағ айланишини тезлаштириш мақсадга мувофиқ эмас. Агар тезлашса, тежамкорликка оид ҳолат вужудга келади.

### 11.3. Молиявий ресурсларнинг шаклланиш манбалари

Молиявий ресурслар корхона молиявий фаолиятини таъминловчи манбадир. Молиявий ресурслар бажарадиган вазифаларига кўра турли мақсадларга хизмат қилади: асосий хўжалик фаолиятини, асосий воситалар тикланишини, ходимларнинг моддий манфаатдорлигини, кадрларни тайёрлаш тадбирларини, ижтимоий-маиший ва бошқа эҳтиёжларни таъминловчи ҳисобланади.

Корхонанинг молиявий ресурслари унинг ташкил этилишидаги маблағнинг шаклланишидан бошланади. Корхонанинг асосий ва айланма капиталининг шаклланиши турли манбалар ҳисобига бўлиши мумкин.

Агар корхона давлат маблағи ҳисобига ташкил этиладиган бўлса, яъни жами устав капитали давлат мулки ҳисобига ташкил этилса, у давлат корхонаси сифатида ташкил топади ва фаолият юритади.

Бозор иқтисодиёти шароитида турли-туман мулк шаклидаги корхоналарнинг ташкил этилиши уларнинг таъсис этувчиларнинг пул ва моддий бадаллари, қимматли қоғозларидан олинadиган даромадлар, банк ва бошқа қарз берувчиларнинг кредитлари ва бошқа маблағ ҳисобига амалга оширилади.

Таъсисчиларнинг пул маблағи ёки моддий бойлиги эвазига барпо этилиши корхонанинг ўз маблағини шакллантиради. Хусусий корхонанинг бошланғич маблағ манбаи бўлиб айрим жисмоний шахсларнинг маблағи бўлиши мумкин. Жамоа корхонасининг бошланғич мулки жамоа аъзоларининг маблағи, моддий неъматлари ҳисобига таркиб топиши мумкин. Хусусий тадбиркорлик ва кичик бизнесни ривожлантиришга оид Қонун асосида ташкил этилган маҳсус қўллаб-қувватлаш фондлари маблағларидан қарз олиб ҳам корхоналарни бунёд этиш мумкин.

Бошланишда турли молиявий манбалар ҳисобига ташкил этилган корхонанинг фаолияти давомида фойдага мунтазам равишда эришиши молиявий ресурсларнинг доимийлигини таъминлайди. Фойда корхонанинг ҳам иқтисодий, ҳам ижтимоий ривожини таъминловчи манбадир. Корхона фойда ҳисобига асосий ва айланма капиталини кенгайтиради. Корхона ходимларининг ижтимоий-маиший эҳтиёжларини қондириш учун фойданинг маълум қисми сарфланади. Истеъмол ёки жамғаришга қанча маблағ сарфлашни корхона ўзининг ҳолати, истиқболга қараб белгилайди.

Молиявий ресурслар иқтисодий мақсадига кўра қуйидагиларга бўлинади:

- асосий фаолиятни таъминловчи;
- асосий фондларнинг қайта тикланишини таъминловчи;
- ходимларни моддий рағбатлантиришни таъминловчи;
- кадрларни тайёрлаш билан боғлиқ тадбирларни таъминловчи;
- ижтимоий-маиший ва бошқа эҳтиёжларни қондиришга мўлжалланган ресурслар.

Асосий фаолиятни, савдо-сотиқ ва хизмат фаолиятини юритишда корхона ўз айланма маблағларидан ва банк кредитларидан фойдаланади. Бу мол харид қилиш, келтириш ва сотиш билан боғлиқ фаолиятга зарур маблағлардир.

Асосий фондларни қайта тикланишини таъминловчи ресурслар корхона фойдаси, банк кредити, акциялар сотишдан келадиган маблағ бўлиши мумкин.



Ходимларни моддий рағбатлантиришга мўлжалланган ресурслар корхонанинг иш ҳақи фонди, фойдаси, зарур ҳолда шу мақсадда олинган банк кредитидан иборатдир.

Кадрларни тайёрлашни корхона ўз харажатлари ҳисобига амалга оширади, яъни сотган моллари эвазига оладиган ялпи даромади бу харажатларни қоплаш манбаидир.

Корхона ходимларининг ижтимоий-маиший харажатлари корхона оладиган фойдаси ҳисобига қопланади. Зарур ҳолларда банк кредитидан ҳам фойдаланиш мумкин.

Корхона молиявий ресурсининг зарур ҳолатлардаги манбаи қарзга олинadиган маблағлари, пул манбалари резервдан фойдаланишдир. Корхона айланма маблағга бўлган зарурратни қоплашга, асосий фондларни шакллантиришга банк кредитидан фойдаланади. Банкнинг қисқа муддатли кредитлари асосан мол харид қилиш учун берилadигна қарз ҳисобланади. Бу қарзнинг қайтарилиш муддати, фоиз билан қайтарилиш шартлари мавжуд. Бозор иқтисодиёти шароитида рақобатдош банкларнинг кўпайиши улар ичидан энг ишончли, самарали, кам фоизлигини танлаш ва у билан контракт тузиш имкониятини беради. Шу каби узок муддатли банк кредитларидан фойдаланиш имкониятлари ҳам каттадир. Узок муддатли қарз асосан янги иморат, иншоотлар қуриш, қайта қуриш, техник қайта қуроллантириш ва бошқа мақсадлар учун берилadи. Узок муддатли кредитнинг ўзлаштирила бориш даврлари, объектларни ишга тушириш муддати ва қарзни қайтариш, фоиз билан қайтариш шартлари мавжуддир. Корхона билан банк келишувларида қарзни ўз вақтида қайтарилмаслигининг юқориқроқ фоизларга сабаб бўлиш акс эттирилади.

Корхонанинг келгусида сарфлашга мўлжалланган фондидаги маблағлар, ишлатилмай турган айрим фондларидаги маблағлар резерв маблағ сифатида зарурат вақтида қайтариб қўйилиш мўлжали билан фойдаланишга жалб этилиши мумкин.

Молиявий ресурсларнинг бири эҳтиёжни қондиришга зарур маблағни қимматли қоғозлар чиқариб сотиб, тўплашдир. Бу манба бозор иқтисодиёти

ривожланган давлатлар корхоналари, фирмалари, компанияларида кенг ривож топган.

#### **11.4. Чакана савдо корхоналарининг тўловга қодирлигини таъминлаш**

Бозор иқтисодиёти шароитида фаолият юритувчи корхоналарнинг тўловга қодирлиги унинг иқтисодий мустаҳкамлиги, етарли маблағга эгаллиги ифодаси бўлиб, шериклари, рақобатчилари орасида ишончлилиги ва обрўсининг кафолати ҳисобланади.

Корхонанинг тўловга қодирлигини таъминлаш молиявий назорат воситасида амалга оширилади. Молия бўлими ходимлари молия режасининг бажарилиши, норма, норматилар, лимитлар меъёрида сарф-харажатларга йўл қўйишни назорат қиладилар. Назорат қуйидаги кўрсаткичлар бўйича амалга оширилади:

- молларни ўз вақтида қабул қилиш ва пулини ўтказиш;
- мол сотишнинг оператив режаларини бажариш ва ортиқча мол захираларига йўл қўймаслик;
- меҳнат унумдорлиги ва меҳнатга ҳақ тўлаш ўртасидаги нисбатнинг назорати.

Молларни ўз вақтида қабул қилиш бу жараёндан қутилиши мумкин бўлган жарималардан халос этади. Бу корхонани режалаштирмаган харажатлари яъни фойдасини пасайтирувчи сабаблардан биридир. Шу каби молнинг пулини ўз вақтида ўтказиш ҳам турли жарима чораларидан сақлайди, пулнинг унумсиз кетиши олдини олади. Ҳозирги даврда, яъни маҳсулотлар учун ҳакни олдиндан тўлаб қўйиш кенг қулоч ёйган шароитда тўланган пулнинг молини ўз вақтида юборилиши ва элтиб қўйилишини кузатиб туриш, боқимандаликка йўл қўймаслик муҳимдир. Назоратдан четда қолган шартномалар, контрактлар бўйича шартларни бузиш, муддатларнинг кечикиши, молнинг келишилган ассортиментдагидек бўлмаслиги мумкин. Булар пировард

натихада корхона товар айланмаси режасини, даромад, фойда режаларини бажармасликка сабаб бўлиши мумкин.

Корхона фойда ва рентабеллигини таъминлашда мол сотиш оператив режаларининг ўз вақтида бажарилиб туриши муҳим аҳамиятга эгадир. Бу режанинг мунтазам удаланиб бориши молларнинг қийматини ўз вақтида тикланишини ҳамда мол эгасига пулни кечиктирмай тўланиш имкониятини яратишни билдиради. Ортиқча мол захираларининг тўпланиб қолишига йўл қўймаслик ҳам шу каби молнинг ҳақини тикланиб бораётганидан далолатдир.

Корхона молия бўлими ходимларининг тўлов тақвими барча молиявий ҳисоб-китобларни оператив бошқариш, назорат қилиш воситаси ҳисобланади. Бундай қисқа муддатни (масалан, 1 ойлик) ўз ичига оладиган тақвимнинг бир томонида ой бошидаги варақасидаги қолган маблағ, савдо-сотикдан маблағ келиб тушиши, банк кредитининг олинishi, ортиқча, керакмас моддий бойликларни сотиш, маблағнинг бошқа манбалардан келиши ифодаланса, иккинчи томонида иш ҳақи тўлаш, ижтимоий суғурга, пенсия, бандлик фондларига ажратма, тиббий фондга мажбурий ажратма, солиқлар тўлаш, молларнинг ҳақини тўлаш, банк кредитларини қайтариш ва фоизини тўлаш ҳамда шу каби бошқа харажатлар акс эттирилади.

Молиявий назорат иш ҳақи фондининг сарфланиши устидан ҳам олиб борилади. Бунда иш ҳақининг иқтисодий асосланиши, унумсиз тўловга йўл қўйилмаслиги кузатиб борилади. Иш ҳақининг ўсиши инфляция таъсиридан ташқари ҳолларда малаканинг ошиши ва меҳнат унумдорлигининг ўсиши билан боғлиқ бўлиши керак.

Корхона маблағининг унумли сарфланишига боқимондалик салбий таъсир кўрсатади. Корхона мол учун ўтказган пулига молнинг ўз вақтида келмаслиги ва маблағнинг бошқа корхоналарга хизмат қилиши ёки қайтарилиш керак бўлган маблағнинг ўз вақтида қайтарилмаслиги салбий ҳолатлардир. Булар кундалик назоратда бўлиб, ташқарига жалб этилган корхона маблағларини ўз вақтида қайтариш чораларини кўртш лозим.

Юқорида қайд этилган назоратни йўлга қўймаган, маблағнинг унумли, самарали фойдаланишига эришилмаган корхона иқтисодий, молиявий танглик ҳолатига тушади ҳамда тўлов қобилияти пасайиб боради.

Тўловга қодир бўлмаган корхона банк ва бошқа қарз берганларнинг қарзи узилиши муддатлари ўтиб умидсиз ҳолга келганда синишга юз тутати. Корхоналар банкротлиги тўғрисидаги қонунга биноан синган корхоналар суд ёки ҳакамлик тузган тугатиш ҳайъати томонидан тугатилади. Қарз берганларнинг даъвоси аҳамиятига кўра кетма-кет қондирилади. Энг аввал бюджет олдидаги қарзлар узилади. Сўнгра бошқа даъволар қондирилади.

#### **Мустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Чакана савдода молиявий ресурсларнинг мазмуни нимадан иборат?
2. Чакана савдода молиявий ресурслар қандай шаклланади?
3. Чакана савдо корхонасининг асосий ва айланма капитали қандай яратилади?
4. Чакана савдо корхонасининг молиявий ҳолати қандай баҳоланади?
5. Чакана савдо корхонасининг молиявий режаси моҳиятини очиб беринг.

## 12-боб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ

### 12.1. Чакана савдо корхоналарининг стратегик режаси

Корхоналар учун режалаштириш фаолиятининг юкори даражасини ифодалаб, сотиш ва фойда олиш кўрсаткичларини яхшилашга хизмат қилади. Режалаштиришнинг асосий қисми стратегик режалаштиришдан иборатдир.

Стратегик режалаштириш – бу корхонани истикболда кўриш, корхонанинг иқтисодиётда, мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги ўрни, ролини билиш ва янги даражага эришиш йўллари, воситаларини ишлаб чиқишдир. Стратегик режалаштиришда аниқ ҳисобланган кўрсаткичлар бўлмайдди, балки турли башоратлар (иқтисодиёт, илм-фан ва техника, сиёсат, демография ва бошқаларни ўрганиш) асосида мўлжаллар, келгусига назар ташлашдан иборатдир.

Корхона дастури ўз ичига корхонанинг бугунги ҳолати ҳақида, унинг мижозлари, мижозлар учун кадрли бўлган томонлари, корхона истикболлари ҳақида маълумотларни олади. Савдо корхонаси бундай дастурни доимо диққат марказида сақлаши, мунтазам равишда унга тузатишлар киритиб туриши керак. Корхона дастури мақсад кўйишга, унинг аҳамиятини оширишга кўмаклашади ва мақсадга эришишга йўллайди.

Корхона дастурида корхонанинг фаолият доираси кўрсатилади. Бу доиранинг чегараси бўлиб маҳсулотлар, технологиялар, мижозлар гуруҳи, улар эҳтиёжи ёки бир неча омилнинг аралашмаси хизмат қилиши мумкин. Масалан, корхонада автомашиналар, радио-телеаппаратлари, бошқа моллар сотилишини ифодалаш моллар доираси чегарасини билдиради. Чакана савдо корхонасининг имконин борича мол ассортименти кенгрок бўлиши мақсадга мувофиқдир.

Чакана савдо корхонаси «Биз болаларни овқатлантираимиз» ёки «Биз ёши улугларга хизмат қиламиз», «Биз сайёҳларга хизмат қиламиз», «Биз уй бекаларига хизмат қиламиз» каби мижозлар гуруҳи ҳамда уларнинг эҳтиёжи доираси савдо корхонаси дастурида ўрин эгаллайди. Дастурни белгилашда мол

чегарасига караганда мижозлар гуруҳининг талаби чегараси кўпрок истивболли ҳисобланади, чунки бирор молга талаб қондирилса, бозорда харидори камайиб кетади. Аммо мижозлар талаби, эҳтиёжи чегарасида бир молга талаб пасайса, иккинчисига ошиб боравериши мумкин.

Раҳбарият корхона дастурини тузишда шуни инобатга олиши керакки, дастур жуда тор доирада ҳам, жуда кенг доирада ҳам бўлиб кетмаслиги керак. Дастурни тузишда корхона ўзининг имкониятларидан келиб чиқиши керак.

Корхонанинг вазифалари ва мақсади босқичи ҳар бир бошқарувчи, раҳбарият ходими олдига мақсадга эришишга қаратилган вазифалар кўяди. Ўз вазифаларининг бажарилишига ҳар бир ходим жавобгардир.

Корхонанинг асосий мақсади фойда олиш бўлса, унга эришиш учун фойда келтирадиган молларни сотишни кўпайтириш, улар ҳиссасини ошириш лозим. Бундай моллар сотилишини кўпайтириш эса мол манбаларини топишни, улар ичида энг самаралисини (арзон, сифатли, кам чикимли, кўп фойдали) танлашни талаб этади. Булардан ўз навбатида қатор вазифалар келиб чиқади. Бу вазифалар маркетинг вазифалари бўлиб, маркетинг стратегиясини ишлаб чиқишни талаб этади. Бунда бозорни ўрганиш, таклиф манбаларини ўрганиш, корхонага тегишли ҳар бир мол бўйича конъюнктурани ўрганиш ва хулоса чиқариш жараёни бажарилади.

Ҳар бир ходимнинг вазифаси аниқланади ва уни адо этиш муддатлари белгиланади.

Корхона хўжалигини ривожлантириш режаси стратегик режалаштиришнинг муҳим босқичи ҳисобланади. Бунда хўжалик фаолиятининг бош йўналишлари таҳлили амалга оширилади ва айрим молларнинг рентабеллиги аниқланади. Рентабеллик даражасига кўра уни савдода қолдириш ёки қолдирмаслик, жалб этиш ёки жалб этмаслик қарорини қабул қилиш керак бўлади. Юқори рентабеллик молларга кўпроқ молиявий ресурсларни сафарбар этиш, кам фойдалиларидан четлаша боришга қаратилган ишларни режалаштиради.

Корхонани ўстириш стратегияси ўз ичига корхонанинг келгусида яна қандай молларни сотишни ўзлаштириши, қайси маҳсулотлар бозорига эътиборни кучайтириши, куч сарфлашини олади.

Корхонани ўстириш стратегиясини 3 босқичдаги таҳлил асосида ишлаб чиқиш мумкин. Биринчи босқичда ҳозирги фаолият доирасидаги фойдаланиши мумкин бўлган имкониятлари аниқланади. Бунда ўсишга жадаллаштириш омили орқали эришилади; мол ёки бозорнинг мавжуд ҳолатида имкониятларни топиш ва ўстиришга интилиш ўрин эгаллайди. Имкониятлари турлича бўлиши мумкин. Жумладан, молни бозорга чуқурроқ сингдириш (харидорнинг эътиборини кўпроқ қозониш мақсадида рақобатчисига нисбатан молни арзонроқ сотиш, сотилган моллар маълум сонга етганида харидорга муқофот бериш билан рағбатлантириш, шу молнинг янги истеъмолчиларини топиш) йўли билан сотишни кўпайтириш мумкин.

Бошқа имконияти бозор чегарасини кенгайтириш, яъни янги бозорлар топиш ва мавжуд моли билан уларда савдо-сотиқ юритишдан иборатдир. Навбатдаги имконияти молни такомиллаштириш, яъни мавжуд молдан кескин фарқ қиладиган, сифати ва истеъмол қиймати юқори бўлган молнинг яратилиши билан боғлиқдир.

Иккинчи босқичида корхона тармоқ доирасида бошқа корхоналар билан ҳамкорликда (интеграция) ишлаши мумкин. Бунда шу тармоқ доирасида тақсимот системаси қаттиқ назорат қилинади. Бунда рақобатчи фирмалари устидан доимий назорат олиб борилади.

Корхонани ўстириш стратегиясининг учинчи босқичида тармоқ доирасида ўсиш имкониятлари қолмаган бўлса, фаолиятнинг мавжуд турига яқинроқ янги йўналишни танлаш, ўзлаштиришдан иборат жараён амалга оширилади.

### **12.2. Чакана савдо корхоналарининг тактик режаси**

Чакана савдо корхоналарининг тактик режаси стратегик режасининг бир қисми бўлиб, унда қўйилган мақсадларга эришишнинг восита ва усуллари

аниқланади. Тактик режаларда умумий сотиш режаси, ҳар бир мол гуруҳи бўйича таъминот ва сотиш режаси, даромадлар режаси, харажатлар режаси, фойда режаси, савдо учун зарур жиҳозлар, асбоб-ускуналар билан таъминлаш режаси, бозорнинг ҳозирги ҳолатига баҳо бериш, корхона имкониятлари ва хавф-хатарлари ифодаланади.

Тактик режаларда ўтган йилдаги кўрсаткичлардан, жумладан корхонанинг товар-айланмаси кўрсаткичидан ўсиш, устунликка эга бўлиш мўлжалланса, бу ўсишга имкон берувчи воситалар (хусусан сотишни рағбатлантириш, реклама ва бошқалар) ҳам келтирилади. Бозордаги сотиладиган моллар харидори, асосий сегмент, истеъмолчиларнинг зарурати, рақобатчилар ва мол тақсимоли йўллари кўрсатиб берилди.

Айниқса корхонани фаолият давомида кутаётган хавф-хатарини билиш, имкониятларини аниқлаш муҳимдир. Корхона раҳбарияти буларни доим диққат марказида сақлаши ва хавф-хатарнинг салбий таъсири олдини олиш чораларини излаши керак.

Молни сотиш имкониятларида аввало корхонанинг бозордаги моли улуши, рақобатчилар ўртасидаги мавқеи ҳисобга олинади. Агар корхона молнинг сотилиш ҳажми ошаётган бўлса, бу ёки умумий иқтисодий ҳолатнинг яхшиланиши ҳисобига (бунда барча фирмалар айланмаси ошади) ёки рақобатчиларига нисбатан корхона фаолиятининг такомиллашгани ҳисобига бўлиши мумкин. Раҳбарият корхонанинг бозордаги улуши ўзгаришини мунтазам равишда назорат қилиб бориши керак. Агар бу улуш ошиб борса, корхонанинг рақобат қобилияти кучайганини билдиради ва аксинча.

Корхона раҳбарияти, менежери мижозлар муносабатига, уларнинг ўзгарувчан эҳтиёжига эҳтиёткорлик билан қараши, уларни йўқотмасликка йўналтирилган тадбирлар ишлаб чиқиши ва ҳаётга татбиқ этиш йўллари белгилаши керак. Бу борадаги ахборотлар мижозларнинг шикоятлари ёки таклифлари орқали, мижозларнинг оғзаки фикрлари ёки маҳсус тўлатиладиган сўровномалар ёрдамида тўпланади.

Бозор талаби асосида жорий кўрсаткичлар мўлжалланган режа кўрсаткичларидан кескин фарқ қила бошласа, мўлжалланган режага тузатишлар киритилади.

### 12.3. Бизнес-режа ва унинг тузилиши

Чакана савдо корхоналари ўз тадбиркорлик фаолиятларини режалаштиришда бизнес-режага асосланади. Бизнес-режа асосан молиявий-иқтисодий фаолиятнинг ютуғини таъминлашга хизмат қилади.

Бизнес-режа турли бўлимлардан иборат бўлиб, унинг биринчи бўлимида корхона тадбиркорлик фаолиятининг мақсади ва вазифалари акс эттирилади. Тадбиркорлик фаолиятининг бош мақсади фойда олишдир. Бирор ишни мўлжаллаётганда, аввало қанча фойда олиш мумкинлигини ҳисоблаш лозим. Шу билан бирга фойда келишининг бир текислиги таъминланиши, инфляция таъсирида пул маблағларига муҳтожликни ва уни қондиришни ҳисобга олиниши лозим.

Корхонанинг муҳим мақсади – иқтисодий потенциални ривожлантириш ва мустаҳкамлашдан иборатдир. Бунда корхонанинг савдо-сотик билан боғлиқ молиявий, илмий, техник-технологик қувватини ошириш кўзда тутилади. Булар корхонанинг келгусидаги мавқеига, обрўсига, юқори сифатли моллари ва хизматларига қафолат бўлиб ҳисобланади.

Бизнес-режанинг иккинчи бўлими асосий бўлим ҳисобланиб, унда фаолиятнинг бош мақсади, сотиладиган мол ёки кўрсатиладиган хизматнинг қисқача тафсиғномаси ва фарқли хусусиятлари, қўйилган мақсадга эришиш йўллари, усуллари, муддатлари, кетадиган харажатлар, қўрилаётган самарадорлик, эришилган натижалардан фойдаланиш акс эттирилади.

Умумлаштирувчи, жамловчи кўрсаткичлар сотиш ёки хизмат кўрсатиш ҳажми, савдодан тушадиган пул, ўзининг маблағи ва қарзга олинadиган маблағлар, фойда, рентабелликдан иборат.

Маҳсус кўрсаткичлар сифатида сотиладиган моллар ва хизматлар сифати, уларнинг фарқли хусусиятлари, харидорларнинг нозик талабларига ҳам

мослиги, сарфланган маблағларнинг тикланиш муддати, таваккалчиликнинг паст даражаси, мўлжалланган натижаларга эришиш қафолати хизмат қилади.

3-бўлимда истеъмолчиларга таклиф этиладиган моллар, хизматларнинг тавсифномаси иғодаланади. Бунда молни характерловчи асосий томонлари: намунаси, тавсифномаси, расми, модели ва бошқалар ўз аксини топади. Шу қаби тадбиркор молининг харидорлари қақида, аҳоли табақалари, шу молнинг харидори ва истеъмолчиси бўлган ташкилотлар, муассасалар қақида ахборотлар ҳисоб-китоб қилиниб бизнес-режада ўз аксини топади. Бундан ташқари молларни сотишда мўлжалланаётган нарх иғодаланади. Бу бизнес-режада энг қийин ҳисоблардан биридир, чунки инфляциянинг таъсирини кўра билиш керак.

4-бўлим мол сотиш бозорининг конъюнктурасини таҳлил этиш ва баҳо беришга бағишланган. Бунда беихтиёр эҳтиёжни ўрганиш, нархни башорат қилиш амалга оширилади. Натижада мол етказиб келиш ҳажми муддатлари белгиланади.

Бизнес-режа тузишда бозорни ўрганиш, таҳлил қилиш, баҳо бериш бир томонидан, талабни ва иккинчи томонидан, таклиғни ҳамда улар ўртасидаги нисбат ҳолатини аниқлашдан келиб чиқади. Харидорларни ўрганиш мол келтириш ҳажмини белгилайди. Молларга талабнинг ўзғариши бизнес-режа тузишда таҳминлар, ҳисоб-китоблар, баҳолаш, башорат қилиш асосида ҳисобга олинади.

Шу билан бирга маркетинг фаолияти натиғасида бозорни фаоллаштириш чора тадбирлари белгиланади. Рақобатчилар, уларнинг имкониятлари, нарх сиёсатини назардан четда қолдирмаслиғи керак.

5-бўлимда фаолият дастури ва ташкилий чора-тадбирлар акс эттирилади. Дастур уз ичига ода!да куйидагиларни олади:

- маркетинг фаолияти (реклама, бозорни белгилаш, истеъмолчилар, харидорлар билан алоқа ўрнатиш, улар талабини аниқлаш);
- мол харид қилиш, сақлаш, савдога тайёрлаш;

- харидорларга хизмат, шу жумладан сотишдан кейинги хизматни ҳам ташкил этиш.

Ташкилий чора-тадбирлар дастурнинг ажралмас қисми бўлиб, бизнес-режанинг бажарилишини тартибга солишга имкон яратади. Булар бизнес-режани бажаришни бошқариш усуллари, бажарувчиларнинг фаолиятини мувофиқлаштириб туриш усуллари, махсус ҳақ тўлаш, рағбатлантириш шаклларидан фойдаланиш, кадрлар танлаш ва тайёрлаш тадбирлари, ҳисоб-китоб, назорат ва бошқалардан иборатдир.

6-бўлимда бизнес-режани зарур ресурслар билан таъминланиши ифодаланади. Ресурслар билан таъминот ўз ичига қуйидагиларни олади:

- мол билан таъминот;
- меҳнат ресурслари;
- молиявий ресурслар (пул маблағлари, капитал қўйилмалар, кредитлар, қимматбаҳо қоғозлар);
- ахборот ресурслари (статистика, фан-техника ахборотлари).

Бизнес-режанинг 7-бўлимида фаолият самарадорлиги акс эттирилади. Фаолият самарадорлигини ифодаловчи асосий кўрсаткичлар бўлиб, фойда ва рентабеллик ҳисобланади. Бундан ташқари ижтимоий ва фан-техник самарадорлик аниқланади.

#### **12.4. Чакана савдо корхоналарининг товар айланмаси, хизматлар, захиралар ва товар билан таъминлаш режаларини тузиш**

Чакана савдо корхонаси чакана товар айланмасининг иқтисодий жиҳатдан асосланган режасига эришиш учун ўтган давр товар айланмасини, ундаги ўзгаришларни ҳар томонлама чуқур таҳлил этиш зарур, чунки иқтисодий таҳлил режалаштиришнинг таркибий қисми ҳисобланади. Режанинг бажарилишини таҳлил қилиш унинг тўғри тузилганига, иқтисодий асосланганлигига баҳо беришда муҳим аҳамиятга эга. Шунингдек, товар айланмасини ўстиришнинг, аҳолига хизмат кўрсатишни яхшилашнинг ички имкониятларини топишга қўмаклашади.

Таҳлил қилиш давомида товар оборот ҳажми, таркиби, мол билан таъминланиш ҳолати синчиклаб ўрганилади, унинг ривожланиш йўналишлари топилади.

Чакана товар айланмасига келиб тушган молларнинг ҳажми ва таркиби, уларнинг истеъмолчи талабига мос келиши, аҳоли харид фонди ва бошқа кўплаб омиллар таъсир этади. Таҳлил қилишда бухгалтерия ва статистик маълумотлардан фойдаланилади. Чакана товар айланмасининг йиллик умумий ҳажми таҳлил қилинади. Бунда режанинг бажарилиши, унинг ўтган йилдагидан фарқи аниқланади.

Товар айланмаси динамикасини таҳлил қилишда бир неча йиллар ҳисобга олинади. Товар айланмаси динамикасининг ўзи маълум ўзгариш (ўсиш ёки пасайиш) йўналишини келтириб чиқаради.

Келгуси давр товар айланмасининг ўсиш суръатини белгилашда бир неча йиллар мобайнидаги товар айланмасининг ўртача йиллик ўсиш суръатини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга.

Чакана товар айланмасига йил давомида таъсир этган муҳим кўрсаткичлар қаторида товар айланмаси балансининг бошқа элементлари ҳам бор. Чакана товар айланмаси баланси қуйидаги кўринишга эга:

$$M36 + KT = TO + TK + M3o$$

Бу ерда, M36 – давр бошидаги мол захираси;

KT – давр давомида келиб тушадиган моллар;

TO - товар айланмаси;

K – молларнинг табиий камайиши, нобудгарчиликлар, ўз-ўзига хизмат қилиш дўконларидаги йўқотиш;

M3o – давр охиридаги мол захираси.

Ушбу баланс ёрдамида қайси элементлар таъсирида чакана товар айланмаси ўзгаришини аниқлаймиз:

$$TO = M36 + KT - TK - M3o$$



Товар оборот балансидаги барча кўрсаткичлар ўртасида узвий алоқа мавжуд. Демак, бирининг ўзгариши беихтиёр бошқасининг ўзгаришига сабаб бўлади. Ўрганилаётган даврдаги товар айланмаси суммаси йил бошида қолган моллар захираси ҳолатига, уларнинг аҳоли талабига қанчалик мос келишига, келиб тушадиган моллар ҳажмига, таркибига, молларнинг табиий камайиши, айрим молларнинг сотишга яроқсиз ҳолга келишига, давр охирида норматив асосда мол захирасини вужудга келтиришга боғлиқ.

Товар айланмасини мол билан таъминлаш режасини дўконлар ёки савдо фирмаси бўйича умумий ҳолда тузишда чакана товар оборот балансидан фойдаланилади. Айниқса мол туркумлари бўйича бу балансни алоҳида тузиш муҳимдир. Бунда келиши керак бўлган мол ҳажми қуйдагича аниқланади:

$$KT = TO + TK + M3_0 + M36$$

Шуни ҳам ҳисобга олиш керакки, агар жорий йил мобайнида моллар нарҳида ўзгаришлар (нарҳнинг ошиши ёки пасайиши) содир бўлса, унда товар оборот ҳажмини бошқа йиллар кўрсаткичи билан таққослашда нарҳ индексларидан фойдаланиш лозим. Солиштирма нарҳга келтирилмаган ҳолда товар айланмаси ҳажмини таҳлил қилиш нотўғри хулосаларга олиб келиши мумкин.

Шунингдек, чакана товар айланмаси таркиби ҳам ташкил қилинади. Айрим моллар ва мол гуруҳлари бўйича таҳлил қилиш жами товар оборот ичидаги ўзгаришларни, уни ўстириш имкониятларини топишга қўмаклашади.

Товар оборот таркибининг таҳлили маълум муддат давомида аҳоли талабининг қанчалик қондирилаётганини, унинг ўтган йилдагидан фарқини кўрсатади ҳамда унга таъсир этувчи омиллар аниқланади. Таҳлил ёрдамида йиллик кўрсаткичлар ўрганилади, ҳар бир мол гуруҳининг оборотдаги ҳиссаси ва ундаги ўзгаришлар, аҳоли талабидаги ўзгаришлар аниқланади. Мол турлари, хиллари савдоси, ундаги ютуқ ва камчиликларни аниқлашнинг муҳимлиги шундан иборатки, савдо корхонаси дўконлар, бўлимлар фаолиятига товар оборот режасининг бажарилишига қараб эмас, балки аҳолига тақлиф қилаётган

моллар хиллари ва хизмат сифатига қараб баҳо бериш мақсадга мувофиқ, чунки харидорни дўкон товар айланмаси режасининг бажарилиши эмас, ўз талабининг қондирилиши қизиқтиради. Мол хиллари бўйича сотиш режасининг бажарилишига молнинг ўз вақтида келиши, унинг сифатининг талабга жавоб бериши ва бошқалар таъсир этади.

Чакана савдо корхонасининг товар айланмаси умумий ҳолда таҳлил этилганидан сўнг дўконлар, бўлимлар бўйича таҳлил амалга оширилади. Булар бўйича ҳам йиллик, чорак, ойлик товар оборот режаларининг бажарилиши, ундаги бир текислик, таъсир этувчи омиллар ўрганилади.

Шунингдек, товар айланмаси режаси бажарилишига аҳоли харид фонди, молларнинг бозорга келиши, савдо тармоғининг мол билан таъминланиши, савдони ташкил этиш, дўконлар товар оборот режасининг иқтисодий асосланганлиги таъсир этади.

Жорий йил мобайнида чакана товар оборот режасининг бажарилиши таҳлил қилиниб, оборотни ўстиришнинг ички имкониятлари аниқланганидан сўнг келгуси йилнинг режа кўрсаткичи тузилади.

Чакана товар айланмасини режалаштиришда савдо корхонаси хизмат қиладиган ҳудудда савдонинг ривожланиш истиқболли, асосий ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичларнинг ривожли (аҳоли сони, харид фонди, молларга бўлган талаби ва ҳоказолар), режанинг аввалги йилларда бажарилиш таҳлили натижалари, бозор ресурсларининг кенгайиш миқдори ва бошқалар ҳисобга олинади.

Чакана товар айланмасининг бир текис ривожини таъминлашда мол захиралари нормативининг тўғри ҳисоблангани ҳам муҳим аҳамиятга эгадир. Захиралар аҳоли талабига мос келадиган моллардан ҳамда иқтисодий асосланган нормативдан ташкил топган бўлса, корхона ортиқча харажатларга йўл қўймай, харидорларга савдо хизмати кўрсатиб, чакана товар айланмаси дастурини ҳаётга татбиқ этишга эришади.

Товар оборот режасини ҳисоблай бошлаганда мол ресурслари манбаларини, мол етказиб берувчилар, уларнинг мол етказиб бериш ҳажми,

ассортименти, муддатларини билиш лозим. Чакана товар оборот режаси дастурини мол билан таъминотисиз тасаввур қилиб бўлмайди.

Мол етказиб берувчиларнинг мол ассортименти, ишлаб чиқариш қуввати ёки мол етказиб бериш имкониятлари ўрганилади. Аҳоли талабига мос келадиган, нархи бозорни кониктирадиган моллар бўйича контрактлар тузилади ва унда мол етказиб беришнинг барча шарт-шароитлари келишиб олинади.

Маҳаллий ресурслардан имкони борича кўпроқ мол келтириш муҳимдир. Чакана савдо корхонаси маҳаллий ишлаб чиқариш корхоналарининг имкониятларини тўлароқ билиши, уларни кенг истеъмол молларининг янги турларини яратишга жалб этиши керак. Ишлаб чиқариш ривожланиб, ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобат кучайса, савдо корхонасига истеъмол молларини таклиф этувчилар кўпаяди ва савдонинг бу борадаги ҳозирги даврдаги вазифасига ўрин қолмайди.

#### 12.5. Чакана савдо корхоналарининг даромади, харажати ва фойдасини режалаштриш

Бозор иқтисодиёти шароитида савдо корхонаси оладиган ялпи даромади, фойдасига алоҳида эътибор бериб, уни таҳлил этади. Савдода ялпи даромадни таҳлил этишда аввало унинг ҳажмига таъсир этувчи омилларни ўрганиш лозим. Чакана савдо корхонаси ялпи даромадига чакана товар айланмаси ҳажми ва таркибининг ўзгариши, моллар нарҳининг ўзгариши, мол ҳаракати давомида оралиқ бўғинларнинг камайиши, бозор конъюктурасининг ўзгариши каби омиллар таъсир этади.

Чакана товар айланмаси ҳажмининг ўзгариши таъсирини қуйидаги жадвал мисолида кўриб ўтамиз (5-жадвал).

Жадвал рақамларига биноан, ялпи даромад режаси ортиғи билан бажарилган. Товар айланмаси ҳажмининг 11688 минг сўмга кўпайгани ялпи даромадни 1905,1 минг сўмга оширган. Демак, товар айланмаси ҳажмининг ортиши ялпи даромаднинг кўпайишига олиб келади ва аксинча.

#### Чакана савдо корхонаси ялпи даромади режасининг бажарилиши

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Амалда	Режанинг бажарилиши, %	Фарқи (+,-)
Чакана товар айланмаси, минг сўм	50000	61688	123,4	+ 11688
Ялпи даромад, минг сўм	8150	10116,8	124,1	+ 1966,8
Ялпи даромад даражаси товар айланмасига нисбатан, %	16,3	16,4	-	+ 0,1

Ўз навбатида товар айланмаси таркибининг ўзгариши ялпи даромад ҳажмига ижобий ёки салбий таъсир этиши мумкин. Аввало бу ўзгариш даромаднинг товар айланмасига нисбатан даражасини ўзгартиради (6-жадвал).

#### Чакана товар айланмаси таркиби ўзгаришининг ялпи даромадга таъсири (фоиз ҳисобида)

Мол туркумлари	Товар айланмаси таркиби, жамига нисбатан, %		Мўлжалланган савдо устамасининг даражаси, товар айланмасига нисбатан, %	Фоизли сонлар 3*4	X 5/100
	Режа	Амал			
1	2	3	4	5	6
Газлама	12,1	13,0	14,4	187,2	1,87
Устки кийим	21,0	22,0	17,5	385,0	3,9
Пойабзал	6,8	6,7	15,3	102,5	1,03
Атторлик моллари	8,3	8,3	14,5	120,4	1,2
Бошқа моллар	51,8	50,0	16,9	845,0	8,5
Жами	100	100	16,3	1640,1	16,4

X – ялпи даромаднинг жорий товар айланмаси таркиби ва режадаги савдо устамаси даражаси ёрдамида ҳисобланган даражаси.

Товар оборот таркибида юқорироқ савдо устамаси даражасига эга бўлган мол гуруҳлари ҳиссасининг ошиши ялпи даромаднинг товар айланмасига нисбатан фоиз ҳисобидаги ўртача даражасининг ошишига олиб келади. Ялпи даромаднинг товар айланмасига нисбатан фоиз ҳисобидаги даражасининг 0,1 га ошиши ялпи даромад миқдорининг 61,688 минг сўмга ўсишига сабаб бўлган.

Баъзи ҳолларда, яъни пастроқ савдо устамаси даражасига эга бўлган мол гуруҳларининг ҳиссаси қанчалик ошса, ўртача савдо устамаси шунчалик пасаяди ва бу ялпи даромад миқдорига салбий таъсир этади.

Инфляция таъсирида моллар чакана нарҳининг ўзгариб туриши ўз навбатида қўйиладиган устаманинг ҳам ўзгариб туришига сабаб бўлади. Устама баъзида мол чакана нарҳига мос ҳолда ўсиши, баъзида ундан тезроқ ёки секинроқ ўсиши ҳам мумкин. Бу бозор конъюнктурасидаги ўзгаришларга боғлиқдир.

Мол ҳаракати давомидаги босқичларнинг ўзгариши ҳам ялпи даромад ҳажмига таъсир этади. Бунда мол ҳаракатини мақсадга мувофиқ йўналтириш, ишлаб чиқарувчилардан чакана савдо тармоғига имкони борича тезроқ ва қисқа масофа орқали етказиш муҳим аҳамиятга эга. Оралиқ воситачи бўғинларнинг камайиши савдо устамасининг бўлинишини камайтиради ва аксинча, мол қанча кўп воситачи орқали ўтиб келса, савдо устамасига шериклар шунча кўпаяди.

Маҳсулотларнинг бузилиши, камайиши, синиши ва бошқа нобудгарчилиги қисқарса савдо корхонасининг оладиган даромади ошади.

Умумий овқатланишда ялпи даромад тармоқ хусусиятларига кўра, товар айланмасида ўзи тайёрлайдиган таомлар ва сотиб олиниб ишлов берилмай сотиладиган маҳсулотлар салмоғига боғлиқ. Ўзи тайёрлайдиган таомлар салмоғи қанчалик юқори бўлса, ялпи даромад шунча кўпаяди. Бундан ташқари умумий овқатланиш корхонасининг даромади қайси тоифага мансублигига ҳам боғлиқ. Умумий овқатланиш корхонаси (ресторан, қахвахона, ошхона ва ҳоказо) хизмат кўрсатиш даражаси ҳамда фирма таомларига эгаллигига биноан тоифаларга бўлинади, тоифалар қанчалик юқори бўлса, устама нарх шунча юқори бўлади.

Корхона ялпи даромади ҳар томонлама ўрганилганидан сўнг, келгуси давр дастури тузилади. Бунда режалаштирилаётган даврдаги товар оборот ҳажми ва таркиби ҳисобга олинади. Келгуси давр товар айланмаси таркибидаги ҳар бир мол туридан қоладиган устамалар йиғиндиси корхонанинг жами даромадини ташкил этади.

Агар ялпи даромад режасини тузиш вақтида товар айланмаси таркиби, мол билан таъминлаш режими етарли асосланмаган бўлса, унда жорий йилдаги ялпи даромаднинг ўртача даражасидан фойдаланилади. Бунда ўртача даража фоизи режалаштирилаётган даврнинг товар айланмаси ҳажмига кўпайтирилиб, 100 га бўлинади.

Келгуси даврга ялпи даромад режасини тайёрлаб, уни корхона харажатларига таққосланади ҳамда фойда меъёри аниқланади. Корхона ялпи даромади харажатларни қоплашга, мажбурий ва ихтиёрий тўловларга етиши ҳамда жамоанинг ижтимоий ривожини, корхонанинг иқтисодий ўсишини таъминлай оладиган бўлиши керак.

Корхона харажатларининг моддий, меҳнат ва пул ресурсларидан самарали фойдаланишидан таркиб топиши лозимлиги рақобат курашининг муҳим талабларидандир.

Муомала харажатлари суммасини келгуси даврга ҳисоблаш жорий даврдаги ҳолатни билишдан бошланади. Бунда жорий даврда сарф этилган маблағ режадагига таққосланиб, тежам ёки ортиқча чиқим аниқланади (7-жадвал).

7-жадвал

**Чакана савдо корхонаси муомала харажатлари таҳлили**

Кўрсаткичлар	Режа бўйича	Амалда	Режанинг бажарилиши, %	Режадан фарқи (+, -)
Товар айланмаси, минг сўм	50000	61688	123,4	+ 11688
Муомала харажатлари:				
- миқдори, минг сўм	7050	8759,7	124,2	+ 1709,7
- товар айланмасига нисбатан, %	14,1	14,2	-	+ 0,1

7-жадвал маълумотларига биноан, муомала харажатлари режадагидан 24,2% ортиқ бўлган. Товар оборотнинг 11688 минг сўмга ошириб бажарилиши харажатларни 1648 минг сўмга ўстирган. Муомала харажатлари бўйича фарқнинг қолган қисми (61,7 минг сўм) харажатлар даражасининг ортиши ҳисобига тўғри келади.

Муомала харажатларининг дўконлар, бўлимлар, дўкончалар бўйича таҳлилини амалга ошириш тежамкорликка қай даражада эътибор берилаётганлигини кўрсатади. Дўкон харажатларини бир-бирига таққослашда иш шaroитлари нисбатан яқинлари танланади. Дўконлар товар айланмаси ҳажмининг ортиши аксарият ҳолларда муомала харажатлари даражасининг паст бўлишига олиб келади.

Таҳлил жараёнида муомала харажатларининг ҳар бир моддаси алоҳида ўрганилади. Бунда таъсир этувчи омиллар ёрдамида ички имкониятлар аниқланади. Масалан, транспорт харажатларининг режага кўра фарқига товар айланмаси ҳажми ва таркибидаги ўзгаришлар, мол ташиш масофаси, транспорт тури, тарифларнинг ўзгариши, ортиш, тушириш ишларининг механизациялашганлиги ва бошқа омиллар таъсир этган бўлиши мумкин. Натижада корхонага боғлиқ ёки боғлиқ бўлмаган ҳолда харажатлар ошгани ёки пасайгани аниқланади. Бу омилларни ўрганиш, ҳисоб-китоб қилиш ёрдамида жами унумсиз харажатлар намоён бўлади ва келгусида ҳам шундай харажатлар бўлишининг олди олинади.

Бошқа моддалар бўйича ҳам шу ҳолда таҳлил қилинади ва ички имкониятлар топилади.

Муомала харажатлари режасини аниқ тузишдан мақсад шуки, савдо корхонаси ихтиёрида қоладиган ҳолда иқтисодий, ижтимоий ривожлантиришга мўлжалланган даромад айнан шу харажатларга боғлиқ. Харажатлар қанчалик камайса, савдо корхонаси ўзини шунчалик кўпроқ маблағ билан таъминлайди. Аммо муомала харажатларини камайтириш хизмат маданиятига акс таъсир этмаслиги керак.

Муомала харажатлари режасини келгуси даврга тузишга киришилгунга қадар савдо корхонасининг бошқа қатор режа кўрсаткичлари мавжуд бўлиши лозим. Жумладан, товар оборот ҳажми ва таркиби, мол захиралари, айланма маблағларга зарурат, моддий-техника базасини ўстириш режаси ва бошқалар зарур.

Бундан ташқари режалаштиришда кўплаб техник-иқтисодий нормативлардан фойдаланилади. Шунингдек, иқтисодий-математик, иқтисодий-статистик усуллар ҳам кенг қўлланилади.

Ҳар бир харажат моддаси бўйича алоҳида режа тузилади, сўнгра корхона бўйича харажатларнинг умумий суммаси ва даражаси топилади.

Корхона ялпи даромади ҳисобланган муомала харажатларига таққосланади. Даромаднинг харажатдан етарли устунлиги таъминланадиган бўлса, ҳисобланган кўрсаткичлар ўзгартирилмайди. Агар даромаднинг харажатлардан устунлиги етарли фойда ва рентабелликни таъминлай олмаса, даромадларни янада ошириш ҳамда харажатларни тежаш йўллари изланади. Бу ҳисоблар маълум меъёрадаги рентабеллик даражасига зоришгунча давом этади.

#### **12.6. Чакана савдо корхонасининг молия режасини тузиш**

Чакана савдо корхонасининг яқунловчи молиявий ҳужжати бўлиб, даромад ва харажат баланси ёки молия режаси ҳисобланади. Бу режа бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодий асосланган нормативларга таянган ҳолда корхонанинг етарли миқдорда ўз маблағларига эга бўлишни таъминлаши керак.

Чакана савдо корхонаси молия режасини тузишда аввалги давр кўрсаткичлари таҳлилидан, молияич ҳолатидан, келгуси йилга мўлжалланган товар айланмаси ҳажми, таркиби, хўжалик фаолиятининг бошқа турлари ҳажми, фойдадан ажратма, мажбурий тўловлар нормативидан фойдаланади. Даромад ва харажат балансининг ҳар бир моддаси иқтисодий асосланади.

Балансининг даромад ва маблағларнинг келиши, кирими қисмида корхона фойдаси, амортизация ажратмаси, барқарор пассивларнинг ўсиши, керакмас мол-мулкни сотишдан келадиган даромад, қимматли қоғозлардан олинadиган даромад, банк ва бошқа кредит берувчиларнинг кредитлари ўз аксини топади.

Харажат ва маблағлар чикими қисмида фойдадан бюджетга ажратма, банк олдидаги мажбуриятни бажариш, маҳаллий ташкилотларга ер солиғи, дўкон атрофини тозалаш солиғи, мулк солиғи, барқарор пассивларнинг ўсиши

ва фондларнинг вақтинча бўш маблағи ҳисобига ўз айланма маблағлари нормативининг ўсиши, молларнинг нарҳини пасайтиришдан қутилаётган зарарни қоплаш (таваккалчилик) фондига ажратма, ўз айланма маблағларининг ўсиши ҳисобига қарзни узиш, капитал ремонт харажатлари, корхона ихтиёрида қоладиган фойда ва бошқалар акс эттирилади.

Корхона маблағларининг асосий манбаи фойдадир. Фойда бўйича мўлжалланган даражага эришилса, корхона маблағга бўлган ўз эҳтиёжини қондирибгина қолмай, бюджетни тўлдиришга ўз ҳиссасини қўшади.

Корхона даромадининг сарф этилишига баҳо бериш ва уни келгуси даврга ҳисобини пухталаш муҳим аҳамиятга эга.

Жумладан, капитал қўйилмаларни ўрганишда қурилиш материалларининг арзонроқ, пухтароғидан, қурилиш технологиясининг самаралироғидан фойдаланиш асосида тежамга эришишни назарда тутмоқ лозим. Асосий воситаларнинг қай даражада ишлатилаётгани, умуман ишлаб чиқаришга жалб этилмаганларини аниқлаш, агар корхонага зарурати бўлмаса уларни сотиб, капитал қурилиш ёки бошқа мақсадларга сарф этилиши мақсадга мувофиқдир.

Маблағ сарф-харажати бўйича тежамлилик, ортқича нораціонал харажатларга йўл қўймаслик, тўлов қоидаларига қатъий риоя қилиш, бюджет, банкларга тўловни ўз вақтда адо этиш муҳимдир.

Яхши молиявий кўрсаткичлар харидорга яхши, сифатли, маданий хизмат кўрсатиш билан ҳамоханг бўлиши керак.

Харажат моддаларининг кўпини ўз даромади манбаи бўлгани учун режалаштириш ва назорат қилиш аича енгиллашади. Масалан, фойдадан солиқ тўлаш ўз-ўзидан фойда ҳисобига амалга оширилади. Шу каби фойда ҳисобига банкнинг узоқ муддатли қарзини ва унинг фоизини тўлаш лозим бўлади. Демак, жорий йилда ҳам, келгуси йил учун ҳисоблашда ҳам харажат қисмини даромад қисмига қараб ҳисоблаш ва назорат қилиш осонлашади.

Келгуси даврга капитал қўйилмаларни ҳисоблаш корxonанинг иқтисодий ва ижтимоий ривожлантириш режасига боғлиқ. Иморат, иншоатларни ишга тушириш муддатлари ва топшириқлари асосида келгуси даврда

ўзлаштириладиган маблағ ҳажми, қурилиш-монтаж ишлари ҳажми аниқланади. Капитал қурилишда ишлатилмаган ички имкониятларни сафарбар этишни ҳам инобатга олиш керак.

Бюджетга тўланадиган фойда солиғи норматив асосида белгиланади. Фойдани ҳисоблаш асосида норматив бўйича тўланадиган солиқ ҳисоби келиб чиқади ва молия органларига ахборот етказилади.

Янги техника киритиш ва оғир ишларни механизациялаш, корxonани кенгайтириш учун олинган банкнинг узоқ муддатли қарзлари белгиланган муддатларда тўланади ва келгуси йилга мўлжалланган молия режасига киритилади.

Мол захиралари ҳамда пул маблағлари нормативи ҳисобланиб, унда хўжалик фаолияти учун зарур минимал эҳтиёж ифодаланади.

Корхона даромад ва харажат балансини тузишда асосий фондлардан яхши фойдаланиш, моллар, айланма маблағлар айланиш тезлигини ошириш, ички резервлар ҳисобига қўшимча маблағлар топиши керак. Бунинг учун молия режасини бажаришга мўлжалланган оператив-молия тадбирлари ишлаб чиқилади. Унда энг етакчи ўринни айланма маблағларнинг айланишини тезлаштириш эгаллайди. Пул шаклидаги айланма маблағининг ҳаракатини тезлаштириш, ҳам айланма маблағ айланиш муддатини камайтиради. Айниқса корхона манфаатларидан четда қолаётган маблағларни оборотга жалб этишга алоҳида эътибор бериш лозим. Шу каби тадбирлар салбий таъсир этувчи омилларни йўқотишга, айланма маблағлар айланишини тезлаштиришга олиб келади.

#### **Мустақил ишлаш учун назорат саволлари**

1. Чакана савдо корxonасининг стратегик режаси қандай тузилади?
2. Чакана савдо корxonасининг тактик режаси қандай тузилади?
3. Бизнес режа нима учун тузилади ва унинг қандай бўлимлари мажуд?
4. Чакана савдо корxonаларининг даромади, харажати ва фойдаси қандай режалаштирилади?
5. Чакана савдо корxonасининг молия режаси нима ва у қандай тузилади?

### 13-бoб. ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИ ФАОЛИЯТИНИНГ ИҚТИСОДИЙ КЎРСАТКИЧЛАРИ ВА УЛАРНИНГ САМАРАДОРЛИГИ

#### 13.1. Чакана савдо корхонаси фаолиятини баҳолашда фойдаланиладиган иқтисодий кўрсаткичлар

Бозор иқтисодиёти шароитида савдо корхоналарининг фаолияти учун меъёрий-ҳуқуқий замини бўлиб Ўзбекистан Республикаси Қонунлари, Президент фармонлари, Вазирлар Маҳкамаси қарорлари ва шу каби меъёрий ҳужжатлар ҳисобланади. Рақобат курашига асосланган бозор тизими шароитида ҳар бир корхона маълум иқтисодий ривожланиш суръатлари ва самарадорлигига эга бўлиши керак. Айниқса савдо-сотик соҳасида фаолият катта харажатлар талаб қилмайди, аммо тез ва сезиларли самара келтириши мумкин.

Иқтисодиётнинг кўплаб бошқа тармоқлари самарадорлигидан фарқли ҳолда, савдо ижтимоий ва иқтисодий самарадорликка эришиши керак. Зеро, савдо самарадорлиги жами иқтисодиёт самарадорлигига ўз таъсирини ўтказди. Масалан, ишлаб чиқариш соҳалари янада ривожланиб, қадокланган маҳсулотлар савдога кўплаб келиб тушса, савдонинг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиги янада ошади, моллар тезроқ сотилади ва бу ишлаб чиқариш соҳалари самарадорлигига ижобий таъсир этади.

Самарадорлик хўжалик фаолияти натижасида эришилган самара (натижа)ни сарф этилган харажатлар ва ресурсларга нисбати ёрдамида топилади. Буни куйидагича ҳисоблаш мумкин:

$$СД = c / x * 100\%$$

Бу ера СД – самарадорлик даражаси;

c – самара миқдори;

x – харажатлар миқдори.

Савдо соҳаси бўйича самарадорлик маълум доирадаги кўрсаткичлар ёрдамида аниқланса, чакана, улгуржи савдо, умумий овқатланиш тармоқлари бўйича ўзига хос доирадаги кўрсаткичлар воситасида аниқланади. Аммо

мавжуд моддий, пул ресурсларидан унумли ва оқилона фойдаланиш бошқаришнинг барча даражасига тегишли вазифадир.

Ишлаб чиқарилган маҳсулотни ўз вақтида харидорга етказиб сотиш, ишлаб чиқаришнинг узлуксизлигини таъминлаш, молларнинг айланиш тезлигини ошириш, харидорга маданий хизмат кўрсатиб, истеъмол харажатларини пасайтириш, ўсиб бораётган тўловга қодир талабнинг ҳажми ва таркибини энг оз ижтимоий зарурий харажатлар ёрдамида қондириш савдо соҳасининг мамлакат иқтисодиёти самарадорлиги мезони бўлиб ҳисобланади.

Тижорат корхонаси даражасида самарадорликни ифодалашда хўжалик, фаолияти кўрсаткичлари – даромад ва муомала харажатларининг даражаси, мол захиралари ва айланма капиталнинг айланиш тезлиги ва шу каби қатор кўрсаткичлардан фойдаланилади.

Мўлжалланган режаларнинг бажарилиб, рақобат курашида чиниқиб бориши, аҳолига сервис хизматини кўрсатиш, зарур молларнинг доимий мавжудлигига эришиш, даромадлилик, фойдалиликни ўстириши, тежамлилиكن кучайтириши савдо корхонаси фаолиятига баҳо берувчи бош мезон ҳисобланади.

Товар оборот аҳоли талаби қондирилишини ва таъминотни яхшилашни ифодаловчи муҳим кўрсаткич бўлиб хизмат қилади. Чакана савдода товар айланмаси қанчалик тез ўсиб борса, бу аҳоли харид қувватининг оборотта шунчалик кўпроқ жалб этилаётганини, унинг талаби қондирилаётганини, мамлакат пул муомаласига ижобий таъсир этаётганини ифодалайди. Булар савдонинг иқтисодий ва ижтимоий самарадорлиги ўсганидан далолат беради.

Савдода мол айланишини тезлаштириш ҳам тармоқ самарадорлигига кучли таъсир этувчи омилдир. Молларнинг савдода сақланиш муддати қанчалик камайса, уларни қайта ишлаб чиқариш жараёнига кетадиган вақт шунчалик оз талаб этилади. Мол айланишини тезлаштириш унинг сақланиш харажатини, бузилишини, нобудгарчилигини камайтиради, давр, мода талабидан орқада қолишдан сақлайди, камроқ айланма маблағ эвазига кўпроқ



товар айланмасига эришишга ва банкка кредит учун тўланадиган маблағнинг камайишига олиб келади.

Савдо моддий-техника базасининг аҳволи ва ундан фойдаланиш ҳам савдо самарадорлиги учун жуда муҳимдир. Савдо майдонининг ҳар бир квадрат метридан унумли фойдаланиш нафақат товар айланмасини тезлаштиришга, балки харидор вақтини қисқартиришга ҳам имкон яратади. Мавжуд базадан унумли фойдаланиш янги қурилишга бўлган эҳтиёжни камайтиради. Айниқса, савдонинг илғор ва харидорга қулай усулларидан кенг фойдаланиш бениҳоя муҳимдир. Умумий овқатланиш тармоғида хўрандалар учун жойларни кўпайтириш, уларнинг ҳар бирига тўғри келадиган товар айланмасини ҳамда мавжуд технологик жиҳозлар, механизмларнинг фойдали иш коэффициентини ошириш тармоқ самарадорлигини юксалтиради.

Савдонинг меҳнат ресурсларидан оқилона фойдаланиши тармоқ самарадорлигига ўз таъсирини ўтказди. Меҳнатга ҳақ тўлашни ходимлар фаолиятининг пировард натижалари билан узвий боғлаш, меҳнат унумдорлитини оширишга хизмат қилувчи тадбирларни ҳаётга татбиқ этиш, ташаббус ва яратувчанликни ўз вақтида қўллаб-қувватлаш, илғорларни рағбатлантириш, инсон омили ролини кучайтириш савдо тармоғи самарадорлигини янада юқори поғонага кўтариш имконини беради.

### **13.2. Даромадлар, харажатларнинг ҳолати ва корхона фойдаси**

Тижорат корхонаси хўжалик-молия натижаларининг муҳим иқтисодий кўрсаткичлари сифатида даромад, харажат ва фойда кўрсаткичлари хизмат қилади. Бу иқтисодий кўрсаткичларнинг ҳолати ва айниқса фойданинг истиқболига қараб корхона самарадорлигига баҳо берилади.

Даромаднинг кўпайиши корxonанинг аҳоли талабига мос келадиган молларнинг дўконларга етказиб келиниши, улар нарҳининг харидор талабига мослиги, қулай ва самарали сотиш, хизмат усулларидан фойдаланиш каби омилларга боғлиқ. Демак, корхона даромади ва унинг ўсиши ташкилий-иқтисодий жараёнлар самарадорлигига боғлиқдир. Бу кўрсаткич корxonанинг

тижорат, технологик жараёнлари билан боғлиқ ходимлари меҳнати натижасида таркиб топади.

Харажатларнинг ҳолати жуда кенг миқёсдаги фаолиятларнинг чиқимларига боғлиқ. Бу мол манбаини топишдан бошлаб, то молни харидорга сотиш, уйига етказиб, зарур ҳолларда ўрнатиб берилишгача бўлган харажатларни ўз ичига олади. Корхона харажатларининг ҳолати иқтисодий мустаҳкамлик, тўлов қобилиятига таъсир этувчи асосий омиллардан биридир. Харажатлар қанчалик тежамлилик, оқилона сарфлаш асосида шаклланса, пировард натижанинг шунчалик ижобий бўлишини кутиш мумкин.

Фойдага эришиш корxonанинг фаолият натижасида ўз олдига қўйган мақсадларидан бири бўлгани учун бу мақсад йўлида юридик базага таянган ҳолда самарали иш олиб боришга интилади. Фойда хўжаликни самарали юритиш натижаси ҳисобланиб, унга кўплаб омиллар ўз таъсирини ўтказди. Энг аввало корхона даромадининг ҳамда харажатининг таъсирида фойда кўрсаткичи шаклланади ва бу икки омилнинг ҳолати фойда ҳолатини белгилайди.

Корxonанинг нормал даражадаги фойдаси унинг иқтисодий ва ижтимоий ривожини таъминловчи, давлат, бошқа органлар олдидаги мажбуриятларини ўз вақтида бажарувчи, тўловга қодир, ишончли ҳамкор сифатида характерловчи кўрсаткичдир.

### **13.3. Чакана савдо корxonаларини бошқаришда иқтисодий усуллардан кенг фойдаланиш**

Мамлакатимиз иқтисодиётини ривожлантиришнинг 5 асосий тамойилларидан бири саналган жамиятда қонун устуворлигини таъминлаш принципи корxonалар учун хўжалик юритишнинг мустаҳкам юридик базасини шакллантирмоқда. Амадаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар бозор шароитида корxonанинг мустақил фаолият юритишига етарли замин тайёрламоқда. Булар ичида алоҳида ўринни иқтисодий усуллар воситасида бошқариш эгаллайди.

Бошқаришнинг иқтисодий усулларидан бири иқтисодий рағбатлантириш ҳисобланади. Меҳнат жамоаси ва ушбу жамоанинг ҳар бир аъзоси манфаатдорлигини таъминлашни корхона ривожини кафолатловчи кучли омиллардандир. Корхона олинган умумий фойдадан манфаатдор бўлса, ҳар бир ходим ҳам ундан манфаатдордир. Чунки шу фойда корхона жамоасининг ҳар бир аъзосига моддий манфаат келтиради. Демак, ҳар бир ходим фойдани оширишга интилади. Ҳиссадорлик жамиятлари, хусусий корхоналарда бу боғланиш янада кучлидир. Мулк шаклидан қатъий назар барча корхоналар манфаатлар мослигини таъминлаши керак. Бу бозор иқтисодиёти шароитининг асосий талабларидандир.

Корхонанинг рақобат курашида сақланиб қолиши ва ривожланиши бошқа иқтисодий воситалар қаторида муҳим ўрин эгаллаган моллар устамасига боғлиқ. Устаманинг миқдори, даражаси бозор конъюнктураси таъсирдан келиб чиқади. Устамадан иқтисодий манфаатдорлик айниқса мол рентабеллигининг юқори ёки пастлиги шароитида яққол кўзга ташланади. Агар мол рентабеллиги юқори бўлса, молни сотиш ҳажми, бозордаги улуши ошади ва аксинча.

Режалаштириш ҳам иқтисодий таъсир этиш усулларидан биридир. Шу каби нарх-наво воситасида иқтисодий бошқариш амалга оширилади. Моддий жарима, молия, кредитлар ҳам иқтисодий бошқариш усуллари бўлиб, уларнинг ижобий таъсирини кучайтириш бозор иқтисодиёти шароитида корхоналар ривожини учун замин яратади.

Иқтисодий таъсир этиш усулларидан бири нормаллаштиришдан иборатдир. Норматив усули иқтисодий усуллардан режалаштириш, кредитлаш, молиялаштириш ва иқтисодий рағбатлантиришга база бўлиб ҳисобланади. Турли нормативлар, тарифлар, нормалар, коэффицентлар, расценкалар ва бошқалар норматив усулининг аниқ ифодасидир.

Тежамкорлик билан ишлаш ҳам иқтисодий таъсир натижасида ҳаётга татбиқ этилади. Рақобат кураши муомала харажатларининг энг оптимал

меъёردа бўлишини талаб этади, чунки оптимал харажатлар фойда ва рентабелликни оширишга хизмат қилади.

Юқорида келтирилган иқтисодий таъсир этувчи усуллар қиймат характериغا эга. Шу билан бирга қиймат характеридан ташқари иқтисодий таъсир усуллари ҳам мавжуд. Буларга корхона ҳисобидан жамоанинг ижтимоий-маиший, коммунал, маданий эҳтиёжларини қондириш (тиббий хизмат, овқатланиш ва дам олишни ташкил этиш, турар-жой, болалар муассасалари билан таъминлаш ва бошқалар) киради.

Иқтисодий бошқариш усуллари самарадорлигини маънавий, ҳуқуқий ва маъмурий бошқариш усулларининг ҳамкорлиги оширади.

#### **13.4. Чакана савдо корхоналари фаолиятининг жорий ва якуний таҳлили**

Тижорат корхонаси фаолиятининг бир меъёردа ўсиб боришини таъминлаш учун қўйилган мақсадларга эришиш йўлида олиб борилаётган ишларни ўрганиш, ютуқ ва камчиликларни аниқлаш лозим. Иқтисодий таҳлилнинг вазифаси корхона фаолияти кўрсаткичлари тизимини ўрганиш, улар орасидаги ўзаро алоқа, ўзаро боғлиқликни топиш ва иқтисодий воқеликка, жараёнларга баҳо бера олишдир. Иқтисодий таҳлилга кўрсаткичларнинг комплекс тизими жабо этилади. Бунда бир-бирини тўлдирувчи бухгалтерия, статистик, оператив маълумотлардан фойдаланилади.

Иқтисодий таҳлил муддатига кўра, бир йўла ўтказиладиган ҳамда маълум муддатларда бир текис бажарилиб турадиган бўлиши мумкин. Бир йўла ўтказиладиган таҳлил маълум мақсадда (корхонани техник қайта қуроллантириш, капитал қурилиши, раҳбариятни янгилаш ва бошқалар) ўтказилиб, бир марталик аҳамиятга эга бўлган таҳлил ҳисобланади.

Маълум муддатларда бир текис бажарилиб турадиган таҳлил оператив таҳлил, ўтган давр таҳлили ва истиқболли таҳлидан иборатдир.

Оператив таҳлил жорий таҳлилни ифодалаб, корхона ҳўжалик-молия фаолияти жараёнининг ўзида амалга оширилади. Масалан, ҳар кунлик чакана

товар айланмаси, ҳар кунлик ёки ҳафта давомида мол келиб тушиш таҳлили, ҳар ойда даромадлар, харажатлар, фойда таҳлил қилинади. Бу таҳлил оператив бошқариш ва тартибга солиш жараёнининг таркибий қисмидир. Корхонанинг турли даражадаги раҳбарлари тез ўзгарувчан бозор ҳолатини оператив таҳлил қила олиши, фикр-мулоҳазалар, хулоса, қарор қабул қила олиши керак.

Оператив таҳлил учун маълумотлар жорий ҳисоб-китоблардан, ҳисоботлардан, назорат-ўлчов асбоблари кўрсаткичларидан олинади ҳамда раҳбар кадрлар ва бажарувчиларнинг амалий тажрибасидан, интуициясидан, мантиқий фикрлашдан фойдаланиб амалга оширилади.

Ўтган давр таҳлили корхона ва унинг бўлинмалари хўжалик-молия натижаларининг ўтган ҳисобот даври таҳлилидан иборат. Бунда жорий таҳлилдан чораклар таҳлили ҳамда якуний таҳлилдан йиллик натижалар таҳлили ўрин эгаллайди. Чораклар бўйича ахборотлар ойлик, ундан кискароқ муддатли ахборотлардан кенгрок ва кўпроқ маълумотларни ўз ичига олувчи маълумотларга эгадир.

Якуний таҳлилда хўжалик-молия кўрсаткичларининг натижалари ҳар томонлама комплекс ўрганилади. Корхонанинг барча бўлинмалари кўрсаткичлари, сотаётган моллари, ялпи даромади, муомала харажати, молиявий мустаҳкамлиги, кадрлар билан ишлаши, моддий рағбатлантирилиши, моддий-техника базасининг ўстирилиши, бозор конъюнктурасидаги ўзгаришларнинг йиллик натижаси якуний ҳолатда таҳлил этилади. Айниқса ижобий ва салбий таъсир этувчи омилларни ўрганиш муҳимдир. Салбий таъсир этган ва келгусида ҳам қутилиши мумкин бўлган таъсирни имкони борича бартараф этиш ёки салбий таъсири кучини камайтиришга интилиш чораларини кўрмоқ лозимдир. Якуний таҳлил корхонанинг ўз олдига қўйган барча кўрсаткичлари бўйича режаларни бажарилганини ва улардан фарқини чиқаришга имкон яратади. Бунда корхонанинг ўз манфаатлари билан биргаликда давлат ва ходимлари манфаатлари таъминланиши керак.

Айрим корхоналар, фирмалар, компанияларда истиқболли таҳлил ҳам амалга оширилади. Истиқболли таҳлилда асосий қонуниятлар, тенденциялар

аниқланиб, истиқболдаги иқтисодий ривожланиши башорат қилинади. Бундай таҳлил стратегик режалар тузишга қўл келади.

Бозор иқтисодиёти ривожланган давлатлар корхоналари, фирмалари ўз фаолияти натижалари таҳлилинини ўзи ўтказиш билан бирга махсус текширув, таҳлил этиш муассасаларига шу ишни бажариш масаласида мурожаат этадилар. Ҳеч кимга бўйсунмайдиган мустақил аудитор фирмалари шартлашув алоҳида пулли равишда хўжалик-молия натижаларини таҳлил қилиб беради. Бу хизмат экспертлари корхона иқтисодчилари, бухгалтерлари назаридан четда қолган барча таъсир этувчи омилларни жалб этиб, чуқур иқтисодий таҳлил қилади, ички имкониятлар ва резервларни аниқлаб беради.

### **13.5. Таҳлил натижаларидан чакана савдо корхоналари фаолияти самарадорлигини оширишда фойдаланиш**

Иқтисодий таҳлилдан мақсад корхонанинг фаолиятини ҳар томонлама ўрганиб, ривожланишнинг ички имкониятлари ва резервларини топишдир. Навбатдаги самарали иш бу имкониятларни ҳаётга татбиқ этиш йўллар ва чоратadbirlарини ишлаб чиқиб, корхонанинг хўжалик-молия фаолияти натижаларининг ҳар томонлама яхшиланишга эришишдир. Иқтисодий таҳлил корхонага реал фойда келтирилганида ўзини оқлаган ҳисобланади.

Ички фойдаланилмаган имкониятлар хўжаликнинг барча фаолият тармоқларида, бўғинларида, корхонага раҳбарликда, раҳбарликнинг функционал бўлимларида мавжуд бўлиши мумкин. Ички имкониятларни чакана товар айланмасини оширишда ҳам, мол келтириш манбалари билан ишлашда ҳам, меҳнат масалаларида ҳам, моддий-техника базасидан фойдаланишда ҳам, хуллас фаолиятнинг турли томонларидан излаш мумкин ва лозимдир. Бунда корхона имкони борича камроқ харажатлар билан кўпроқ ижобий натижаларга эришишни назарда тутмоғи лозим.

Иқтисодий таҳлил ички имкониятларни топиш, аввало корхонанинг мўлжалланган ўз дастурларига танқид нуқтаи назаридан баҳо беришдан

бошланади. Бунда рақобатчи корхоналар билан таққослаган ҳолда эришиши мумкин бўлган кўрсаткичларнинг янги даражаси кузатилиши мумкин. Айниқса рақобатчилардан ўзишга мўлжалланган интилиш корxonанинг технологик жараёнларини, аҳолига хизмат қилиш усуллари ва сервис хизматини такомиллаштиришга олиб келади.

Харидор ва мижозларни йўқотмасликка интилиш бозор иқтисодиёти ривожланган давлатлар корхоналари учун хосдир. Корхона харидорлари ўрганилиб, улар талабининг ўзгаришларини ўз вақтида инobatга олиш ва қондириш, янги мижозлар топиш чора-тадбирлари ишлаб чиқилади. Рақобатчи корхоналардан сифатлироқ молларни харидорларга таклиф этиб, реклама қилиш, сотишдан кейинги хизматларни йўлга қўйиб, харидорлар сонини, сифатини ошириш корxonани янги-ютуқларга эришиш йўллари билан биридир.

Иқтисодий таҳлил натижалари айниқса корxonани бошқариш жараёнида тўғри раҳбарлик қарорларини чиқаришга ва корxonани барқарор ривожини таъминлашга хизмат қилиши мумкин. Айнан ўз вақтида чиқарилган тўғри раҳбарлик қарори корхона хўжалик-молия фаолияти ютуқларининг гаровидир.

### Мустақил ишлаш учун назорат саволлари

1. Корхона фаолиятини баҳолашда қандай иқтисодий кўрсаткичлардан фойдаланилади?
2. Чакана савдо корхоналарида бошқаришнинг иқтисодий усуллари деганда нимани тушунасиш?
3. Чакана савдо корхоналари фаолиятининг жорий ва якуний таҳлили қандай амалга оширилади?
4. Таҳлил натижаларидан қандай мақсадларда фойдаланилади?
5. Чакана савдо корхоналари даромадлари, харажатлари ва фойдаси қандай таҳлил қилинади?

## МАЪРУЗА МАШҒУЛОТЛАРИДА ҚЎЛЛАНИЛАДИГАН ПЕДАГОГИК ТЕХНОЛОГИЯЛАР ШАРҲИ

### 1. Маъруза машғулотларнинг ташкил этишининг асосий шакллари

Маъруза машғулооти – ОЎЮда ўқитишни ташкил этишнинг етакчи шакли ҳисобланади, билимларни бирламчи эгаллашга йўналтирилган.

Маърузани асосий белгиланиши – ўқитишни назарий асосини таъминлаб бериш, ўқув фаолиятга ва аниқ ўқув фанга кизиқишни ривожлантириш, курсантларга ўқув курси устидан мустақил ишлаш учун ориентирларни шакллантириш.

**Маъруза материалларининг мазмуни ва ҳажмига талаблар**  
 Маъруза материалларининг мазмуни қуйидаги мезонларга жавоб бериши лозим:  
 - янгилик, илмийлик, асослилик ва ахборот учун белгиланганлик;  
 - аниқ, ишончли мисол, факт, асоснома ва илмий далилларнинг мавжудлиги;  
 - фактга асосланган (статистик ва в.х.) материалларни кўп эмаслиги.  
 Маъруза материалларининг ҳажми режалаштирилган мавзунини ёритиш учун етарли бўлиши керак.

### Маърузалар турлари ва уларга хос хусусиятлар

Ўқув машғулотнинг мақсади	Маъруза тури, унинг ўзига хос хусусиятлари
<b>Кириш маърузаси</b>	
Фан доирасида ўқув ахборотини ўзлаштириш бўйича талабалар ҳаракатининг йўналтирувчи асосини таъминлаш.	Таълим бериш тузилишида мотивацион босқич ҳисобланади. Унинг вазифаси – ўқув фани мазмуни, унинг ўқув жараёнидаги ўрни ва келгусидаги тезкор-хизмат фаолиятдаги аҳамияти тўғрисида дастлабки тасаввурларни бериш, талабаларни ишлаш тизимида йўналтириш, олдинда турган мустақил ишнинг услубиёти ва ташкиллаштирилиши билан таништириш, ҳисобот бериш вақти ва баҳолашни аниқлаштириш.
<b>Ахборотли маъруза</b>	
Ўқув мавзу бўйича тасаввурни шакллантириш	Бу анъанавий маъруза тури: маъруза режасига мувофиқ ўқув материални монологик тарзда изчилликда баён этиш.
<b>Муаммоли маъруза</b>	

<b>Ўқув машғулоти мақсади</b>	<b>Маъруза тури, унинг ўзига хос хусусиятлари</b>
Муаммони белгилаш ва уни ечимини топишни ташкиллаштириш/анъанавий ва замонавий нуқтаи назарларни жамлаш ва таҳлил қилиш ва в.х. орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/билимларни шакллантириш.	Янги билимлар савол/вазифа/вазоятларнинг муаммолиги орқали киритилади. Бу жараёнда талабаларнинг билиши ўқитувчи билан ҳамкорлигига ва диалогига асосланади, ҳамда изланувчилик фаолиятига яқинлашади.
	<b>Кўргазма маъруза</b>
ЎТВдан кенг фойдаланиш орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/билимларни шакллантириш.	Бундай маърузани ўқиш, кўриб чиқиладиган кўргазмали материалларни очиб беришга ва қисқача шарҳлашга олиб келади.
	<b>Бинар маъруза</b>
Талабаларга мунозара маданиятини, муаммони ҳамкорликда ечишни намойиш этиш орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/билимларни шакллантириш.	Бундай маърузани ўқиш икки ўқитувчи/2-мактабнинг илмий вакиллари/олим ва амалиётчи/ўқитувчи ва талабаларнинг диалогини ўзида намоеъ этади.
	<b>Анжуман-маъруза</b>
Ўқув ахборотни излаш, танлаш ва баён этиш жараёнида талабаларнинг фаол иштирокларида ёритиб бериш орқали ўқув мавзуси бўйича тасаввурни/билимларни шакллантириш.	Олдиндан белгиланган муаммо ва уни ҳар томонлама ёритиб бериш назарда тутилган маърузалар тизими (5-10 дақ. давомийлигида) билан, илмий-амалий машғулоти кўринишида ўтказилади. Машғулоти якунида ўқитувчи мустақил иш ва сўзга чиқишларга яқин ясади, ахборотни тўлдирди/аниқлик киритади, асосий хулосаларни ифода қилади.
	<b>Умумлаштирувчи маъруза</b>
Билимларни батафсил ёритиш ва аниқлаштиришларсиз тизимлаштириш.	Маърузада баён этиладиган назарий ҳолатларнинг негизи курснинг ёки катта бўлимларнинг илмий-тушунчали ва концептуал асоси ташкил этади.
	<b>Маслаҳатли-маъруза</b>
Билимларни чуқурлаштириш, тизимлаштириш.	Турлича сценарий бўйича ўтиши мумкин. 1. “Савол-жавоблар”- ўқитувчи бўлим ёки тўлиқ курс бўйича талабалар саволларига жавоб беради. 2. “Савол-жавоблар-мунозаралар”: ўқитувчи нафақат саволларга жавоб беради, балки жавобларни излашни ҳам ташкиллаштиради.
	<b>Якуний маъруза</b>
Билимларни батафсил ёритиш ва аниқлаштиришларсиз тизимлаштириш.	Курсни ўрганишни якунлайди, бутун давр мобайнида ўтилганларни умумлаштиради. Якуний маърузада ўқитувчи курснинг асосий ғояларини ажратади, келгусидаги тезкор-хизмат фаолиятда ва

<b>Ўқув машғулоти мақсади</b>	<b>Маъруза тури, унинг ўзига хос хусусиятлари</b>
	бошқа фанларни ўрганишда олган билимларни қандай қўллаш йўлларини кўрсатади, фан бўйича якуний назорат хусусиятини тушунтиради, якуний назорат вариантларининг мураккаб саволларини тушунтиради.

## 2. Амалий машғулотларни ташкил этишнинг асосий шакллари

Амалий машғулоти:

- ўқувчиларни ўқитувчи билан ва ўзаро фаол суҳбатга киришишига йўналтирилган,
- назарий билимларни амалий фаолиятда амалга ошириш учун шароитни таъминловчи,
- олинган билимларни амалий фойдаланиш имкониятларини муҳокама қилишга мўлжалланган машғулоти ўқитиш шакли.

### Амалий машғулоти мазмунига қўйиладиган талаблар

- муҳокамага мунозарали саволлар олиб чиқиладиган;
- муҳокама қилинувчи саволлар илм-фаннинг эришган замонавий ютуқлари томони билан кўриб чиқиладиган;
- назария ва амалиётни узвий бирлиги очиб бериладиган;
- муҳокама қилинувчи материалнинг талабаларнинг бўлғуси касбий фаолияти билан алоқаси таъминланадиган;
- кўриб чиқиладиган материал адабиётда мавжуд эмас ёки материал, қисман баён этилган.

## Амалий машғулотлар турлари ва уларга хос хусусиятлари

Амалий машғулоти тури	Амалий машғулоти шакли, унинг ўзига хос хусусиятлари
<b>Талабаларнинг назарий билимларини тизимлаштириш/тузилмага келтириш/мустақкамлаш/кенгайтириш:</b> - методологик нуқтаи назаридан энг муҳим ва ўзига хос фан мавзуларининг яхши ўрганиши. - тушуниш ва ўзлаштириш учун мураккаб бўлган мавзу саволларини батафсил ўрганиш.	<b>Кенг қўламли суҳбат.</b> Ҳамма учун умумий бўлган тавсия этиладиган мажбурий ва қўшимча адабиётлар билан машғулоти ҳар бир режа саволларига талабаларни тайёргарлигини назарда тутади. Фаоллаштиришни барча воситаларини қўллаш билан: сўзга чиқувчига ва барча гуруҳга яхши ўйлаб тузилган аниқ ифодаланган саволлар, сўзга чиқувчи талабаларни кучли ва кучсиз томонларига талбалар диққатларини қарата олиш, талабалар диққатти ва қизиқишини, иш жараёнида очиб бериладиган, янги томонларга ўша вақтни ўзида ажратиб кўрсатиш ва бошқалар асосида кўпчиликти талабаларни саволларни муҳокама қилишга жалб қилиш имконини беради. Кенг қўламли суҳбат баъзи саволлар бўйича алоҳида талабаларни аввалдан режалаштирилган қўшимча равишда сўзга чиқишларини истисно қилмайди, балки,



<p>- касбий тайёргарлик сифатини аниқловчи, алоҳида асосий бўлган мавзуларни батафсил ўрганиш.</p>	<p>тахмин қилади. Бироқ бундай маълумотлар муҳокама учун асос бўлмайди, балки муҳокама қилинган саволлар учун тўлдирувчи бўлади.</p> <p><b>Маъруза ва рефератлар муҳокамаси.</b> Муҳокамага 12—15 дақиқа давомийлигидаги 2-3 маърузадан кўп бўлмаган маърузалар олиб чиқилади. Баъзида кўшимча маърузачи ва оппонентлар (мухолифлар) белгиланади. Охирги чиқувчилар мазмунни қайтармаслик учун, маъруза матни билан танишадилар. Бироқ кўп ҳолларда, маърузачи ва оппонентлар, кўшимча маърузачилардан ташқари, ҳеч ким семинарга жиддий тайёрланмайди. Сўзга чиқувчиларни ўзлари ҳам фақат бир саволни ўрганадилар. Шу билан бирга, одатий семинар ишига “қуруқ назариялик” элементини киритиб, бундай машғулотлар талабаларда баъзи қизиқишларни уйғотади. Талабаларни ҳар бирини кўшимча маърузачи ёки оппонент сифатида тайёрланиб келишга ўргатиш жуда муҳим ҳисобланади. Рефератли маърузаларни якуний семинарда, унинг асосий саволлари аввалдан муҳокама қилиб бўлинган, катта бир мавзу бўйича кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ бўлади.</p> <p><b>Пресс-конференция.</b> Кисқа сўзга чиқишдан сўнг биринчи савол бўйича маърузачига (агарда маърузалар бир қатор талабаларга берилган бўлса, ўқитувчининг ўзи улардан бирига сўз беради) сўз берилади. Шундан сўнг ҳар бир талаба маъруза мавзуси бўйича унга савол бериши лозим. Савол ва жавоблар семинарнинг марказий қисмини ташкил этади. Қанча кўп жиддий тайёргарлик кўрилса, саволлар шунчалик чуқур ва маҳоратли берилади. Саволларга аввал маърузачи жавоб беради, сўнгра у ёки бошқалар бўйича истаган бир талаба ўз фикрини билдириши мумкин. Бундай ҳолатларда кўшимча маърузачилар, агарда шундайлар белгиланган бўлса, фаол бўладилар. Ўқитувчи ҳар бир муҳокама қилинаётган савол бўйича, ёки семинар якунида ўз хулосасини қилади.</p> <p><b>Ўзаро ўқиш.</b> Тутуниш ва ўзлаштириш учун энг кўп мураккаблиқдаги саволларни ўрганиш асосий мақсадга эга бўлган, семинар. Семинар мобайнида талабаларни ўзаро ўқишга йўналтириш муҳим ҳисобланади: ҳар кичик-гуруҳга мавзунинг бир саволи берилади, бу бўйича улар ишлайдилар ва бунга асос (эксперт варақлар – саволни ёритиш режаси, тайёрланган маълумотларни визуал тақдим этиш бўйича тавсиялар) берилади. Эксперт гуруҳларнинг иш натижалари тақдимотидан сўнг</p>
--	--

<p><i>Илм-фаннинг алоҳида хусусий муаммоларини чуқурроқ ишлаб чиқиш.</i></p> <p><b>Махсус (касбий) ва умумқув кўникма ва амалий малакаларни шакллантириш:</b> - амалий муаммоли вазиятни таҳлил қилиш ва ечиш жараёнида ҳаракатлар алгоритминини аниқлаш билан боғлиқ эгаллаган назарий билимларни амалий қўллаш.</p>	<p>ўқитувчи хулосалар қилади.</p> <p><b>Юмолққ (ёзма /оғзаки) стол.</b> Ўтган мавзу бўйича билимларни чиқурлаштириш ва аниқлаштириш, бор билимларни сафарбар қилиш ва ҳар хил вазиятларда уларни қўллаш, ўз фикрларини қисқа ва асосланган ҳолда баён қилиш кўникмаларини ривожлантириш асосий мақсадга эга бўлган, семинар.</p> <p>Ҳар хил сценарийлар бўйича ўтказилиши мумкин.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. «Ёзма юмолққ стол» - талабанинг саволи / ечим топилиши керак бўлган ғоя ёзилган варақ, доира бўйича узатилади ва ҳар бир иштирокчи ўз мулоҳазаларини қўшади.</li> <li>2. «Оғзаки юмолққ стол» - ҳар бир талаба қўйилган саволнинг жавобига ўз кўшимчаларини киритади / олдинги иштирокчи томонидан тақлиф қилинган ғояни қўллаб-қувватлайди ва ривожлантиради.</li> </ol> <p><b>Спецсеминар.</b> Бакалавриятнинг 4 курсида, магистратурада ўтказилади. Илмий мавзу бўйича ёш тадқиқотчиларни мулоқат мактабинини ифодалайди. Спецсеминар вақтида талабаларнинг гуруҳларда ишлашга ва уни баҳолашга, илмий тадқиқотлар усулларида фойдаланишга интилишлари катта рол ўйнайди.</p> <p>Спецсеминарнинг якуний машғулотида ўқитувчи, қандайдаси кўра, семинарларни ва талабаларнинг илмий ишларини муҳокама қилинган муаммоларни келгусида тадқиқотлар қилиш истиқболларини ва талабаларни уларда иштирок этиш имкониятини очиб умумлаштиради.</p> <p><b>Таълимий ўйин.</b> Ўқитиш самарадорлигини унинг иштирокчиларини нафақат билимларни олиш жараёнига фаол жалб қилиш, балки уларни (ҳозир ва шу ерда) фойдаланиш орқали оширишга имкон беради; ўзгарувчан вазиятларда ўзини тутиш тактика кўникмаларини шаллантиради; выработывает динамику ролевого поведения; амалиёт имитациясини ифодалайди; аниқ кўникма ва малакаларни шакллантиришга ва ишлаб беришга қаратилган.</p> <p>Семинар натижавийлигини унинг ташкилий-услубий таъминоти белгилайди: ўйиннинг технологик харитасини ишлаб чиқиш; ўйин атрибутларини ва материаллар пакетини: вазият баёни, иштирокчилар учун йўриқномалар, персонажлар таърифи (агар ўйин ролли ёки ишбилармон бўлса) ёки вазиятли кўрсатмалар (агар ўйин моделлаштирувчи бўлса) тайёрлаш.</p> <p><b>Амалий топшириқларни бажариш.</b> Амалий топшириқларнинг кўпчилиги кичик гуруҳлар</p>
---	--



	<p>таркибида бажарилади ва қуйидаги босқичларни ўз ичига олади: йўриқнома бериш → ўқув топшириқни бажариш бўйича йўриқнома билан танишиш → топшириқни бажариш → натижаларнинг оммавий тақдмоти → натижаларни умумлаштириш ва баҳолаш.</p> <p><b>Масалалар ечиш бўйича машқ.</b></p> <p>Якка тартибда амалга оширилади ва қуйидаги босқичларни ўз ичига олади: йўриқнома бериш – масалани ечиш – натижаларни танлама тақдмоти - умумлаштириш.</p> <p><b>Муаммоли масалалар ва вазиятларни ечиш.</b></p> <p>Муаммоли масалалар ва вазиятларни чиқариб чиқиш жуда катта меҳнат талаб қилади. Лекин талабалар томонидан амалий касбий фаолиятдан олинган муаммоли масалаларни ечиш ва муаммоли вазиятларни кўриб таҳлил қилиш назарияни ҳақиқий амалиёт билан боғлашга имкон беради. Бу ўқитишни фаоллаштиришга имкон беради, талабаларга ўрганилаётган материални амалий фойдасини тушунишга ёрдам беради.</p> <p><b>Таълим берувчи амалий муаммоли вазиятларни (кейсларни) ечиш.</b></p> <p>Кейс (муаммоли вазиятдан фарқли равишда) талабаларни муаммони ифодалаш, муаммоли вазиятни таҳлил қилиш ва баҳолаш, уни мақсадга мувофиқ ечим вариантларини кидиришга йўналтирувчи ташкилотлар, инсонлар гуруҳи ёки алоҳида индивидларни ҳаётининг муайян шароитларини ёзма равишда тақдим этилган баёнини ўз ичига олади.</p> <p>Кейсни ечиш жараёни қуйидаги босқичларини ўз ичига олиш муҳим:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ муаммони якка тартибда таҳлил қилиш ва ечиш,</li> <li>→ якка тартибда топилган ечимни биргаликда (кичик гуруҳларда) таҳлил қилиш, ўзаро мақбул ечим вариантларини расмийлаштириш,</li> <li>→ гуруҳ ишини тақдмоти,</li> <li>→ муаммони ечиш усул ва воситаларининг энг мақбул вариантларини жамоавий тарзда танлаш.</li> </ul> <p>Фиклаш жараёни, муаммоли вазиятни ечиш жараёнида пайдо бўлинган, мустақил топилган далиллар ориентирларни, касбий бойликларни топишга ва мустақамлаштиришга, келгуси касбий фаолияти билан алоқани англашга кўмаклашади.</p> <p><b>Ўқув лойиҳаларнинг тақдмоти ва баҳолаши</b></p> <p>Ушбу ўқув машғулоти тайёрлашда ўқитувчининг роли қуйидагилардан иборат: лойиҳа топшириғини ишлаб чиқиш; талабаларга маълумотларни излашда ёрдам бериш; ўзи ахборот манбаи бўлиши; бутун жараёни мувофиқлаштири; иштирокчиларни қўллаб-қувватлаш</p>
--	--

	<p>ва рағбатлантириш; узлуксиз қайта алоқани амалга ошириш; маслаҳат бериш.</p> <p>Ушбу ўқув машғулотида гуруҳлар ўз фаолиятининг натижалари тўғрисида маъруза қилишади ва уни белгиланган шаклда тақдим этишади (лойиҳавий фаолиятнинг натижаларини, ҳамда лойиҳа махсулотини тасвирий ва оғзаки тақдмот кўринишида).</p> <p>Ўқитувчи гуруҳларнинг ўзаро баҳолашини ташкиллаштириди ва лойиҳа иштирокчининг фаолиятини баҳолайди.</p>
<p><b>Талабаларни назарий ва амалий тайёргарлик даражасини назорат қилиш ва баҳолаш</b></p>	<p><b>Коллоквиум.</b></p> <p>Ўқитувчининг талабалар билан коллоквиумлари (сухбатлашуви) одатда курснинг у ёки бу мавзуси бўйича билимларини аниқлаш, уни чуқурлаштириш мақсадида олиб боради. У қўпинча 1) дастурда кўзда тутилмаган, лекин талабаларда кизиқиш уйғотган қўшимча мавзулар бўйича; 2) фаннинг алоҳида мураккаб, лекин талабалар томонидан етарли даражада ўзлаштирилмаган мавзулари бўйича қўшимча дарслар мобайнида; 3) охириги семинар машғулотларида жавоб берадиган талабаларни бириш даражасини аниқлаш учун. Семинар-коллоквиум мобайнида маъруза, реферат ва бошқ. Ёзма ишлар текширилиши мумкин.</p> <p><b>Ёзма (назорат) иш.</b></p> <p>Талабалар назорат саволларига жавоб берадилар/ тестларни ечадилар/ назорат топшириқларини бажарадилар. Уларнинг тўпламини тўғри тузиш муҳим ҳисобланади: улар режалаштирилаётган ўқув материални ўзлаштириш даражасига мос келишлиги керак ва уларни текширишни таъминлаши керак.</p>

### 3. Маъруза ва амалий машғулотларда қўлланиладиган педагогик технологиялар

#### АҚЛИЙ ХУЖУМ МЕТОДИ

Ақлий хужум (брейнстреминг-ақллар тўзони) – амалий ёки илмий муаммолар ечиш ғоясини жамоавий юзага келтиришда қўлланиладиган метод.

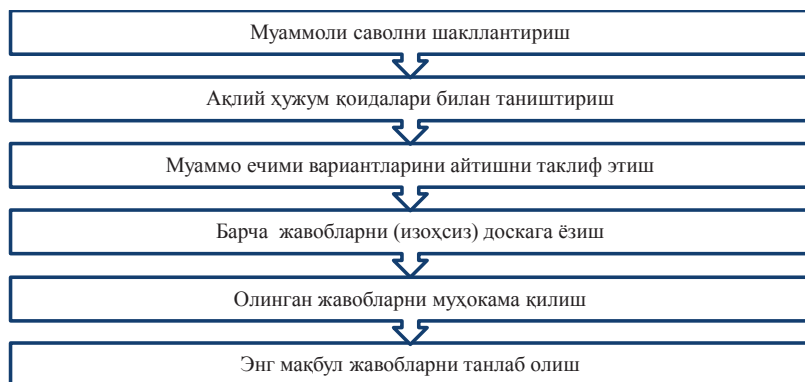
♣ Метод чегараланган вақт ораллиги ичида аниқ муаммо (савол, масала)ни ечишнинг ноанъанавий йўллари излаш бўйича ўқувчиларни ақлий фаолиятини йўналтиришга асосланган.

♣ Ўқув машғулотидаги ақлий хужум учун муаммони танлаш қуйидаги тамойиллар бўйича амалга оширилади:

- танланган муаммо назарий ва амалий аҳамиятга эга бўлиши ҳамда ўқувчиларда фаол кизиқиш уйғотиши керак;
- кўп ҳар хил маънодаги ечим вариантларига эга бўлиши керак.

Ўқитиш технологиясини ишлаб чиқишда ақлий ҳужум методи ўқув машғулотининг бир лавҳаси ёки бутун машғулотни ўтказиш асоси сифатида режалаштирилган бўлиши мумкин.

Ақлий ҳужум методининг технологик чизмаси 1-расмда келтирилган.



Ақлий ҳужум методининг технологик чизмаси

### ИНСЕРТ ТЕХНИКАСИ

ИНСЕРТ (инглизча сўздан олинган бўлиб - **INSERT** – **I**nteraktive-интерфаол **N**oting – белгилаш **S**ystem - тизим **f**or-учун **E**ffective – самарали **R**eadng – ўқиш **and**– ва **T**hinking – фикрлаш деган маънони англатади).

1) Самарали ўқиш ва фикрлаш учун матнда белгилар қўйишнинг интерфаол тизими ҳисобланади.

Матнни белгилаш тизими:

(√) - менинг билганимни тасдиқловчи ахборот;

(+) – мен учун янги ахборот;

(-) - менинг билганларимга, зид ахборот;

(?) - мени ўйлантириб қўйди. Бу бўйича менга қўшимча ахборот керак.

### ПИНБОРД ТЕХНИКАСИ

Пинборд–(инглизчадан: *pin*- маҳкамлаш, *board* – ёзув тахтаси) – ўқувчиларни тизимли ва мантикий фикр билдиришга ўргатадиган метод.

Пинборд техникаси:

1) муаммоли масалалар ва вазиятлар, ақлий ҳужум ва амалий ўқитиш методлари билан бирга жамоавий тарзда (гуруҳларда) муаммони ечиш вариантларини баҳолаш ҳамда улар ичидан энг яхшисини танлаш имконини беради;

2) ақлий ҳужум ва амалий ўқитиш методлари билан бирга жамоавий тарзда (гуруҳларда) тоифали шарҳ ўтказиш имконини беради.

Пинборд техникасининг технологик чизмаси

### КЕЙС–СТАДИ МЕТОДИ

**КЕЙС** – (ингл. case – тўпلام, аниқ вазият) – назарий билимларни амалий

вазифаларни ечиш жараёнида қўллаш имконини берувчи *ўқитиш воситаси*.

Кейсда баён қилинган вазиятни ўрганиб ва таҳлил қилиб, ўқувчилар ўзининг келгусидаги касбий фаолиятида ўхшаш вазиятларда қўллаши мумкин бўлган тайёр ечимни олади.

Кейсда баён қилинган вазиятлар (касбий), амалий машғулотларда ечиладиган вазиятли масалалардан тубдан фарқ қилинади. Агар вазиятли масалаларда ҳар доим шарт (нима берилаган) ва талаб (нимани топиш керак) берилган бўлса, кейсда, коидага кўра, бундай параметрлар мавжуд эмас.

Ўқувчига тақдим этилган ихтиёрий кейсда:

• кейснинг белгиланиши ва топширик/саволлар аниқ ифодаланган бўлиши керак;

• баён қилинган муаммоли вазиятни ечиш учун керакли ва етарли хажмда маълумотларни ўз ичига олиши керак

• кейсни ечиш учун *услубий қўрсатмалар* бўлиши керак.

**Кейс–стади** (ингл.case– тўпلام, аниқ вазият, стади-ўқитиш)–амалий ўқитиш вазиятларметоди.

Кейс-стади – ўқитиш, ахборотлар, коммуникация ва бошқарувнинг қўйилган таълим мақсадини амалга ошириш ва кейс-стадида баён қилинган амалий муаммоли вазиятни ҳал қилиш жараёнида прогноз қилинадиган ўқув натижаларига кафолатли етишишни воситали тарзда таъминлайдиган бир тартибга келтирилган оптимал усуллари ва воситалари мажмуидан иборат бўлган ўқитиш технологиясидир.

Ушбу метод ўқувчиларни қуйидагиларга ундайди:

• муаммони шакллантиришга;

• амалий вазиятни таҳлил қилиш ва баҳолашга;

• муаммо ечимини энг мақбул вариантини танлашга.

Ўқув машғулотнинг ўқитиш технологиясини танлашни икки асосий далил белгилайди:

1. Кейснинг ҳажми (қиска, ўртача миқдордаги, катта)

2. Ўқув топширигини тақдим этиш усули:

- саволли ( саволлар кейсдан кейин келтирилади)

- топшириқли (топшириқ кейс кириш қисмининг охирида келтирилади)

### ЎҚУВ ЛОЙИҲА МЕТОДИ

Ушбу методнинг моҳияти шундан иборатки, маълум муддат ичида (битта ўқув машғулот доирасидан 2-3 ой муддат ичида) таълим олувчи гуруҳли ёки яқка тартибда берилган мавзу юзасидан лойиҳа топширигини бажаради. Унинг вазифаси – муайян фойдаланувчига йўналтирилган янги маълумот олиш, белгиланган муддат ичида берилган у ёки бу муаммони илмий, техникавий ечимидан иборат.

Ўқув лойиҳаси тушунчаси:

- муайян истеъмолчига мўлжалланган, муаммоларни излаш, тадқиқ қилиш ва ечиш, натижани ноёб (моддий ёки интеллектуал) маҳсулот қўринишида расмийлаштиришга қаратилган. Талабларнинг мустақил ўқув фаолиятини ташкил қилиш *усули*;

- назарий билимлар орқали амалий вазифаларни ечишга қаратилган ўқув восита ва қуроллари;

- ривожлантирувчи, таълим-тарбия ҳамда билимларни кенгайтириш, чуқурлаштириш ва малакаларни шакллантиришга қаратилган *дидактик восита*.

### ГРАФИК ТАШКИЛ ЭТУВЧИЛАР

**КЛАСТЕР** (кластер-тутам, боғлам)-ахборот харитасини тузиш йўли-барча тузилманинг моҳиятини умумлаштириш ва аниқлаш учун қандайдир бирор асосий омил атрофида ғояларни йиғиш асосида аниқ бирор мазмунни келтириб чиқаради.

Билимларни фаоллаштиришни тезлаштиради, фикрлаш жараёнига мавзу бўйича янги ўзаро боғланишли тасаввурларни эркин ва кенг жалб қилишда ёрдам беради.

#### Кластерни тузиш бўйича ўқув топшириғига йўриқнома

1. Катта қоғоз варағи марказида калит сўз ёки 1-2 сўздан иборат мавзу номини айлана ичига ёзинг.

2. Калит сўз билан бирлашдиган ён томонига кичкина ҳажмдаги айлана-“йўлдошча” ичига мавзу билан алоқадор сўз ёки сўз бирикмасини ёзинг. Уларни чизиқ билан “бош” сўзга боғланг.

3. Ушбу “йўлдошча”ларда “кичик йўлдошлар” ҳам бўлиши мумкин, улар ичига яна сўз ёки иборалар ёзиб ажратилган вақт тугагунга қадар ёки ғоялар тугамагунга қадар давом эттирилади.

**«НИМА УЧУН?» СХЕМАСИ** – муаммонинг дастлабки сабабини аниқлаш бўйича фикрлар занжири бўлиб, тизимли, ижодий, таҳлилий мушоҳада қилиш кўникмаларини ривожлантиради.

#### «Нима учун?» схемасини тузиш бўйича ўқув топшириғига йўриқнома

Ўқув топшириқда кўрсатилган муаммосабабини аниқлаш учун:

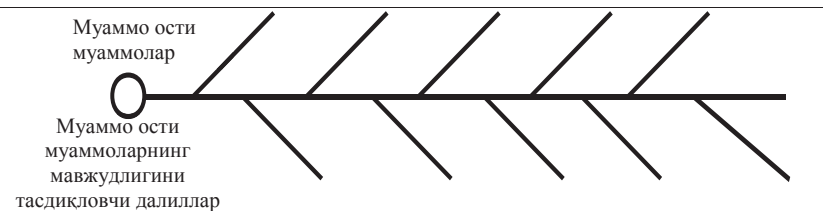
- 1) Муаммони ёзинг ва стрелка чизигини чиқариб «Нима учун?» сўроғини ёзинг.
- 2) Саволга жавоб ёзиб нима учун сўроғини такрор ёзиб бораверинг. Бу жараёни муаммонинг дастлабки сабаби аниқланмагунча давом эттиринг

**«БАЛИҚ СКЕЛЕТИ» ЧИЗМАСИ** – бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради. Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради.

#### «Балиқ скелети» схемасини тузиш бўйича ўқув топшириғига йўриқнома

Ўқув топшириқда кўрсатилган муаммо майдонини тавсифлаш учун:

1. «Балиқ скелетини» чизинг:



2. «Суяк»нинг чап қисмида (ёки юқори суякда) муаммо ости муаммони ёзинг, ўнг қисмида (пастки суякда) – муаммо ости муаммони амалда мавжуд эканлигини тасдиқловчи далилларни ёзинг.

**«ҚАНДАЙ?» ИЕРАРХИК ДИАГРАММАСИ** - муаммо тўғрисида умумий тасаввурларни олишга, унинг ечимини топиш усул ва воситаларини топишга имкон берувчи мантикий саволлар занжиридан иборат.

Тизимли, ижодий, таҳлилий фикрлаш кўникмаларини ривожлантиради.

#### «Қандай?» диаграммасини тузиш бўйича ўқув топшириғига йўриқнома

«Қандай?» диаграммасини тузишдан аввал, сиз қуйидагиларни билишингиз керак: кўп ҳолларда Сизга муаммолар ҳал этишда «Нима қилиш керак?» ҳақида ўйлашга ҳожат бўлмайди. Муаммо ечимини топиш учун асосан «Буни қандай қилиш керак?» қабилида бўлади. «Қандай?» - муаммони ҳал этишда асосий савол ҳисобланади.

1. Доира чизинг ва унинг ичига ечилиши лозим бўлган муаммони ёзинг.

2. Кетма-кет равишда «Қандай?» саволини қўйинг ва шу саволга жавоб беринг. Шу тартибда саволларни кетма-кет бериб бораверинг ва жавобларни ўйлаб ўтирмасдан, солиштирмасдан, баҳоламасдан, тез-тез ёзишда давом этинг.

*Маслаҳат ва тавсиялар:*

Янги ғояларни график кўринишда қайд этишни ўзингиз ҳал этинг: дарахт ёки каскад кўринишида, юқоридан пастга ёки чапдан ўнгга. Энг муҳими эсда тутинг: нисбатан кўп миқдордаги фойдали ғоялар ва муаммо ечимларини топишга имкон берадиган усул энг мақбул усул ҳисобланади.

Агарда сиз муаммони ечимини топиш учун тўғри саволлар берсангиз ва унинг ривожланиш йўналишини намоён бўлишида ишонччи сакласангиз, диаграмма, сиз ҳар қандай муаммони амалий жиҳатдан ечимини топишингизни қафолатлайди.

**«НИЛУФАР ГУЛИ» ЧИЗМАСИ** - муаммони ҳал этиш воситаси. Ўзида нилуфар гули қиёфасини мужассам этган. Унинг асосини 9 та катта квадратлар ташкил этиб, уларнинг ҳар бири ўз навбатида тўққизта кичик квадратдан иборат.

Тизимли, ижодий, таҳлилий фикрлаш кўникмаларини шакллантиради.

#### «Нилуфар гули» схемасини тузиш бўйича ўқув топшириғига йўриқнома

Ўқув топшириқда кўрсатилган муаммони ҳал этиш воситаларини топиш учун:

1) Ўзида нилуфар гули киёфасини мужассам этган схемани чизинг. Унинг асосини 9 та катта квадратлар ташкил этиб, уларнинг ҳар бири ўз навбатида тўққизта кичик квадратдан иборат;

	B				Z			C
	D				D	A	F	
					G	H	Y	
	G							
								Y

2) асосий муаммони марказий квадратнинг марказига ёзинг. Уни ҳал этиш ғояларини марказий квадрат атрофида жойлашган қолган саккизта квадратларга ёзинг;

3) ҳар бир ушбу саккизта ғояни марказий квадрат атрофида жойлашган саккизта катта квадрат марказига ўтказинг, бошқача айтганда, нилуфар гулидан унинг гул баргига ўтказинг. Шундай қилиб, улар ҳар бири, ўз навбатида, яна бир муаммо сифатида қаралади.

## ГЛОССАРИЙЛАР

Atamaning o'zbek tilida nomlanishi	Atamaning ingliz tilida nomlanishi	Atamaning rus tilida nomlanishi	Atamaning ma'nosi
Agent	Agent	Агент	ma'lum darajada doimiy asosda ish ko'ruvchi ulgurji savdo xodimi bo'lib, ko'p bo'lmagan funktsiyalarni bajaradi va tovarga nisbatan mulk huquqini olmaydi.
Ajiotaj talab	rush demand	Ажиотажный спрос	bozordagi shov-shuv va vahima ta'siri ostida sun'iy paydo bo'ladigan va shiddat bilan ortib boradigan talab.
Alyanslar	Alliances	Альянсы	raqobat kurashida g'olib chiqish g'oyasidan voz kechish va hamkorlik firmalari tarmog'ini shakllantirishga o'tish.
Assortimentni ishlab chiqish va rejalashtirish	Planning and production of a range	Планирование и производство ассортимента	bozor talablariga muvofiq ishlab chiqarishning assortiment tuzilmasini ishlab chiqish. Mahsulot raqobatdoshligini baholash. Texnik va iste'mol parametrlari o'zaro aloqasini o'rganish. Yangiliklar kiritish siyosati. Narx siyosati. Tovar qadog'i. Tovar belgisi.
Bozor kon'yunturasi	Market conditions	Конъюнктура рынка	muayyan davrdagi bozor holati, bozorda muvozanatning mavjudligi yoki buzilganligi bilan xarakterlanadi.
Bozorni majmuaviy o'rganish	Compleks marketing research	Комплексное изучение рынка	korkxonaning ishlab chiqarish, savdo, tovar, sotish, reklama, narx va boshqa sohalaridagi tadqiqot, tahlil va prognoz (bashorat). Raqobatdoshlar faoliyatini o'rganish.
Bozor segmenti	Market segment	Сегмент рынка	таклиф этилаётган битта махсулот тури ва маркетинг комплексига бир хилда муносабатда бўлувчи истеъмолчилар гуруҳи мажмуи.
Bozorni segmentlash	Market segmentation	Сегментация рынка	iste'molchilarni, ularning ehtiyojlarini, imkoniyatlari yoki xulq - atvorlariga asosan guruhlariga ajratish jarayoni.
Bozorni pozitsiyalashtirish	Market positioning	Позиционирование рынка	bozorda va maqsadli iste'molchilar ongida tovarni shubha uyg'otmaydigan, boshqalaridan aniq ajralib turuvchi, maqbul joy bilan ta'minlash.
Bozor sharoitlarida sinash	Testing in market conditions	Тестирование в условиях рынка	yangilik ishlab chiqish bosqichi bo'lib, bunda tovar va marketing strategiyasini real foydalanish sharoitlarida sinab ko'riladi. Bu sinov iste'molchilar va dilerlarning tovardan foydalanishda o'ziga xos qarashlarni aniqlash, shuningdek bozor o'lchamlarini aniqlash maqsadida o'tkaziladi.

<b>Bozorning maqsadli segmentlarini tanlash</b>	<b>Selecting a target market segment</b>	<b>Выбор целевого сегмента рынка</b>	o'z tovarlarini olib chiqish uchun bir yoki bir necha bozor segmentlarini baholash va tanlash.
<b>Bozor muhofazasi</b>	<b>market protection</b>	<b>Защита рынка</b>	milliy bozorning yoki ayrim tovarlar bozorning, davlatning eksport-importni tartibga soluvchi tadbirlari vositasida himoya qilinishi.
<b>Vaziyatli tahlil</b>	<b>Situational analysis</b>	<b>Ситуационный анализ</b>	muvoftiqiyatlar va muvaffaqiyatsizliklarni hisobga olgan holdagi oldingi faoliyatini o'rganish; ishlab chiqarish va bozordagi vaziyat o'zgarish sabablarini aniqlash; xodimlar ishi samaradorligini baholash, ish ko'rsatkichlariga tashqi muhit ta'sirini hisobga olish; hozirgi kundagi vaziyat ta'sirini aniqlash va kelajak prognozi (bashorati).
<b>Vertikal marketing tizimi</b>	<b>Vertical marketing system</b>	<b>Вертикальная система маркетинга</b>	ishlab chiqaruvchi bir yoki bir necha ulgurji sotuvchi va bir yoki bir necha chakana sotuvchilar yig'indisi bo'lib, bunda taqsimot kanalining a'zolaridan biri boshqalarining egasi bo'ladi yo ularga tijorat imtiyozlarini beradi, ularning to'la xamkorligini ta'minlovchi qudratga ega bo'ladi.
<b>Differentsiatsiyalangan marketing</b>	<b>differentiated marketing</b>	<b>Дифференцированный маркетинг</b>	bir qator o'hshash mahsulotlar bilan, bozorning tegishli ixtisoslashtirilgan segmentiga chiqish. Bozor segmentlarining har biriga alohida ishlab chiqilgan takliflar bilan chiqish. Harakatlarni bir segmentga qaratish o'miga butun bozorga birdaniga, bir taklif bilan murojaat qilish, iste'molchilar keng tarqalgan va narxi qulay tovarlarga yaxshi munosabatda bo'lishini, shuning uchun rahbariyat o'z xarakterlarini ishlab chiqarishni takomillashtirishga va taqsimot tizimi samaradorligini ko'tarishga yo'naltirilishi kerakligi haqida tasdiq.
<b>Ishlab chiqarishni takomillashtirish kontsepsiyasi</b>	<b>The concept of improving production</b>	<b>Концепция совершенствования производства</b>	bu shunday tasdiq, tashkilot oldida iste'molchi va jamiyat xotirjamligini saqlagan yoki mustahkamlagan holda mo'ljaldagi bozor ehtiyojlarini, zaruriyatlarini va qiziqishlarini aniqlash, hamda itsalayotgan qoniqishni raqobatchilarga nisbatan samaraliroq va maxsuldor yo'llar bilan ta'minlash vazifasi turadi.
<b>Ijtimoiy - axloqiy marketing kontsepsiyasi</b>	<b>The concept of social-ethical marketing</b>	<b>Концепция социально-этического маркетинга</b>	
<b>Ijtimoiy marketing</b>	<b>Social marketing</b>	<b>Социальный маркетинг</b>	iste'molchilar zaruriyatlari, jamiyat omillari (atrof muhitni himoyalash, sog'salomat muhit tarzi va b.) va mahsulot sifatini

			saqlab qolish asosida shakllanadi.
<b>Iste'molchilar ma'lumotlar bazasi</b>	<b>Base consumer data</b>	<b>База данных потребителей</b>	individual iste'molchilar xaridlari, ularning talablari, demografik ma'lumotlar va ta'minlanadigan foyda to'g'risida kengaytirilgan ma'lumotlar bazasini yaratish. Tegishli ma'lumotlar bazalari asosida, kompaniyalar mijozlar ehtiyojlarining turli hududlarini aniqlaydilar va ularning har biri uchun savdo takliflarini tayyorlaydilar.
<b>Makromarketing</b>	<b>Macromarketing</b>	<b>Макромаркетинг</b>	davlat, bozor, mintaqa iqtisodiyotining butun ishlab chiqarish salohiyatini ishga solgandagi individual va jamiyat ehtiyojlarini qondirish bo'yicha hatti-harakatlar.
<b>Maqsadli marketing</b>	<b>Target marketing</b>	<b>Целевой маркетинг</b>	iste'molchilarning maksimal keng doirasiga tovarlarni taklif etishdan, tanlangan maqsadli bozorlarga xizmat ko'rsatishga o'tish. Maqsadli marketing bo'yicha iqtisodlashtirilgan jurnallar, televizion kanallar va Internet axborotlarini qo'llash bilan engillashadi. bitta sotuvchi yoki sotuvchilar guruhi tomonidan belgilangan, tovar va xizmatlarni ajratish uchun mo'ljallangan, nom, atama, belgi, rasm yoki ularning uyushmasi. Marka nomlari eslatib qolish, sotuvlar, imidjni shakllantirishi, joy egallash, reklama funksiyalarini bajarishi lozim.
<b>Marka</b>	<b>Mark</b>	<b>Марка</b>	
<b>Marketing</b>	<b>Marketing</b>	<b>Маркетинг</b>	bu tovarlarni bozorga chiqarish, talabni shakllantirish va sotuvlarni rag'batlantirish maqsadida, tovarlar, mahsulotlar, xizmatlar, qimmatli qog'ozlar bozori sohasida amalga oshiriladigan faoliyat
<b>Marketingni boshqarish</b>	<b>marketing Management</b>	<b>Управление маркетингом</b>	korxonada maqsadlariga erishishi uchun ahamiyatli xaridorlar bilan foydali ayriboshlovlarni o'rnatish, mustahkamlash va qo'llab-quvvatlash yuz asidan qilingan tahlil, rejalashtirish, tadbir qilish va tadbirlar bajarilishini nazorat qilish harakatlari. Marketingni boshqarish jarayoni - quyidagilardan tarkib topgan bo'ladi: 1) bozordagi imkoniyatlarni tahlil qilish; 2) maqsadli bozorni tanlab olish; 3) marketing usulini ishlab chiqish; 4) marketing tadbirlarini hayotga tadbir etish.
<b>Marketing kontsepsiyasi</b>	<b>Marketing concept</b>	<b>Концепция маркетинга</b>	tashkilotning maqsadga erishishi garovi va bu mo'ljallanayotgan maqsadli bozor, bozordagi zaruriyat va ehtiyojni aniqlash va



<b>Marketing tadqiqoti</b>	<b>Marketing research</b>	<b>Маркетинговые исследования</b>	itsalayotgan qoniqishni rag'batlantirishga nisbatan samarali va mahsuldor yo'llar bilan ta'minlash tasdig'i. firma oldida turgan marketing vaziyati bilan bog'liq bo'lgan, hamda to'plash, tahlil qilish va natijalar hisobotini tuz ish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar doirasini tizimli ravishda aniqlash.
<b>Marketing axboroti tizimi</b>	<b>Information Marketing System</b>	<b>Информационная система маркетинга</b>	insonlar, jihozlar va uslubiy ta'minot o'zaro aloqadorligining doimiy faoliyat yurituvchi tizimi bo'lib, marketing sohasi bilan shug'ullanuvchilarning rejalashtirishni, tadbiq etishni va tadbirlar bajarilishi ustidan nazoratini takomillashtirish maqsadida foydalaniladigan muhim, o'z vaqtidagi va aniq ma'lumotlarni tasniflash, tahlil qilish, baholash va tarqatish uchun mo'ljallangan.
<b>Marketing nazorati</b>	<b>Marketing control</b>	<b>Маркетинговый контроль</b>	amaldagi ko'rsatkichlarni reja ko'rsatkichlaridan farqlanish qiymatlari va sabablariga bog'liq holda, to'g'rilovchi harakatlarni tayyorlash. Nazoratning uchta turini ajratadilar: - yillik rejalarni bajarish ustidan; - foydalilik dinamikasi ustidan; - strategik maqsadlar uchun foydalanilish mumkin bo'lgan, axborot yig'ish ustidan.
<b>Marketing sintezi</b>	<b>Synthesis marketing</b>	<b>Синтез маркетинга</b>	vaziyatli tahlil asosida tsategik rivojlanish maqsadlarini oldinga surish; bozor kon'yunkturasi va korxonada (kompaniya) jon saqlash sharoitlarini hisobga olgan holda maqsadlarni baholash; qarorlarni tsategik rejalashtirish asoslari sifatida tayyorlash.

## Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ - 4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармони. //Халқ сўзи, 2017 йил 8 февраль, 28 (6722) – сони.
2. Мирзиёев Ш.М. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Мамлакатимизни 2016 йилда ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг асосий яқунлари ва 2017 йилда мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг кенгайтирилган мажлисидаги маъруза, 2017 йил 14 январь. –Т.: Ўзбекистон, 2017. -104 б.
3. Мирзиёев Ш.М. Халққа хизмат қилиш, одамларнинг манфаатларини таъминлаш-раҳбарлар фаолиятининг асосий мезонидир. //Халқ сўзи, 2017 йил 13 апрель.
4. Мирзиёев Ш.М. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Ўзбекистон Республикаси Президенти лавозимига киришиш тантанали маросимига бағишланган Олий Мажлис палаталарининг қўшма мажлисидаги нутқ. – Т.: Ўзбекистон 2016. -56 б.
5. Мерчандайзинг эффективные инструменты и управление товарными категориями /Алан Веллхофф, Жан-Эмиль Массон –М.:Издательский Дом Гребенникова, 2004. – 280с.
6. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице (+CD). – СПб.: Питер, 2009. – 256 с.
7. Синяева И.М., Романенкова О.Н., Жильцов Д.А. Реклама и связи с общественностью. Учебник. – М.: Юрайт, 2013. – 552 с.
8. Толмачева И.А. Эффективный мерчандайзинг. Взгляд поставщика. – СПб.: БХВ-Петербург, 2012. – 160 с.
9. Шарков Ф.И. Паблик рилейшнз: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 332 с.



10. Брагин Л.А., Данько Т.П. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация. Учебник. – М.: ИНФРА– М, 2009. – 220 с.

11. Каримова Г., Камилова Х. Реклама ва дизайн. Дарслик. – Т.: Ўзбекистон, 2012. – 262 б.

12. Памбухчиянц О.В. Технология розничной торговли. Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006. – 288 с.

13. Самадов А.Н., Эргашходжаева Ш.Ж., Имомов В. Тижорат корхоналари иқтисодиёти. Ўқув кўлланма. –Т.: ТДИУ, 2007. -160 б.

14. Самадов А.Н., Шарипов И.Б. Реклама фаолиятини ташкил этиш. Ўқув кўлланма. – Т.: ТДИУ, 2013. – 308 б.

15. Qosimova M.S., Samadov A.N., Ergashxodjaeva Sh.J. Tijorat korxonolari Iqtisodiyoti. O'quv qo'llanma. – Т.: TDIU, 2010. -163 b.

16. [www.stat.uz](http://www.stat.uz) – Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси расмий сайти.

@TDIU - ARM