

## **9-Мавзу: ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ МАҲСУЛОТЛАРИНИ СОТИШ СИЁСАТИ.**

- 1.Товарларни тарқатиш тармоклари хусусиятлари ва уларнинг тузилиши.
- 2.Чакана савдо, улгуржи савдо, воситачини танлаш ва сотиш тармогини шакллантирувчи омиллар.
- 3.Савдо қилишнинг янги турлари ва усуллари.

### **1. Товарларни тарқатиш тармоклари хусусиятлари ва уларнинг тузилиши<sup>1</sup>**

Товар – урта асосий хусусият билан тавсифланадиган маҳсулот:

- белгиланган эҳтиёжларни қондириш учун мўлжалланади
- сотиш учун ишлаб чиқарилади
- истеъмолчи томонидан эркин бозор нархида харид қилинади

Маркетингнинг энг муҳим ва ажралмас таркибий қисми маҳсулотни сотиш ва тақсимлаш ҳисобланади. Бу жараёнда ташкилий нуқтаи назардан энг мураккаб вазифа - ишлаб чиқарилган маҳсулотни истеъмолчига етказиш ҳал этилади.

Сотиш сиёсати истеъмол товарларини етказиб беришнинг эҳтимол тутилган вариантлари таҳлили ва унинг маҳсулот тақсимотининг ҳамма шаҳобчаларида энг юксак хўжалик самарасига эришишини таъминлайдиган макбул вариантни ишлаб чиқиш билан шугулланади. Ярми танланган тақсимот йули маркетинг бўйича қолган жами бошқа ечимларга таъсир курсатади - нархлар, транспорт ташкилотлари билан шартнома тузиш, реклама хизмати, уз савдо нуқталарини очиш ва хоказолар шу жумлага қиради. Шу сабабли раҳбарият тақсимот йулини танлашга бугунгина эмас, балки эртанги тижорат муҳитини ҳам қулаб иш тутиши зарур. Хозирги даврда тақсимот жараёни маҳсулот тайёрлашнинг табиий равишда давомига айланиб кетган.

Фақат бозорга ихтисослашган воситачи (тақсимот)нинг кириб келиши айрибошлаш жараёнини тубдан узгартириб юборади. Илгариги ишлаб чиқарувчилар энди зарур товарларни бир жойда сотишлари ва айни пайтда узларига зарур товарларни харид қилишлари мумкин эди. Айрибошлаш ҳаракатлари сони камайди. Воситачилар узларининг алоқалари, тажрибаси, ихтисолашуви ҳамда фаолиятининг қулами билан ишлаб чиқарувчи фирмага унинг ёлғиз узи қила олиши мумкин булганидан қура қупрок нарса тақлиф этади. Шу сабабли қупчилик ишлаб чиқарувчилар уз товарларини бозорга воситачилар орқали тақлиф этадилар.

Тақсимот йули аниқ бир товар ёки хизматнинг ишлаб чиқарувчидан истеъмолчи сари ҳаракатида узларга булган мулк эгаси ҳуқуқини узига оладиган

---

<sup>1</sup> 1090. Товар сотиш бўйича маркетинг фаолиятини такомиллаштириш. БМИ ва МДлар учун 15 минг мавзулар. – Т.: ТДИУ, 2005.

ёки бошкага беришга ёрдам курсатадиган фирмалар ёхуд айрим шахслар мажмуидан иборатдир.

Бошкача килиб айтганда, таксимот йули товарнинг ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига қараб ҳаракат қиладиган йулидир. Таксимот йулининг таркибий қисмлари бир қатор вазифаларни бажаради:

- товар (хизмати)ни бир жойдан бошка жойга қочиши;
- товар (хизмати)га ёки ундан фойдаланиш учун мулк эгаси ҳуқуқини бериш;
- ундовчи фаолият;
- товарлар буюртмаси;
- хавф-хатарни бўйнига олиш;
- музоқаралар олиб бориш;
- бозор маълумоти тахлили.

Таксимот йулининг жами вазифаларига уч умумий хусусият ҳос: улар тақчил ресурсларни сарфлайди, ихтисослашган шароитларда гоҳида яхшироқ бажарилиши мумкин, турли иштроқчилар томонидан амалга оширилиши мумкин. Агар вазифаларнинг қуп қисми ишлаб чиқарувчи бажарадиган бўлса, унинг чиқимлари ортиб кетади, демак, маҳсулот нархи ҳам баланд бўлади. Агар вазифани бажарса, ишлаб чиқарувчи белгиланган нарх пастроқ бўлади, чунки воситачи ишни ташкил этишга сарфланган харажатларни чиқариш учун пул ундиради.

Таксимот каналининг асосий функцияларига қуйидагилар қиради:

- ахборот – бу маркетинг тадқиқотлари натижасида олинган маълумотлар ва маркетинг муҳити тугрисидаги ахборотларни уз ичига олади
- силжитиш – маҳсулот тақлифига оид ишонтирувчи ахборотларни реклама ва бошка воситалар орқали тарқатиш
- алоқа – қерақли харидорларни топиш ва улар билан алоқа урнатиш
- мувофиқлаштириш – талаб ва тақлифни бир-бирига мослаштириш
- мулоқотлар – маҳсулотни нархи, етқазиб бериш шарти ва тақлифнинг бошка пунктлари бўйича мулоқотлар утқазиш
- жисмоний тақсимлаш – товарни транспортировка қилиш ва сақлаш
- молиялаштириш – канал фаолиятини таъминлашга боғлиқ харажатларни қоплаш
- таваққалчилик – маҳсулотни сотиб олиб кейинчалик зарар билан сотиш.

Биринчи беш функция шартнома тузиш учун хизмат қилади, қолган учтаси эса шартномани бажариш учун хизмат қилади.

Таксимот каналининг босқичи - бу товар ва унга эғалик ҳуқуқини пировард харидорга яқинлаштириш йулида у ёки бу ишни бажарадиган ҳар қандай воситачидан иборатдир. Таксимот каналининг қуйидаги босқичлари бор:

1. Ноль босқичли канал ёки бевосита маркетинг канали ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчидан иборат. Ишлаб чиқарувчи истеъмолчиларга уз товарларини

жойма-жой ташиб юриб (кучма савдо), жунатиш йули билан ёки уз фирма дуконлари оркали сотади.

2. Бир боскичли канал узига ишлаб чиқарувчи, воситачи ва истеъмолчини камраб олади. Истеъмол бозорида, одатда, бу воситачи чакана савдогар (дукондор), саноат махсулотига оид товарлар бозорида эса савдо агенти ёки брокер хисобланади.

3. Икки боскичли канал узига ишлаб чиқарувчи, икки воситачи, истеъмолчини камраб олади. Истеъмол товарлари бозорида улгуржи ва чакана савдогарлар шундай воситачилар хисобланади. Саноат махсулотлари бозорида улар саноат дистрибьютери ва дилерлар деб аталади.

4. Уч боскичли канали узига ишлаб чиқарувчи, учта воситачи ва истеъмолчини камраб, куп холларда улгуржи ва чакана савдогарлар уртасида майда улгуржи (кутарафурушлар) фаолият курсатади. У йирик улгуржи савдогар хизмат курсатмайдиган кичик савдо корхоналарига сотади.

Боскичлари куп булган каналлар жуда кам. Ишлаб чиқарувчи кузи билан караганда, таксимот каналида боқачлар канчалик куп булса, уларни назорат қилиш имконияти шу қадар тораяди.

Таксимот каналларини назорат қилиш ва бу каналдаги уз максималгина уйлайдиган унинг айрим аъзолари уртасидаги можароларнинг олдини олиш учун кейинги пайтда вертикал маркетинг тизими (ВМТ) пайдо булди. ВМТ бир ёки бир неча воситачи ва улар билан ҳамжихат, ягона тизим тарзида ишлайдиган ишлаб чиқарувчидан ташкил топади. Бундай холда канал аъзоларидан бири қолган бошқа шерикларига эгаллик қилади ёки уларга савдо имтиёзлари беради, ёхуд уларнинг ҳамкорлигини таъминлайдиган усутникка эга булади. Масалан, корпоратив ВМТ доирасида ишлаб чиқариш ёки таксимотнинг кетма-кет боскичлари ягона эгалликда булади.

Шартнома асосида ВМТ шартнома муносабатлари билан боғланган мушакил фирмалардан иборатдир. Умумий ишда муваффақиятни таъминлаш учун фаолият дастурларини ҳамкорликда узаро мувофиқлаштиради.

Шартнома асосидаги ВМТ уч типдан иборат:

1. Улгуржи рақбарлик қиладиган чакана сотувчиларнинг қунгилли бирлашмалари. Улгуржи мушакил чакана сотувчилар фаолияти учун ягона дастур эса уларнинг йирик таксимот тармоқлари билан рақобат қурашида уз қучларини бирлаштиришга ёрдам беради (масалан, АКШ да “Мушакил бақоллар уюшмаси” бор).

2. Чакана сотувчилар ширкати. Чакана сотувчилар ҳамкорликда янги мушакил хужалик бирлашмаси тузишлари мумкин, бу бирлашма улгуржи савдо ишлари билан, айрим холларда ишлаб. Бирлашма иштирокчилари узларининг асосий харидини ширкат оркали утқазади, реклама ишлари ҳам биргаликда ташкил этади. Олинган фойда кооператив аъзолари уртасида уларнинг қилган харидларига мутаносиб равишда таксимланади.

3. Шартнома асосида ВМТнинг уч информацион типи имтиёз ҳуқуқига эга булганларнинг ташкилотидир. Имтиёзлар эгаси деб номланадиган аъзо ишлаб чиқариш ва таксимот жараёнларининг катор кетма - кет босқичларини уз кулида туплаши мумкин. Уз навбатида бундай ташкилотларнинг уч қуриниши бор.

Биринчиси - ишлаб чиқарувчи хомийлигида чакана имтиёз эгалари тизими. Масалан, Америкада “Форд” фирмаси мустақил дилерларга уз автомиллари билан савдо қилиш ҳуқуқи учун лицензия беради, улар эса сотишда муаян шартларга риоя қилиш ва хизмат курсатишни ташкил этиш ишларига рози буладилар.

Иккинчиси - ишлаб чиқарувчи хомийларнинг улгуржи имтиёз эгалари тизими. Масалан, “Кока - кола” фирмаси ияимлик қуйиш заводлари эгаларига (улгуржиларга) турли бозорларда савдо қилиш ҳуқуқи учун лицензиялар беради. Бу заводлар фирмадан ичимлик концентрати сотиб олади, сунгра унга газ билан қушимча ишлов беради, ичимликни шишаларга қуяди ва махаллий чакана сотувчиларга сотади.

Учинчи - хизмат курсатадиган фирма хомийлигида чакана имтиёз эгалари тизими. Бу ҳолда хизмат курсатиш фирмалари истеъмолчиларга хизматини энг самарали усулларда етказиб бериш мақсадида комплекс тизим ташкил этади. Масалан, “Макдональдс” фирмасининг фаолияти.

Унинг горизонтал қуриниши махсулотнинг бир неча воситачилар уртасида таксимланиши билан ажралиб туради. Фирмалар молиявий маблағ, ишлаб чиқариш қувватини тежаш,. Техникавий билим ёки маркетинг ресурсларини жамлаш мақсадида янги очилаётган бозорларни ҳамкорликда узлаштириш йулида ҳаракатларни бирлаштиришни афзалроқ қуради. Фирмалар биргина ёки ҳар хил сотиш бозорларини эгаллаш учун қуп йулли маркетинг тизимларидан фойдаланилар, аслида эса ҳар бир махсулот таксимотининг турли йуллари мавжуд. Маслан, фирма уз махсулотини бир вақтнинг узида фирма дукони, чакана сотувчилар, бошка воситачилар орқали сотиши мумкин. Шу сабабли таксимот каналини танлашда воситачи типни, савдо - воситачилик амаллари ва воситачи фирмаларни ташкил этиш шаклини белгилаш ниҳоятда муҳим масала ҳисобланади.

Товарларнинг тугридан - тугри ишлаб чиқарувчи томонидан сотишининг яхши томонлари ва камчиликлари ҳам бор. Фирма уз махсулоти савдосини тула назорат қилади. Бундай усул билан оддий ассортиментли товарлардан қумир, утин, нефть махсулотлари, тез бузилувчи нон, сут, гушт ва хоказолар сотилиши афзалроқ ҳисобланади. Аммо қолган товарларни сотишда мустақил улгуржи ва чакана савдо фирмаларининг катнашиши жаҳон тажрибасида синалган самарали йулдир.

Фирма товар ҳаракатини “Маркетинг микс” жараёнида режалаштиришда қуйидагиларга аҳамият беради:

- сотиш сиёсатини товар ҳаракатига боғланган ҳолда аниқлаш;

■ товар харакати усулларида ва турларидан барча товарлар ва бозор сегментларига мосини танлаш;

■ товар харакати бугинлари ва умумий масофани топиш;

■ товар харакати занжирида катнашувчилар - мустикал воситачиларни аниклаш;

■ товар харакати рахбарлик тизимини яратиш;

■ товар харакатини ташкил этувчи бош бугинни топиш;

■ товар харакати турларидан энг самаралисини танлашда турли хилини боглаб, бир - бирини тулдиришни кузда тутиш.

Махсулотнинг юк сифатида ишлаб чиқариш жараёнида истеъмолчига етиб келишигача - ташиш, саклаш ва қушимча (кадоклаш, ураш, тамгалаш каби) ишларини бажариш билан юоглик булган жараён товар харакати дейилади. Уни ташкил этишда фирманинг асосий максоди, биринчидан, махсулотни тезда, яқин масофа орқали ва самарали усул билан уз харидорига етказиш; иккинчидан, товарнинг харидори билан”учрашишга энг қулай шароит яратишдан иборат булиши шарт”. Товар харакатини режалаштиришда, корхона танлаган товар сотиш услубларига асосланилади. Улар қуйидаги уч услубдан бири булиши мумкин:

■ товар ишлаб чиқарувчи воситачиларсиз, тугридан - тугри узининг истеъмолчиси билан боғланиши;

■ товарларни мустикал воситачи(фирмалар) орқали сотиш;

■ аралаш усул, ишлаб чиқарувчи фирма ва воситачи савдо ташкилоти сармоялари катнашиши орқали.

Товар харакатини катнашувчилари қуйидаги вазифаларни бажаради. Ишлаб чиқарилган махсулотни таксимлаш ва сотиш; ишлаб чиқаришга керакли хом ашё ва материаллар тайёрлаш; маркетинг тадқиқотлари утказиш; товарлар истеъмолчилари билан тугридан - тугри алоқа урнатиш; олди - сотди қилиш учун шартномалар тузиш жараёнини тайёрлаш; товарнинг истеъмолчига етиб боришини рағбатлантирувчи сиёсат юргизиш; товар ассортиментини режалаштиришда катнашиш ва ёрдамлашиш, товар харакатини молиявий таъминлаш; сотилган товарларга қушимча хизмат уюштириш; товарларни ташиш; товарларни омборларга жойлаш ва саклаш; товарларни сортларга ажратиш, кичик урамаларга кадоклаш, уз савдо битимини тузатишга таваккал қилиш, сотилган товар баҳосини аниклашда катнашиш ва бошқалар. Ана шу кун қиррали вазифаларни махсус савдо фирмаларининг бажариши, товар харакатидаги сарф - харажатларининг анча юкори самара беришини таъмирлайди.

## **2. Чакана савдо, улгуржи савдо, воситачини танлаш ва сотиш тармогини шакллантирувчи омиллар**

Чакана савдо аҳолига тугридан - тугри товар сотиш ва хизмат килиш билан боғлиқ булган тадбиркорлик фаолиятини уз ичига олади. Чакана савдо товарлар ассортиментининг шаклланишида катнашади. Харидорларга товарлар сифат курсаткичлари тугрисида ахборотлар беради. Товарларни саклаш, кушимча ишлаш, нархларни урнатиш ва бошка вазифаларини бажаради. Натижада товарларнинг охириги истеъмолчилари билан олди - сотди шартномасини бажаради. Чакана савдо мулкчилик шакли, усули ва хизмат курсатишлари билан турланади. Хусусий хиссадорлар, ижара ва кушма мулкларга асосланган чакана савдо хозир барча мамлакатларда, шу жумладан, бизда ҳам фаолият курсатмокда. Чакана савдонинг моодий техника асосини дуқонлар, универмаглар, махсуслашган дуқонлар, супермаркетлар, ошхоналар ва купчилик майда шаҳобчалар ташкил этади.

Чакана савдо фирмаларининг турлари 4 та мезон билан фарк килади:

1. дуқоннинг жихозлари
2. миждозга хизмат курсатиш даражаси
3. товар ассортименти
4. савдода хизмат курсатиш характериға кура фаркланади.

Боғлиқ булмаган дуқонлар одатда бир киши мулкчилигида булади. Бу коидага кура, кичик дуқонлар булиб, хизмат курсатишни юкори даражси билан фарк килиб, савдо масалаларини хужайиннинг узи хал килади.

Корпоратив тармок уз ичига катта дуқонлар сонини олади. Мулкдор булиб битта фирма хисобланади. Чакана савдо ташкилотининг бу турини афзаллиги – йирик партия товарларигабуюртма бериш имконияти оркали транспорт харажатларини иктисод килиш ва сони буйича чегиртма олиш; ташкил этишни юкори даражаси; сотишни рағбатлантириш ва башорат килиш имконияти; товар захиралари ва нархларни бошкариш.

Истеъмол кооперативи – бу чакана савдо дуқонлари булиб, истеъмолчиларни узи бошкаради (купрок озик-овкат бозорида).

Савдо кооперативлари – бу боғлиқ булмаган дуқонлар тармоги булиб, одатда битта таъминотчидан битта ва ушандан харид килинади. Унинг афзаллиги – харидорлар куз унгида йирик савдо тармоги имиджини яратиш (паст нархлари билан жалб этувчи).

Хизмат курсатиш даражаси сотаётган товар туриға боғлиқ. Куналик талабдаги товарлар учун уз-узига хизмат курсатиш; аввалдаги танлов товарлари учун чегараланган хизмат курсатиш; юкори товарларга тулик хизмат курсатилади, бу уз ичига харидорға ёрдам сифатида ахтариш, солиштиришни, танлашни, турли саволлар билан маслахат беришни олади.

Товар харакатининг умумий ягона занжирида чакана савдонинг технология жараёнлари муҳим халка ҳисобланади. Чунки халқ истеъмол товарларини ишлаб чиқариш корхонасидан истеъмолчиларга етказиб бериш жараёнида товарларни танлаш ва аҳолининг шу товарларга ушиб бораётган эҳтиёжларини кондиритиш учун энг зарур шарт-шароитлар худди ана шу чакана савдо корхоналарида яратилиши лозим. Аҳолига савдо хизмати курсатишнинг сифати, яъни савдо маданияти чакана савдодаги технология жараёнларини, айниқса, товар сотишни ташкил этиш даражасига боғлиқдир, шу сабабли чакана савдо корхоналарининг бутун савдо оператив фаолияти шу вазифага буйсундирилади.

Улгуржи савдо умумлашган воситачи ҳисобланади ва купчилик вазифаларни бажаради. Улгуржи савдодан саноат корхоналари, тижорат фирмалари ва давлат муассасалари улгуржисига товар сотиб олишлари мумкин. Улгуржи савдо аҳамияти куйидагичадир:

- чакана савдога ишлаб чиқариш фирмаларнинг тор ассортиментини кенгайтириб таклиф этади;

- катта ҳажмда товар сотиб олиб, муомала харажатларини камайтиради;

- юқори малакали товаршунос ва маркетинглар билан товарлар бозорини чуқур урганади;

- товарларни саклайди ва керакли товар захираларини шакллантиради;

- ишлаб чиқарувчилар ва чакана савдо уртасида мустақам алоқа боғлайди, уларга молиявий ёрдамлашади ва бошқалар.

Улгуржисига фаолият курсатиш товар ишлаб чиқарувчилар, тижоратчи фирмалар, агент ва брокерлар орқали амалга оширилиши мумкин.

Ишлаб чиқарувчи корхоналар улгуржи савдо фаолиятини махсус булим ёки фирмалар ташкил этиш орқали амалга оширилади.

Улгуржи савдо билан шугулланувчи махсус тижорат фирмалари - улгуржи савдо базалари, омборлари ва товар биржалари шаклида, хусусий, хиссадорлик, қўшма ва давлат мулкига асосланган булишлар мумкин.

Улгуржи савдо базаси мураккаб фаолият курсатувчи, махсус омбор хужалигига ва малакали ходимларга эга булган фирма мавқеида ишлайди. У товар ассортиментларини қабул қилиш, саклаш ва истеъмолчиларга етказиб бериш жараёнини ташкил этади. Улгуржи савдони ташкил этишда товарлар базалари орқали ёки уларнинг топшириги билан ишлаб чиқаришдан тугридан - тугри истеъмолчи фирмага (транзит усули) етказиб берилиши мумкин. Аммо улгуржи савдо базаларининг товар харакатини ва сотилишини ташкил қилишдаги аҳамияти бекиёсдир. Уларнинг фаолият курсатишлари учун объектив заруриятлари мавжуд. Саноат ишлаб чиқаришнинг ривожланиш қонунияти махсуслаштирилиши туфайли товарлар қўп корхоналарда тор ассортиментли булади. Чакана савдо учун эса аҳолига мул-қўл, универсал ассортиментли товарлар таклиф этиш замонавий маркетинг талабидир. Улгуржи савдо базалари ана шу тор ишлаб чиқариш ассортиментидан кенг универсал савдо ассортиментини шакллантиради. Товар биржаларини улгуржи савдо

фаолиятининг базаларидан фарқи, улар товарларни сотиб олиш ва қайта сотиш билан шугулланмайди, омбор хужаликлари ҳам йук, улар фақат воситачилик қиладилар. Агент ва брокерлар воситачилик ишини бажарадилар, аммо моддий жавобгарликни буйинларига олмайдилар. Агентлар ишлаб чиқариш фирмаларида ва улгуржи савдо базаларида ишлашади. Брокерлар товар биржаларида асосий уринни эгаллайдилар. Брокерлар жойи биржада танлов асосида сотилади, улар бир томондан биржадан, иккинчи томондан, уз фаолиятлари учун ҳақ оладилар.

Дилер – мустақил кичик воситачи тадбиркор булиб, олди-сотди ишларини бажаради ва моддий жавобгарликка эга.

Воситачи ҳамкорларни танлаш ҳамма товар ишлаб чиқарувчилар учун муҳим давр ҳисобланади. Энг аввало шунга аҳамият бериш керакки, танлаб олинаётган воситачи бир вақтнинг узида сизнинг фирмангизнинг бозоридаги рақобатчиси бўлмаслиги керак. Умумий ҳолатда воситачи фирмалар ичидан сизнинг товарингизни сотиш буйича махсуслашганини танлаш зарур. Яна воситачи фирманинг бозордаги обрў - эътибори, маъқеи, молиявий аҳволи қандай ва қайси банк билан ишлайди қабил саволларга жавоб олиши керак. Унинг асосий белгиларидан савдо шахобчаларининг моодий техникаси, жойлашиши, сотувчи ходимларнинг малақаси ва бошқалар. Олдин синаш учун бирор йилга шартнома тузилади ва воситачи савдо фирма вақили, раҳбари - менежери воситачини шахсан урганади ва унинг шахобчаларига боради. Воситачилар иложи борича қупрок танланади ва уларнинг маркетинг - бозор дастурларига аҳамият берилади.

Махсулот ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилардан ҳуқуқий ҳамда хужалик жихатларидан мустақил бўлган фирмалар воситачилар жумласига қиради (саноат қорхоналарининг шубҳа савдо фирмалари ва филиаллари воситачиларга қирмайди). Воситачиларни ҳаракатга қелтирадиган нарса қойдадир. Уларнинг қойдаси харид нархлари билан сотиш нархлари уртасидаги фарқдан ёки бозорда товар ҳаракатини амалга оширишдаги хизматлари эвазига оладиган муқофотдан ташқил топади.

Ҳозирги шароитда воситачилар бажарадиган вақифалар ва қўрсатадиган хизмат турлари қоят қўп. Улар қуйидагилардан иборат:

- сотишни ташқил этиш ишларини бақариш - қонтрагентларни излаш, сотувчи номидан харидни расмиёлаштириш, товар ҳақи учун пул туланишини харидор номидан қақолатлаш, реклама қомпанияларини утқазиш ва бозорни таққик қилиш;

- транспорт - ташиш ишлари, юқни сугурталашни амалга ошириш, савдо ҳаракатларини молиялаш;

- техникавий хизмат, сотишдан қейинги техникавий хизмат қурсатиш;

- бозор тўғрисидаги ақборот туплаш ва уни таққим этиш.

Ақсарият қами савдо - воситачилик ишларининг оз сонли энг йирик савдо моноқолиялари қулида тупланиши воситачилик бугинида сифат узқаришларига олиб қелади. Уларнинг уз молия қомпаниялари бор, банклар билан алоқага эга,

уз сугурта компаниялари, уз флоти, эхтиёт кисм омборхоналари, бошка тармоқларда махсулотни қайта ишлаш саноат корхоналари, дилерлик фирмалари тармоғи ва чет элларда филиаллари мавжуд.

Халқаро товар муомаласида умумий ҳажмнинг ярмидан то учдан икки қисмига савдо воситачилари тугри келади. АКШ, Англия, Голландия, Япония, Скандинавия мамлакатларининг ташқи савдосида савдо воситачилари хизматидан кенг фойдаланилади. Ташқи иқтисодиёт фаолият соҳасида савдо воситачиларидан фойдаланиш саноат фирмалари учунмуайян афзалликлар яратади.

Савдо воситачиларидан фойдаланишнинг муҳим афзаллиги шундаки, саноат фирмаси махсулот экспорти билан шугулланганда импортер мамлакат ҳудудида савдо шаҳобчаларини ташкил этиш харажатларини тежайди, чунки воситачи фирмалар одатда уз моддий - техника базаларига омборхоналар, намоиш заллари, таъмирлаш устахоналари ва бошкаларга эга булади.

Яна бир афзаллик шундан иборатки, воситачилар ишлаб чиқарувчиларни товар хараати, товарни сотиш билан боғлиқ жуда куп ташвишлар (махсулотни етказиб бериш, саралаш, жойлаш, турли хилларга ажратиш, экспорт қилинганда маҳаллик эса бозорга мослашиш ва бошкалар) дан озод қилади.

Учинчи бир афзаллик - қисқа муддатли ва узок муддатли кредитлаш асосида битишувларни молиялаш воситачи капиталидан фойдаланиш. Бу ҳолда воситачиларнинг банклар, транспорт ҳамда сугурта компаниялари билан барқарор ишбилармонлик алоқалари катта аҳамиятга эга.

Нихоят, савдо воситачилари айрим бозорларга тула ҳокимлик қилиб олган ҳолларда ҳам учрайди. (Масалан, Англия брокерлари томонидан) ва бу бозорларга истеъмолчилар билан бевосита алоқа қилиш фойдаланиш заруриятига айланади.

Аммо сотишни воситачилар орқали олиб бориш ҳам бир қатор камчиликларга эга, чунки ишлаб чиқарувчи сотиш бозорлари билан бевосита алоқа урната олмайди, умуман воситачининг виждон ва ҳақ сузлигига боғлиқ булиб қолади.

Ишлаб чиқарувчи билан воситачи уртасидаги узаро муносабатлар мазмуни ва воситачи бажарадиган вазифаларга қараб савдо - тижорат амалларининг бир қанча турларини таъқидлаб қурсатиш мумкин: олиб - сотиш ишлари, комиссия савдо ишлари, агентлик ва брокерлик ишлари.

Савдо воситачиси олиб - сотиш ишларини уз номидан ва уз ҳисобидан олиб боради. Олиб - сотиш харажатларининг икки тури бор: биринчи ҳолда воситачи ишлаб чиқарувчига нисбатан товарларни олди. Воситачи бу ҳолда товар эгаси булиб қолади ва уни ҳар қандай бозорда хоҳлаган нарҳда узи билганича сотиши мумкин. Томонлар олди - сотди булғач, воситачи билан ишлаб чиқарувчи уртасидаги муносабатлар тухтатилади.

Унинг иккинчи турида ишлаб чиқарувчи воситачига товарни муайян ҳудудларида ва қелишилган муддат давомида сотиш ҳуқуқини беради.

Олиб - сотиш харакатлари мазмунига караб, бу иш билан савдо уйлари, экспорт, импорт, улгуржи, чакана фирмалар, дистрибьютерлар, стокистлар шугулланадилар. Савдо уйлари бундай ишларни асосан уз хисобига амалга оширади.

Савдо - воситачилик ишларининг навбатдаги тури - комисион фаолият комисионер деб аталадиган, бир томоннинг комитент деб аталадиган иккинчи томон топшириги билан иккинчи томон хисобидан, аммо уз номидан битишувларни амалга оширишдан иборат. Комитент билан комисионер уртасидаги узаро муносабатлар комиссия шартномаси билан тартибга солинади.

Комисион ишларининг яна бир куруниши - консигнация характеридир. Консигнатор - экспортер (консигнатор)дан уз омборига товар консигнация шартномаси белгиланган муайян шартларда сотади. Шартномада жунатилган товар номи, нархи, сотиш муддати ва бошкалар курсатилган булади. Консигнатор ташки савдо ишларидаги комисионерларнинг курунишларидан бири, лекин у товарлар савдосини консигнат белгилаган нархларда, унинг хисобига, аммо уз номидан олиб боради.

Агентлик харакат (иш)лари - принципиал деб аталадиган бир томоннинг агенти (савдо ва тижорат) деб топширигидан иборат.

Саноат агенти муайян жойларда узаро ракобатда булмаган бир канча саноатчилар товарларни сотиш билан шугулланадилар. Аксарият холларда савдо агентлари коммивояжерлар деб юритилади.

Коммивояжер - савдо фирмасининг тайёр агенти намуналари,

Брокерлик савдо - воситачилик ишлари воситачи - брокер оркали сотувчи ва харидор (сугуртачи билан сугурта килдирувчи, кема эгаси билан кемани ижарага олувчи) уртасида алока урнатишдан иборат. Брокернинг кайси йуналишида фаолият олиб боришидан ва у кимнинг номидан иш куришдан катъи назар, у хамиша факат тор юридик маънодаги воситачи тарзида иш олиб боради. Брокер хеч качон шартномадаги томонлардан бирибула олмайди, факат томонларни узаро учраштириш, шартнома тузишга ёрдамлашиш вазифасини бажаради.

### **3. Савдо килишнинг янги турлари ва усуллари**

Савдо килишнинг янги турларига интернет, электрон почта, тугри маркетинг, франчайзинг ва бошкаларни киритиш мумкин.

Интернет оркали савдо килиш хозирги пайтда замонавий савдо килиш тугри хисобланади. Жуда куп фирмалар интернетда махсулотларини таклиф киладилар. Истеъмолчилар узларига керакли махсулотни узларининг компьютери оркали буюртма бериб сотиб олишлари мумкин. Интернет оркали савдонинг устунлик томонлари бу биринчидан, вақт тежалади, иккинчидан воситачиларсиз тугридан-тугри иглаб чиқарувчидан олиш имконияти пайдо булади.

Тугри маркетинг – бу харидор билан турли воситалар билан тугридан-тугри мулокот булиб, харидорни махсулотни сотиб олишга ишонтиришдан иборатдир.

Франчайзинг – бу савдо килиш усулининг замонавий шакллари билан бири булиб хисобланади. Бунда франчайзинг фирмаси франчайзер фирмасининг товар маркаси, номаланиши, ва рекламасидан фойдаланиб, товарни ишлаб чиқариш, таксимланиши, сотиши ва таклиф этилишида бевосита катнашади. АКШда чакана савдонинг 50 % қисми франчайзинг тизими орқали амалга оширилади.

Хозирги вақтда чакана савдода товар сотишнинг қуйидаги усуллари қулланилади:

- товарни пештахта орқали сотиш
- товарни харидор узига-узи хизмат қиладиган усулда сотиш
- товарни очик ёйиб қуйиб сотиш
- товар наъмуналарини курсатиб сотиш
- товарни аҳолининг буюртмасига мувофиқ сотиш.

Товарни пештахта орқали сотиш – товар сотишнинг одатдаги усули булиб, унда харидорларга хизмат қилиш жараёнининг деярли ҳамма асосий элементлари, чунончи: товарларни курсатиш ва унинг ассортименти билан таништириш, ҳисоб-китоб қилиш ва ҳақи туланган товарни топшириш ишларини пештахта ёнида турган сотувчи бажаради.

Харидорлар узига-узи хизмат қилиши асосида товар сотиш усулида савдо майдони деворлари ёнига ёки уртасига териб қуйилган ҳамма товарлар ёнига харидорлар бемалол бориб, мустақил танлаб олиб, инвентарь қорзиналар ёки аравачаларга узлари солишлари мумкин, товарнинг ҳақи дукондан чиқаришдаги ягона ҳисоб-китоб жойида туланади.

Товарни очик ёйиб қуйиб сотишда харидорлар сотувчининг иш жойига бемалол бориб мустақил танишишлари, сотувчининг маслаҳати ва ёрдами билан узларига керакли товарни танлаб олишлари мумкин.

Харидорлар узига-узи хизмат қиладиган усулда булгани каби товарларни очик ёйиб қуйиб сотишда ҳам товарлар савдо залига сотиш учун тула тайёр ҳолда чиқарилади.

Товарларнинг наъмуналарини курсатиб сотиш усули шароитида харидор савдо майдонига қуйилган наъмуналарга қараб узига керакли товарларни мустақил равишда ёки сотувчи ёрдамида танлайди, унинг ҳақини тулагандан кейин тегишли товарни бевосита дукондан олади ёки қушимча ҳақ эвазига уйига элтиб беришга буюртма беради. Ана шу усулни катта ҳажмдаги – мебель, совутгич, қир ювиш машинаси, тикув машинаси, электр ёриткич, газламалар сотишда ташкил этиш мумкин.

Товарни аҳолининг буюртмасига мувофиқ сотиш усулида харидор узига керакли товарга дуконнинг буюртма булимида ёки саноат қорхонаси, қурилиш, муассаса, дала шийпони, истикомат жойида ташкил этилган буюртма қабул қилиш жойида олдиндан буюртма беради. Бу товар дукондан олинади ёки

буюртмачининг уйига ёхуд буюртмада курсатилган бошка жойга элтиб берилади. Барча озик-овкат махсулотларини сотишда ҳамда мураккаб ассортиментдаги товарларни ичкарилиқдаги кишлоқ аҳоли пунктларида жойлашган ва кундалик талаб қилинадиган товарлар билан савдо қиладиган дуконлар орқали сотишда ана шу усулни қўллаш мумкин.

Савдонинг илгор усулларидан бири савдо автоматлари орқали савдо қилиш ҳисобланади. Савдо автоматлари савдонинг ижтимоий-иктисодий самарадорлигини таъминлашда муҳим урин тутади, яъни савдода истеъмол харажатларини камайтириш, истеъмолчи ҳукмрон бўлган шароитда муҳим аҳамиятга эгадир. Ҳозирги шароитда замонавий дзайнга эга бўлган савдо атоматларидан фойдаланиш муҳим масала ҳисобланади.

Хорижий мамлакатларда товарларни сотишда қўлланилаётган қуйидаги илгор усуллардан мамлакатимиз савдо қорхоналари ва ташкилотларида фойдаланиш мумкин:

- чакана савдо қорхоналарининг намоиш залида туширилган нархларда каталогларт буйича ноозик-овкат товарларини сотиш;
- шаҳар марказида жойлашган ва кичик савдо майдонига катъий интерьер, унча қўп бўлмаган ходимларга эга бўлган чакана савдо қорхоналарида нархи туширилган чекланган ассортиментдаги товарлар билан савдо қилиш;
- “қўлай дуконлар”, чекланган ассортиментдаги товарлар асосан янги озик-овкат махсулотлари билан савдо қилувчи ҳамда харидорларга бутун қўн мобайнида хизмат қўрсатадиган савдо қорхоналарида сотиш.

Хорижий мамлакатлар савдо қорхоналарида товарларни сотишда қўлланилаётган илгор усулларнинг муваффақиятини таъминловчи йўллар харидорга янада қўпроқ турли хил хизматларни қўрсатиш ва товарларга бўлган нархни тушириш бўлиб ҳисобланади. Булардан савдо қорхоналарида фойдаланиш мақсадга мувофиқдир.

## ҚИСКА ХУЛОСАЛАР

Маркетингнинг энг муҳим ва ажралмас таркибий қисми махсулотни сотиш ва тақсимлаш ҳисобланади. Бу жараёнда ташкилий нуқтаи назардан энг мураккаб вазифа - ишлаб чиқарилган махсулотни истеъмолчига етказиш ҳал этилади.

Таксимот йўли аниқ бир товар ёки хизматнинг ишлаб чиқарувчидан истеъмолчи сари ҳаракатида уларга бўлган мулк эгаси ҳуқуқини узига оладиган ёки бошкага беришга ёрдам қўрсатадиган фирмалар ёхуд айрим шахслар мажмуидан иборатдир.

Таксимот каналининг босқичи - бу товар ва унга эгалик ҳуқуқини пировард харидорга яқинлаштириш йўлида у ёки бу ишни бажарадиган ҳар қандай воситачидан иборатдир. Таксимот каналининг қуйидаги босқичлари бор:

5. Ноль боскичли канал ёки бевосита маркетинг канали ишлаб чиқарувчи ва истеъмомчидан иборат. Ишлаб чиқарувчи истеъмомчилдарга уз товарларини жойма-жой ташиб юриб (кучма савдо), жунатиш йули билан ёки уз фирма дуқонлари орқали сотади.

6. Бир боскичли канал узига ишлаб чиқарувчи, воситачи ва истеъмомчини камраб олади. Истеъмом бозорида, одатда, бу воситачи чакана савдогар (дуқондор), саноат махсулотига оид товарлар бозорида эса савдо агенти ёки брокер хисобланади.

7. Икки боскичли канал узига ишлаб чиқарувчи, икки воситачи, истеъмомчини камраб олади. Истеъмом товарлари бозорида улгуржи ва чакана савдогарлар шундай воситачилар хисобланади. Саноат махсулотлари бозорида улар саноат дистрибьютери ва дилерлар деб аталади.

8. Уч боскичли канали узига ишлаб чиқарувчи, учта воситачи ва истеъмомчини камраб, куп холларда улгуржи ва чакана савдогарлар уртасида майда улгуржи (кутарафурушлар) фаолият курсатади. У йирик улгуржи савдогар хизмат курсатмайдиган кичик савдо корхоналарига сотади.

Чакана савдо аҳолига тугридан - тугри товар сотиш ва хизмат килиш билан боглик булган тадбиркорлик фаолиятини уз ичига олади. Чакана савдо товарлар ассортиментининг шаклланишида катнашади. Харидорларга товарлар сифат курсаткичлари тугрисида ахборотлар беради. Товарларни саклаш, кушимча ишлаш, нархларни урнатиш ва бошка вазифаларини бажаради. Натижада товарларнинг охирги истеъмомчилари билан олди - сотди шартномасини бажаради. Чакана савдо мулкчилик шакли, усули ва хизмат курсатишлари билан турланади.

Улгуржи савдо умумлашган воситачи хисобланади ва купчилик вазифаларни бажаради. Улгуржи савдодан саноат корхоналари, тижорат фирмалари ва давлат муассасалари улгуржисига товар сотиб олишлари мумкин.

Савдо килишининг янги турларига интернет, электрон почта, тугри маркетинг, франчайзинг ва бошкаларни киритиш мумкин

## ТАЯНЧ ИБОРАЛАР

Чакана савдо, Улгуржи савдо, Воситачилар, Таксимот каналлари, Таксимот йули, Вертикал маркетинг тизими, Тугри маркетинг, Франчайзинг.

Назорат ва мулохаза саволлари.

1. Товарларни таркатиш хусусиятлари нималардан иборат?
2. Чакана савдо ва улгуржи савдони мазмунини изохлаб беринг.
3. Савдода воситачини танлаш кандай амалга оширилади?
4. Сотиш тармогини шакллантирувчи омилларга нималар киради?
5. “Мерчендайзинг” сиёсати деганда нимани тушунаси?

6. Савдо килишнинг кандай янги турлари ва услубларини биласиз?
7. Таксимлаш каналлари неча боскичдан иборат?
8. Савдо автоматлари оркали товар сотиш деганда нимани тушунаси?

#### Адабиетлар руйхати:

##### I. Асосий адабиётлар

1. И.А.Каримов “Бизнинг бош мақсадимиз - жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир”. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлис Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи, 2005 , 29 январь, 20 сон.
2. Г.Л.Багиев и др. Маркетинг.-М.Питер, 2005.
3. Голубков Е.П., . “Основы маркетинга”-М. Финпресс, 2003 .
6. Голубков Е.П., . “Маркетинговые исследования”-М. Финпресс, 2003
7. Аакер Д. И др. “Маркетинговые исследования”-С-Пб, Питер, 2004

##### II. Қушимча адабиетлар руйхати:

1. Березин И. Маркетинговый анализ.-М: ООО Журнал, Управление персоналом, 2004.
2. Фаттахов А.А. ва бошқалар. Маркетинг-бошқарувнинг бозор концепцияси.- Т., ТДИУ, 1999.
3. Юсупов М. “Маркетинг” фани буйича кургазмали укув кулланма.- Т.ТДИУ,2001.
4. Косимова М.С., Эргашхужаева Ш.Ж, Маркетинг. -Т.:ТДИУ, 2004.
5. [www.dis.ru](http://www.dis.ru). Маркетинг журнал в России и зарубежом.
6. [www.4p.com.ua](http://www.4p.com.ua)
7. [www.bci-marketing.aha.ru](http://www.bci-marketing.aha.ru)
8. [www.marketing.al.ru/index\\_0007.shtml](http://www.marketing.al.ru/index_0007.shtml)
9. [www.marketing.uef.ru/students-news.php](http://www.marketing.uef.ru/students-news.php)