

УЛГУРЖИ ОЗИҚ-ОВҚАТ БОЗОРИ ФАОЛИЯТИНИНГ ТАШКИЛИЙ- ИҚТИСОДИЙ МОДЕЛЛАРИ

Бобоёрова Мафтуна

**Тошкент давлат иқтисодиёт университети маркетинг кафедраси мустақил
тадқиқотчиси**

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7936596>

Жаҳоннинг ривожланган АҚШ, Япония, Хитой, Европа Иттифоқи каби мамлакатлари глобал озиқ-овқат маҳсулотлари бозорда устун мавқеини таъминлашнинг асосий стратегияси сифатида қўшимча қиймат яратиш манбаи бўлган глобал брендлар яратишга эътибор қаратмоқда. Шунинг учун, халқаро озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи компаниялар томонидан брендинг фаолиятини баҳолаш, мониторингини амалга ошириш, бренд стратегияларини ишлаб чиқиш, жумладан, глобал брендларни яратишда инновацион маркетинг стратегияларидан фойдаланиш, халқаро бренд рейтингларига кириш асосида глобал брендлар билан рақобатлаша оладиган маҳаллий брендлар яратиш, рақамли маркетингдан самарали фойдаланиш ва уларни баҳолаб боришнинг илмий-услубий асосларини такомиллаштириш юзасидан амалга оширилаётган илмий тадқиқотлар оммалашмоқда.

Ўзбекистондаги озиқ-овқат маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи корхоналарининг брендларни яратиш ва уларни халқаро брендга айлантириш борасида етарли тажрибага эга эмаслиги, уларнинг маркетинг фаолиятида янги ёндашувлар, воситалар ва бренд концепцияларидан фойдаланишнинг илмий-методологик баъзасини кенгайтиришни талаб этмоқда. Шу муносабат билан, мавжуд бюджет чекловлари ва рақобат муҳитининг таъсирини ҳисобга олган ҳолда, максимал истеъмолчи ва қўшимча қийматига эга бўлган брендни ривожлантириш жараёнини самарали ташкил этиш ва бренд қийматини ошириб боришнинг назарий ва услубий ёндашувларини ишлаб чиқиш кун тартибига қўйилган. Ушбу ҳолатлар озиқ-овқат маҳсулотлари брендини баҳолаш методологиясини такомиллаштириш ва уни қийматини оширишга қаратилган илмий тадқиқотлар олиб боришни тақозо этмоқда.

Озиқ-овқат ишлаб чиқариш ва уни маркетинг муаммоларини ҳал этиш, жумладан, озиқ-овқат маҳсулотлари брендини шакллантиришни тадқиқ қилишнинг илмий-назарий жиҳатлари қўплаб хорижлик олимларнинг ишланмаларида ўз аксини топган. Бу борада Ассэль Г. [2], Churchill G.A. [3], Brown T.J., Kotler Ph., Keller K.L., Setiawan I., [4] Karatajaya H., Malhotra N.K., Kennedy D., Praet V.D., Salenbacher J. Traindl A., Trout J., Doyle P ларнинг илмий ишлари мумтоз асарларга айланган [5]. Ушбу узоқ хориж олимлари маркетинг, маркетинг стратегияси ва брендни шакллантиришга қўшган салмоқли ҳиссасига қарамай, озиқ-овқат маҳсулотларининг брендини шакллантириш ва уни баҳолаб боришнинг илмий методологик асослари яратилган.

Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларида бу борада Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Буланов А., Веселова А.О., Годин А.М., Голубков Е.П., Гречин Е.Ю., Макашёв М.О., Правда П., Рожков И.Я., Кисмеришкин В.Г. сингари олимлар тадқиқотлар олиб борганлар.

Бозор муносабатлари ривожланишининг ҳозирги босқичида бошқарувнинг барча даражаларида тизимли иқтисодий ўзгаришларни амалга ошириш зарурлигини англаш кузатилмоқда. Худудлар иқтисодиётига давлат ҳокимияти органлари, илмий

жамоатчилик, оммавий ахборот воситаларининг қизиқиши ҳудудларнинг мамлакат иқтисодийётига таъсирининг кучайиши, ҳудудларнинг бозор салоҳиятининг аҳамиятлилиги билан боғлиқ.

Товар ишлаб чиқарувчи ва хизмат кўрсатувчи корхоналар, фирмалар, ташкилотлар бошқарувнинг маълум бир ташкилий механизмига эга. Бошқарув тизимининг ташкилий механизми бошқарув субъектининг иқтисодий манфаатларини, уни ташкил этувчи кишилар гуруҳининг онгли иродасини амалга оширишнинг энг муҳим институтидир. Бу восита объектив қонунлар талабларидан ҳам, бошқарув объекти сифатида ишлаб чиқариш фаолияти хусусиятларидан ҳам фойдаланишни таъминлайди. Шу билан бирга, у ишлаб чиқаришни ривожлантиришда субъектив мақсадлар ва шарт-шароитларни амалга оширишни белгилайди, ва буни уларга эришиш воситаси сифатида кўриб чиқади [5].

Худди шу ишлаб чиқариш ва бозор субъектлари маълум бир иқтисодий механизмга эга бўлиши керак. У бозор нархлари, кредит ставкалари тизими ёки муайян тадбирларни бюджетдан таъминлаш, субсидиялар, суғуртада бюджетнинг иштироки, фаолият тури ёки мулкчилик шакли бўйича табақалаштирилган ва имтиёзли солиқ ставкалари, божхона тўловлари асосида шаклланади.

Шундай қилиб, ташкилий-иқтисодий механизм элементларнинг мураккаб бирлигини ташкил қилиб, улар бир-биридан ажралмас ва улар ўртасида диалектик мувофиқлик мавжуд бўлади. Фақат бошқарувнинг иқтисодий механизмини такомиллаштириш, агар бу тегишли ташкилий механизм билан таъминланмаган бўлса, ўз самарасини бермайди.

Бу тушунчалар иқтисодий тизимлар, бутун жамият каби доимий ҳаракатда бўлиб, такомиллашиб боради, ҳамда бу жараён эволюцион тарзда амалга ошади. Буни “бугунги кунда оммабоп бўлган ҳар бир иқтисодий таълимот иқтисодий тизимлар ривожланишининг эволюцион табиатини маълум даражада тан олади, ва уларни бир-бирига қаттиқ боғланган алоҳида элементлардан иборат механизмлар эмас, балки нафақат бир-бирини функционал тўлдирадиган ва шу тариқа бир-бирининг ривожланиш даражасини ўзаро белгиладиган, балки узлуксиз ўзаро такомиллашиб боргани ҳолда бир-бирини эволюцион ривожлантирадиган таркибий қисмлардан иборат организмлар сифатида кўриб чиқади” деган фикр тасдиқлайди.

Юқорида айтилганлар улгуржи озиқ-овқат бозорларининг шаклланиши ва ривожланишини тўлиқ даражада тавсифлайди. Маълумки, улгуржи озиқ-овқат бозори бозор инфратузилмаси ва бозор муносабатларининг таркибий қисми ҳисобланади, лекин айни вақтда улгуржи озиқ-овқат бозорининг ўзи ташкилий механизмни ташкил этувчи ўз воситаларига, ўзига хос инфратузилмага эга.

Улгуржи озиқ-овқат бозорининг таркибий қисми ишлаб чиқариш инфратузилмаси бўлиб, у бозор фаолият юритишининг ташқи ва ички шароитларини таъминловчи элементларни ўз ичига олади. Булар юк транспорти, электр энергияси, газ, сув таъминоти, омбор хўжалиги, алоқа, шунингдек тадбиркорлик хизматлари: реклама ва маркетинг хизматлари, ижара ва лизинг, муҳандислик-консалтинг ва лойиҳалаш, ишчи кучига бўлган эҳтиёжни таъминлаш ва бошқа хизматлардир. Шунини таъкидлаш керакки, ишлаб чиқариш инфратузилмаси, кўпинча, улгуржи озиқ-овқат бозори тизимининг энг ривожланган таркибий қисми ҳисобланади, чунки бозор кўпинча

аллақачон мавжуд бўлган моддий база асосида шаклланади ва совутгичлар, омборлар, юк ортиш-тушириш ускуналари, кириш йўллари ва коммуникациялар қувватига эга бўлади.

Улгуржи озиқ-овқат бозорининг муҳим таркибий қисми кредит-молиявий инфратузилма бўлиб, улгуржи озиқ-овқат бозорининг пул, қимматли қоғозлар, инвестиция бозорлардаги фаолиятини таъминлайдиган ва улгуржи озиқ-овқат бозори томонидан назорат қилинадиган ёки ҳаттоки унинг таркибига кирувчи молиявий бўлинмалар, кредит-банк муассасалари, молиявий ва суғурта компаниялари мажмуидан иборат. Кредит-молиявий инфратузилма хўжалик юритувчи субъектлар ўртасидаги ҳисоб-китобларни жадаллаштиради, бозор маъмурияти, улгуржи сотувчилар ва харидорларнинг мулкани ва жавобгарлигини суғурталайди.

Улгуржи озиқ-овқат бозорининг тижорат инфратузилмаси - бу бозор фаолиятига хизмат кўрсатувчи элементлар тўпламидир. Уларга кичик улгуржи ва чакана савдо корхоналари, ярмаркалар, воситачи фирмалар кириши мумкин.

Улгуржи озиқ-овқат бозори шунингдек, бандлик шароитларига амал қилинишини, хавфсизлик техникаси қоидаларига риоя этилишини ва ишчи кучини такрор ишлаб чиқаришни таъминлайдиган ижтимоий инфратузилмага ҳам эга бўлиши керак. У соғлиқни сақлаш муассасалари, йўловчи транспорти, дам олиш, умумий овқатланиш, маиший хизмат кўрсатиш, уй-жой коммунал хўжалиги ва бошқаларни ўз ичига олади.

Улгуржи озиқ-овқат бозори фаолиятида ахборот инфратузилмаси муҳим ўринни эгаллаб, унга бозор маъмурияти, юридик ва жисмоний шахслардан иборат озиқ-овқат маҳсулотлари сотувчилари ва озиқ-овқат истеъмолчиларига ахборот хизматлари кўрсатувчи бўлинмалар киради.

Юқоридагилардан ташқари улгуржи озиқ-овқат бозори институционал тузилмага ҳам эга. У бозорнинг хўжалик фаолиятини тартибга солишнинг институционал таркибий қисмларини ўз ичига олиб, улар бозор ривожланишининг энг мақбул нисбатларини сақлашга имкон беради. Бу элементлар иқтисодий субъектлар ўртасидаги горизонтал ва вертикал муносабатларни тартибга солувчи, бозор муносабатларининг бошқарилишини ва олдиндан башорат қилинишини таъминловчи қоидалар, ҳатти-ҳаракат меъёрларини ўрнатади.

Улгуржи озиқ-овқат бозори нинг иқтисодий механизми ўзига хос амал қилиши билан тавсифланади. Улгуржи озиқ-овқат бозорларининг фаолияти ўз-ўзини таъминлаш асосида амалга оширилади. Уларнинг даромадлари ходимларнинг иш ҳақи, кўрсатилган бозор хизматлари учун ҳақ тўлаш, моддий-техник базани сақлаш ва ривожлантириш харажатларини қоплаши керак. Бозорларнинг даромад манбаларига қуйидагилар киради:

- доимий ва бир марталик ташриф буюрувчилардан ундириладиган улгуржи савдода иштирок этиш ҳуқуқи учун тўлов;
- улгуржи бозор томонидан кўрсатилган хизматлар: ўтказиш, юк ортиш-тушириш ишлари, сифатини таҳлил қилиш, сотилмаган маҳсулотларни утилизация қилиш ва бошқалар учун улгуржи сотувчилардан ундириладиган тўловлар, тарифлар ва бошқа тўловлар;
- улгуржи воситачилар томонидан бозорда воситачилик операциялари учун ҳақ тарзида олинадиган воситачилик ҳақларидан улгуржи бозор фойдасига ажратмалар;

- улгуржи савдо қоидаларини ва улгуржи бозорнинг ички ҳужжатларида белгиланган бошқа қоидаларни бузганлик учун ундириладиган жарималар;
- сотувчиларга бинолар ва офисларни тақдим этиш учун ижара тўловлари.

Барча улгуржи озиқ-овқат бозори харажатлари, шу жумладан моддий-техник базани ривожлантириш, ҳар хил турдаги хизматларни кўрсатиш харажатлари калькуляция қилиниши ва тарифларга киритилиши керак.

Улгуржи озиқ-овқат бозори нинг энг муҳим иқтисодий вазифаларидан бири бу ерда шаклланаётган нархларга таъсир қилишдир. Шу билан бирга, кўзланадиган асосий мақсад – қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқарувчиларининг зарур рентабеллигини таъминлаш, ишлаб чиқариш ҳажмини ва самарадорлигини оширишни рағбатлантириш, бозорни озиқ-овқат маҳсулотлари билан тўлдириш ва кўпчилик аҳолининг қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини сотиб олиш имкониятини таъминлаш учун иқтисодий шарт-шароитларни яратишдан иборат бўлиши лозим. Ушбу миссияни улгуржи озиқ-овқат бозори мавжуд усуллардан фойдаланган ҳолда амалга ошириши керак.

Улгуржи озиқ-овқат бозорларида нарх белгилаш тизимини шакллантириш концепцияси эркин бозор нархларининг тарқалиши асосида нархлар нисбатларини яхшилашга, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг айрим турларига ҳимоявий кафолатланган нархлар тизимини жорий этишга, қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини гаровга қўйиш механизмининг қўллаш ва такомиллаштиришга ва бошқаларга асосланган бўлиши керак. Нарх сиёсатининг муҳим жиҳати – озиқ-овқат билан таъминлаш барқарорлигини, шунингдек нархлар турғунлигини таъминлаш учун айрим турдаги товарлар ва озиқ-овқат маҳсулотлари нархлари кескин ўсган ҳолатларда аралашув, маҳсулотлар тўлиб тошганда уларнинг ортиқча қисмини сотиб олиш ҳисобланади. Бундай "операция" товар ишлаб чиқарувчилар учун ҳам фойдалидир, чунки улар маҳсулотларининг нисбий рентабеллиги таъминланади.

Жаҳон тажрибасини умумлаштириш ва ички озиқ-овқат товарлари ҳаракати тизимини таҳлил қилиш асосида Россия улгуржи озиқ-овқат бозорларининг қуйидаги хусусиятларини ажратиш кўрсатиш мумкин:

- ихтисослашган бозорларни эмас, балки жуда кенг ассортиментдаги озиқ-овқат ва ҳамроҳ ноозиқ-овқат маҳсулотларига эга универсал бозорларни яратиш энг кенг тарқалган шаклга айланди;
- Россия улгуржи бозорлари мукамал бўлмаган инфратузилма билан тавсифланади;
- амалдаги савдо-сотиқ механизми мукамал эмас, ким ошди савдо режими деярли мавжуд эмас;
- улгуржи бозорлар товар айланмасида кичик ҳажмдаги улгуржи партиялар, айрим ҳолларда эса чакана савдо устунлик қилади;
- ҳудудий қамрови бўйича мавжуд улгуржи озиқ-овқат бозорлари асосан локал бўлиб, маҳаллий истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган, улар маҳаллий ишлаб чиқарувчиларнинг янада юқори даражадаги бозорларга чиқиш каналига айланмаган;
- улгуржи озиқ-овқат бозорлари фаолиятининг меъёрий-ҳуқуқий базасини федерал ва минтақавий даражада такомиллаштириш ва охирига етказиш талаб қилинади.

References:

1. <https://brandirectory.com/rankings/food/2021>
2. Ассэль Г. Маркетинг: Принципы и стратегия: -М.: Инфра-М.,1999;
3. Churchill G.A, Brown T.V. Basic marketing research, -Thomson, United States, 2010;
4. Kotler Ph. Marketing essentials. –Prentice Hall, United States, 2019;
5. Praet V.D. Unconscious Branding. How neuroscience can empower marketing. – Prentice Hall, USA, 2012.

