

Аширли Абдирашидович АБДИРАШИДОВ
Ўзбекистон халқаро ислом академияси
Ислом иқтисодиёти ва халқаро
муносабатлар
факультет декани
иқтисод фанлари номзоди
ashirali.abdirashidov@gmail.com

ИСТЕЪМОЛ ТОВАРЛАРИ БОЗОРИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ ВА РИВОЖЛАНИШ ҚОНУНИЯТЛАРИ

ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И ЗАКОНОМЕРНОСТИ РАЗВИТИЯ

CHARACTERISTICS OF THE CONSUMER GOODS MARKET AND THE LAWS OF DEVELOPMENT

Анотация: Мақолада муаллиф истеъмол товарлари бозорининг назарий жиҳатларига эътибор қаратган бўлиб, унда бозорни таҳлил қилиш услубининг кетма-кетликлари таклиф этилган, истеъмол товарлари бозорини таҳлили бўйича асосий йўналишлар жамланмаси келтирилган, мамлакат истеъмол товарлари бозорининг ўзига хос хусусиятлари очиқ берилган ҳамда истеъмол товарлар бозори ривожланишининг асосий қонуниятлари келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: истеъмол, истеъмол товарлари, истеъмол товарлари бозори, тенденция, ўсиш қонуниятлари, ўқиш нуқталари, аҳоли даромадлари, турмуш даражаси.

Аннотация: В статье автор обращает внимание на теоретические аспекты рынка потребительских товаров, в которых предложен ряд методов анализа рынка, представлен комплекс основных направлений анализа рынка потребительских товаров, выявлены специфические особенности рынка потребительских товаров страны, а также основные законодательные акты по развитию рынка потребительских товаров.

Ключевые слова: потребление, потребительские товары, рынок потребительских товаров, тенденции, модели роста, контрольные точки, доходы, уровень жизни.

Annotation: In the article, the author draws attention to the theoretical aspects of the consumer

goods market, in which several market analysis methods are proposed, a set of main directions for analyzing the consumer goods market is presented, specific features of the country's consumer goods market are revealed, as well as the main legislative acts on the development of the consumer goods market.

Keywords: consumption, consumer goods, consumer goods market, trends, growth patterns, breakpoints, incomes, living standards.

Иқтисодий ривожланиш барқарорлигини таъминловчи ўсиш нуқталари сирасига кирувчи истеъмол товарлари бозори субъектлари, яъни, саноат, қишлоқ хўжалиги, аҳоли даромадлари шаклланиши манбалари, истеъмол даражаси, талабидаги ўзгариш тенденциялари, динамикаси, маҳаллий импорт ўрнини босувчи ишлаб чиқариш, рақобатбардош товарлар билан тўйиниши каби масалаларни мажмуавий ўрганилиши аҳоли турмуш даржасининг ошиши ҳамда шулар орқали мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётида муҳим аҳамият касб этади.

Тадқиқотлар таҳлили барча барқарор ривожланиш йўлиги тушган мамлакатларнинг истеъмол товарлар бозори давлатнинг тартибга солувчи инструментлари, соғлом рақобат шароитини яратиш, бозорда миллий ишлаб чиқарувчилар улушини кўпайтириш ҳамда маҳсулотларни экспорт қилишда қулай шарт-шароитлар яратиш каби масалаларни ҳал қилиш орқали эришилганилигини кўрсатади [1:25].

Ҳозирги кунда сифатли истеъмол товарлар ва хизматларига юқори талаб ҳамда шиддатли рақобат кураши ривожланган давлатларнинг истеъмол бозорига хос хусусиятларидандир [2:44]. Жаҳоннинг етакчи ривожланган (АҚШ, ЕИ аъзолари, Буюк Британия, Япония каби) мамлакатларининг истеъмол товарлари бозорига глобализация жараёнида муҳим ўрин эгаллаган бир қатор мувозанатлашган ички ва ташқи омилар таъсир кўрсатади. Бозор иқтисодиётига трансформациялашув жараёнидаги Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги аъзоларида эса бу ҳолат биров беқарордир.

Хусусан, мустақилликнинг дастлабки 10 йиллигида Мустақил давлатлар ҳамдўстлиги мамлакатларининг истеъмол товарлар бозоридаги ўзгаришлар аҳоли турмуш даражасининг пасайиши, яъни даромадлар камайиши ҳисобига фаровонлик даражаси

тушиб, истеъмол бозорида минимал даромадли талабини кондиршга йўналтирилди, сифати паст ва арзон маҳсулотлар ишлаб чиқариш ҳамда импорт қилиш кўпайиши; аҳоли даромадларининг нотекис тақсимотининг вужудга келиши натижасида истеъмол товарлар бозорида ҳам талаб ҳам таклиф шоки ҳолати пайдо бўлди; иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришлар аксарият соҳада ўзи эгаллаб турган касби юзасидан тажриба ва кўникмага эга бўлмаганлар фаолият юритиши натижасида истеъмол бозорида хизмат кўрсатиш даражаси пасайиши; ишсизликнинг ошиши, истеъмол бозорида ҳам учраб турадиган ноқонуний фаолиятларнинг ортиши каби тенденциялар билан изоҳланади [7:1].

Истеъмол товарлар бозорини баҳолашда маҳсулот ва хизматларга бўлган талабни белгилаб берувчи аҳоли даромадлари, унинг тўловга қобилияти; кундалик истеъмол товарларини ишлаб чиқариш салоҳияти, динамикаси, импорт маҳсулотлари сифати, ассортимент; аҳолига кўрсатилаётган хизмат характери ва сифати, маҳсулотлар ва хизматлар нархи, уларнинг барқарорлиги; маҳсулот сотиш; сервис хизмати каби омилларни тадқиқ этиш катта аҳамият касб этади.

Истеъмол товарлари бозорини ўрганишда иқтисодиётнинг ҳам ишлаб чиқариш борасидаги, ҳам чакана савдо соҳасидаги тўлақонли, самарали ҳолатини акс эттирувчи таҳлил қилиш услубининг қуйидаги кетма-кетликлари таклиф этилади [8:2]:

Биринчи босқичда истеъмол товарлари бозорининг кенг кўламли таҳлили амалга оширилади. Бу товарлар ишлаб чиқариш динамикаси ва таркиби, уларнинг истеъмол товарлари бозорига етиб келиш каналлари ҳақидаги маълумотлар йиғилишига имкон беради. Шунингдек, олинган маълумотлар мамлакат аҳолисининг ҳарид қобилияти ҳақидаги маълумотлар билан солиштирилади.

Иккинчи босқичда истеъмол товарлари бозори таъминотининг ташқи манбаларга нисбатан бўлган боғлиқлиги таҳлил қилинади. Яъни, бунда мамлакатнинг товарлар таъминоти хавфсизлиги баҳоланади. Таҳлил натижалари ташқи манбалардан самарали фойдаланиш ва ички ишлаб чиқаришни ривожлантиришга ёрдам берадиган хулосалар чиқариш имконини беради.

Учинчи босқичда ўтказилган таҳлил натижаларини ҳисобга олган ҳолда мамлакат истеъмол товарлари бозори ҳажми аниқланади.

Истеъмол товарлари бозорининг таҳлили бўйича асосий йўналишларни мажмуавий таҳлил қилишни учта асосий қисмларга ажратиш мумкин. Булар:

а) Истеъмол товарлари таъминотининг манбалари. Бу қисмда товарлар таъминотининг импорт (экспорт) таркиби ва ишлаб чиқарувчилар (қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқариш, саноат маҳсулотлари (озик-овқат ва ноозик-овқат) ишлаб чиқариш, ёрдамчи ва шахсий хўжаликларда маҳсулотлар ишлаб чиқариш) томонидан истеъмолчиларга товарларнинг етказиб берилиши таҳлил қилинади.

б) Истеъмол товарлари таклифининг таркиби. Бунда товарлар захираси ва чакана савдо айланмаси (чакана савдо айланмасининг яхлит тузилмаси, чакана савдо айланмасининг товарлар таркиби, товарларни сотиб олиш учун уй хўжаликлари харажатларининг таркиби) таҳлил қилинади.

в) Аҳолининг пул даромадлари ва уларнинг ҳарид қобилияти. Бунда аҳоли жон бошига тўғри келувчи даромадлар ва харажатлар нисбати, аҳоли жон бошига тўғри келувчи даромаднинг ҳарид қилиш қуввати, товарлар таъминоти ҳажми ва аҳолининг ҳарид қилиш қуввати билан боғлиқлиги аниқланади.

Бозор сиғими муайян нарх даражасида истеъмолчиларнинг тўловга қодир талаблари ҳажми орқали белгиланувчи маҳсулотларнинг ички бозордаги чакана савдо айланмасидан иборат. Аҳолидан ташқари бозорда товар ва хизмат истеъмолчилари сифатида юридик шахс мақомига эга бўлган ташкилотлар, муассасалар ва ҳудуд корхоналари ҳам номоён бўлади.

Ўрганилаётган бозор сегментини вазифасига кўра турли белгилар бўйича туркумлаш мумкин. Истеъмол бозорини туркумлашда қуйидаги белгиларга алоҳида эътибор қаратилади: тур, товарлар таркиби, ташкилий шакли, субъектлар таркиби, географик чегараси, иқтисодий-ҳуқуқий тавсифи, демографик тавсифи.

Кўриб чиқилган туркумланишдан истеъмол бозорини тизимчалар мажмуасидан иборат мукамал, яхлит тизим эканлиги тўғрисида

тўлиқ тасаввур ҳосил бўлади. Бу ўз навбатида тизимнинг асосий таркиби ҳисобланган ҳудудий истеъмол товарлари бозори шаклланиши ва ривожланишидаги ўзига хос хусусиятларни ўрганиш имконини беради.

Мамлакат истеъмол товарлари бозорининг ўзига хос хусусиятлари қуйидагиларда намоён бўлади:

- ички, ташқи иқтисодий, ижтимоий, сиёсий вазиятлардан таъсирланиши (яъни, ҳудудлараро товарлар оқими, ишчи кучи миграцияси, сармоя ҳаракати каби);

- товар айрибошлаш қонун-қоидалари ва анъаналарида ўз ифодасини топаётган нисбий алоҳидалашув ва мустақил бўлган савдо фаолиятини ташкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари;

- аҳолининг турли даражадаги эҳтиёжларини қондира оладиган товарлар хилма-хиллиги;

- нисбатан кўп бўлмаган истеъмол товарларини сотувчилар мавжуд шароитда кўп сонли тармоқларнинг бўлиши;

- истеъмол товарларга узлуксиз (қунлик) талабнинг тебраниш масштабининг кўлами;

- минтақавий, халқаро, жаҳон бозорлари тузилмалари билан ўзаро алоқадорлик;

- ижтимоий-иқтисодий вазиятга таъсир кўрсатувчи стратегик аҳамиятга эга бўлган маҳсулотлар мавжудлиги;

- истеъмол бозорининг асосий субъектлари чакана савдо корхоналари, товарларни ташиш, уларни сақлашни таъминлаб берувчи ташкилотлар шаклланганлиги;

- истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчилар ўртасидаги рақобатнинг мавжудлиги;

- ишлаб чиқарувчилар ва сотувчилар томонидан нархларга таъсир этиш, маҳсулотларни чакана ёки улгуржи харид қилиш имкониятлари даражаси;

- қишлоқ хўжалиги ва қайта ишлаш саноатининг барча тармоқлар билан уйғунлашуви кабилар.

Истеъмол товарлари бозорининг ўзига хос хусусиятларидан кўриниб турибдики, мазкур бозор тури мураккаб иқтисодий категория сифатида мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий вазиятга сезиларли даражада таъсир кўрсатади ва тақрор ишлаб чиқариш жараёнида муҳим ўрин эгаллайди [3:194].

Мамлакатда истеъмол товарлари бозорининг амал қилиши аҳоли эҳтиёжлари ва ишлаб чиқариш орасидаги фарқ; маҳсулотларга талаб ва таклиф ўртасидаги мувозанат; даромадлар дифференцияси ва истеъмол характери ўртасидаги тафовут; истеъмол даражаси ва таркиби орасидаги фарқ; жорий истеъмол ва жамғариш ўртасидаги тафовут; истеъмолнинг умумий ва индивидуал шакллари ўртасидаги тафовут каби муносабатлар орқали аниқланади.

Истеъмол товарлари бозорини ўрганиш ўз ичига аҳолининг алоҳида товар гуруҳларига бўлган умумий талаби ҳажми ва шу товарларининг таклиф ҳажмини; чакана товар айланмаси, истеъмол товарлари савдо ҳажми шунингдек, миллий бозордаги миллий ва импорт товарлари нисбатини аниқлаш; истеъмол бозорига келиб тушаётган товарлар сифатини таҳлил қилиш, ҳудуд чакана савдо тармоқлари характеристикасини барпо этиш, пуллик хизматлар тизимини ўрганиш кабиларни олади [4:392].

Умуман олганда истеъмол товарлар бозори ривожланишининг асосий қонуниятлари қуйидагиларда ўз аксини топади:

- ҳам истеъмол товарлари етказиб берувчилар ҳам уларнинг истеъмолчилари ўртасида шиддатли рақобат курашининг мавжудлиги;

- ҳудудий истеъмол товарлари бозорининг барқарор ривожланиши нафақат иқтисодий балки, ижтимоий хусусият касб этиши;

- озиқ-овқат маҳсулотлари етиштирувчи ва тайёрловчи қишлоқ хўжалиги субъектларига давлат томонидан турли хил даврлардаги иқлимий шароитларни ҳисобга олиб молиявий кўмакларнинг кўрсатиб турилиши;

- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг тез, қисқа давр ичида ҳар қандай шароитга мослашувчанлиги истеъмол бозорининг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга;

- истеъмол товарлар бозорига давлатнинг қисман бўлсада аралашуви зарурияти;

- бозор муносабатларининг чуқурлашиб бориши ишлаб чиқарувчилар истеъмол товарлари бозорида янги мижозларни жалб қилиш ва мавжудларини сақлаб қолиш бўйича мураккаб механизмлар қўллашнинг талаб қилади.

Товар ва хизматларга бўлган эҳтиёж мамлакатнинг моддий ва номоддий ишлаб чиқариши ривожланиши ва тўловга қодир талабга тўғридан-тўғри боғлиқ. Аҳолининг тўловга қодир талаби у сотиб олаётган товар ва хизматларга кетган пул ресурслари суммаси билан характерланади. Аҳолининг ижтимоий-иқтисодий гуруҳлари талабининг таркиби мазкур ҳудудлардаги ишлаб чиқариш кучларининг ривожланганлик даражаси билан белгиланади. Бозор сиғимининг мунтазам равишда кенгайиб, сифат кўрсаткичларининг ошиб бориши истеъмол товарлари бозорининг ривожланаётганлигини асословчи белгилардан биридир.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Abdirashidov, A. (2015). Transformation to Eco-Friendly Consumer Goods Production and Sustainable Growth: A Case of Uzbekistan. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 4(1), 24-26.
2. Horská, E., Pulatov, A., & Abdirashidov, A. (2015). Consumption Towards Environmentally Friendly Consumer Behaviour: The Case of Plastic Bags. *Visegrad Journal on Bioeconomy and Sustainable Development*, 4(2), 42-45.
3. Садыков А.М. Основы регионального развития: теория, методология, практика. –Т.: IQTISOD-MOLIYA, 2005. –275 с.
4. Гранберг А.Г. «Основы региональной экономики» учебник. – 4е изд. – М.: издательский дом ГУВШЭ 2004. –495 с.
5. Романов. А.Н. Теория переходной экономики. –М.: «ЮНИТИ–ДАНА» 2001. 17-20–с.
6. Захаров Е. Развитие торговли в системе межрегиональной интеграции. К теории вопроса. //ж. Экономика. –М: 2004.
7. Мустакил давлатлар ҳамдўстлиги давлатлараро статистика қўмитаси. 2020. Веб сайт: <http://www.cisstat.ru/>
8. Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси. 2020. Веб сайт: <https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/internal-trade-2>