



CHAKANA SAVDODA TOVOR AYLANMASINI OSHIRISH

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7852772>

Eshmatov Sanjar Azimkulovich

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

"Marketing" kafedrası dotsenti v.v.b

Toshkent, O'zbekiston

E-mail: eshmatov_84@mail.ru

Tog'ayeva Dildora Akramovna

Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universiteti

"Xalqaro turizm" fakulteti

Savdo ishi (turlari bo'yicha) 2-kurs magistranti

Toshkent, O'zbekiston

E-mail: dildor92-92@mail.ru

Annotatsiya: Chakana savdo korxonalarida tovar aylanmasini oshirish yo'llari bugungi kunda tadbirkorlik faoliyati bilan shug'illanuvchi korxonalar uchun dolzarb mavzulardan biri bo'lmoqda. Ushbu maqolada chakana savdoda tovar aylanmasi, uni oshirish yo'llari yuzasidan fikr va mulohazalar yuritiladi. Yurtimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikga keng ochilgan imkoniyatlar, savdo sohasiga nisbatan yaratilgan imkoniyatlar yuzasida maqolada turli mulohaza va takliflar taqdim etildi.

Kalit so'zlar: chakana savdo, chakana savdo aylanmasi, statistik ko'rsatkichlar

Аннотация: Пути увеличения оборачиваемости товаров в предприятиях розничной торговли являются одной из актуальных тем для предприятий, осуществляющих предпринимательскую деятельность. В данной статье собраны мысли и мнения об оборачиваемости товаров в розничной торговле, путях ее увеличения. В статье были представлены различные комментарии и предложения относительно широко открытых возможностей для малого бизнеса и частного предпринимательства в нашей стране, а также возможностей, созданных в сфере торговли.

Ключевые слова: розничная торговля, розничный товароборот, статистический показатель

Abstract: Ways to increase the turnover of goods in retail trade enterprises are one of the hot topics for enterprises engaged in entrepreneurial activity. This article contains thoughts and opinions on the turnover of goods in retail trade, ways to increase it. The article presented various comments and suggestions regarding the wide open opportunities for small businesses and private entrepreneurship in our country, as well as the opportunities created in the field of trade.

Keywords: retail trade, retail turnover, statistical indicator



Mamlakatimizda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, faol tadbirkorlik, innovatsion g'oyalarni qo'llab quvvatlash orqali aholi yashash sharoitini yaxshilash, ishbilarmonlik muhitini yaratish, aholini ish bilan ta'minlash maqsadida keng ko'lamlı ishlar amalga oshirib kelinmoqda. Chakana savdo – tovarlarni sotish kanallaridan qat'iy nazar yangi va foydalanilgan tovarlarni tijorat maqsadlarida foydalanish huquqisiz, asosan, shaxsiy yoki uy iste'moli uchun aholiga qayta sotish (donalab yoki kichik miqdorlarda). Chakana savdo turlari, tovar aylanmasi, tovar aylanmasini oshirish yo'llari haqida ilmiy izlanishni maqsad qildik.

Chakana savdo aylanmasi – savdo sohasida yakuniy iste'mol uchun aholiga tovarlarni donalab yoki ko'p bo'lmagan miqdorlarda naqd pulga (bank kartalari orqali) sotishni nazarda tutuvchi faoliyat.

Chakana narxlarni belgilash juda ko'p turli xil tarkibiy qismlarga ega murakkab mavzu bo'lsa-da, mahsulotingizni qanday baholaganingizga ta'sir qiluvchi omillarni ichki yoki tashqi deb tasniflash mumkin.

Ichki omillar - bu sizning biznesingizning odatda sizning nazoratingiz ostida bo'lgan elementlari, masalan, ishlab chiqarish bilan bog'liq xarajatlar va jarayonlar yoki reklama va marketingga qancha sarmoya kiritasiz. Ichki omillar muhim ahamiyatga ega, chunki ular sizga asosiy ko'rsatkichingiz yoki biznesingiz daromadli bo'lishi uchun chakana savdodan qancha daromad olishingiz kerakligi haqida tasavvur beradi.

Boshqa tomondan, **tashqi omillar asosan sizning nazoratingizdan tashqarida**. Bu omillar sizning raqobatchilaringizning yaqinligi va narxlari diapazoni yoki iste'molchilaringizning sotib olish qobiliyatini o'z ichiga oladi. Tashqi omillarni baholashda milliy, mintaqaviy va global iqtisodiyotning hozirgi holati kabi makro tendentsiyalarni hisobga olish muhim, chunki ular mijozlarning xarid qilish xatti-harakatlariga katta ta'sir ko'rsatadi.

Chakana savdoda raqamli marketing - bu mijozlarga erishish va mahsulot yoki xizmatlarni ilgari surish uchun veb-saytlar, elektron pochta, qidiruv tizimlari, ijtimoiy media va boshqa onlayn platformalar kabi raqamli kanallardan foydalanish. Bu chakana sotuvchilar uchun o'z mijozlari bilan bog'lanish va munosabatlarni o'rnatish usulidir. Ushbu turdagi marketing chakana sotuvchilarga katta maqsadli auditoriyani qamrab olish, o'z aloqalarini shaxsiylashtirish va mijozlarning ishtirokini kuzatish imkonini beradi. Chakana savdodagi raqamli marketing, shuningdek, mijozlarning xohish-istaklari va xatti-harakatlari haqida tushuncha berishi mumkin, bu esa chakana sotuvchilarga o'z marketing strategiyalarini moslashtirish va sotishni boshlash imkonini beradi.[1]

Raqamli marketing chakana savdo uchun muhim, chunki u korxonalariga kengroq auditoriyani qamrab olish va o'z mijozlari bilan shaxsiy darajada bog'lanish imkonini beradi. Raqamli marketing chakana savdo korxonalariga to'g'ri vaqtda to'g'ri odamlarni yo'naltirish orqali ko'proq sotuvlar olib borish va o'zlarining brend xabardorligini oshirish imkonini beradi.



Chakana savdo zaxiralari quyidagicha hisobga olinadi:

1) chakana savdo tarmog'ida;

2) umumiy ovqatlanish tarmog'ida (restoranlar, kafelar, oshxonalar, choyxonalar, bufetlar va boshqalar).

Chakana savdo tarmog'ining zaxiralariga:

1) chakana savdo maydonchasida va chakana savdo tarmog'ining yordamchi xonalarida (do'konlar, dorixonalar, chodirlar, kiosklar, yetkazib berish va tarqatish tarmog'i), shuningdek, savdo korxonalarini va tashkilotlariga tegishli bazalarda, omborlarda, sabzavot do'konlarida mavjud bo'lgan tovarlar, ularning balansida ko'rsatilgan va chakana savdo va umumiy ovqatlanish uchun mo'ljallangan;

2) kundalik sotishni ta'minlaydigan joriy saqlash tovarlari, mavsumiy saqlash tovarlari zaxiralari (yil fasllari bo'yicha savdoni ta'minlash uchun yaratilgan, xususan, kartoshka, sabzavot, mevalar);

3) sotib olingan va to'langan, ammo yetkazib beruvchilar tomonidan saqlanadigan, shuningdek qayta ishlangan tovarlar;

4) chakana savdo tarmog'ida va savdo korxonalarini hamda tashkilotlarining omborlarida konsignatsiya asosida olingan tovarlar;

5) qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari hamda vositachilaridan kelishuv narxlari asosida sotib olingan qishloq xo'jaligi mahsulotlari kiradi [2]

Tovar aylanmasini oshirishning usullari

- Do'koningizning eng ko'p vaqt mijoz gavjum vaqtini tanlang;
- Eng yaxshi savdo hamkorlaringiz bilan ishlang;
- Savdo bo'yicha samarali treningni taqdim eting;
- Mahalliy brendingizni targ'ib qiling;
- Chakana savdo strategiyangizga e'tiborni kuchaytiring;
- Do'koningizda bepul yetkazib berishni xizmatini yo'lga qo'ying;
- Bepul va pullik xizmatlarni taklif eting;
- Diqqatni jalb qiluvchi reklamalarni ishga tushiring;
- Do'konda mijozlarga moslashtirilgan xizmatni taklif qiling;
- Sotib olish jarayonini tezlashtiring, bunda konsultant maslahatchilarni

yollang.

Chakana savdo uchun onlayn reklama haqida o'ylashning aqlli usuli - bu potentsial mijozlarini savdo tsiklida "qayerda" ekanligini bilish va aniqlash.

Xarid reklamalaridan foydalanishning uchta muhim afzalliklari bular:

- Saytda minglab mahsulotlar mavjud bo'lsa ham, xarid tasmlarini avtomatik ravishda yaratish;
- Avtomatlashtirilganidan mustaqil qo'shimcha tasmlarni yaratish, bu mahsulotlarni assortiment, taklif yoki chegaralar asosida guruhlash imkonini beradi;
- Smart Shopping maqsadlari sifatida do'konga tashrif buyurish va yangi mijozlarni jalb qilish imkoniyati.[3]



Chakana savdo aylanmasining yurtimizdagi holatini O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotiga ko'ra bilib olishimiz mumkin bo'ladi. Hozirda yuqori sifatli statistik ma'lumotlardan foydalanmasdan davlat siyosatida to'g'ri boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonsiz. Shular qatorida savdo statistika ko'rsatkichlarini shakllantirish ham muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. 2023- yil 1- mart holatiga chakana savdo sohasida faoliyat ko'rsatayotgan tijorat korxonalarini soni 109 323 tani tashkil etib, shundan, faoliyat ko'rsatayotgan yirik korxonalar soni 353 tani, kichik korxonalar va mikrofirmalar soni 108 970 tani tashkil qildi. 2023- yil 1- fevral holatiga chakana savdo sohasida faoliyat ko'rsatayotgan tijorat korxonalarini soni 110 061 tani tashkil etib, 2023- yil 1- fevralga nisbatan 8818 taga oshgan (o'sish sur'ati 108,7 %). Shundan, faoliyat ko'rsatayotgan yirik korxonalar soni 317 tani, kichik korxonalar va mikrofirmalar soni 109 744 tani tashkil qildi. Shu jumladan, savdo sohasida yuridik shaxs tashkil etmasdan faoliyat olib borayotgan YATT va uyushmagan savdo (jismoniy shaxslar)ning kuzatuvlari asosida yig'ilgan ma'lumotlar, chakana savdo ko'rsatkichlariga kiritilgan.

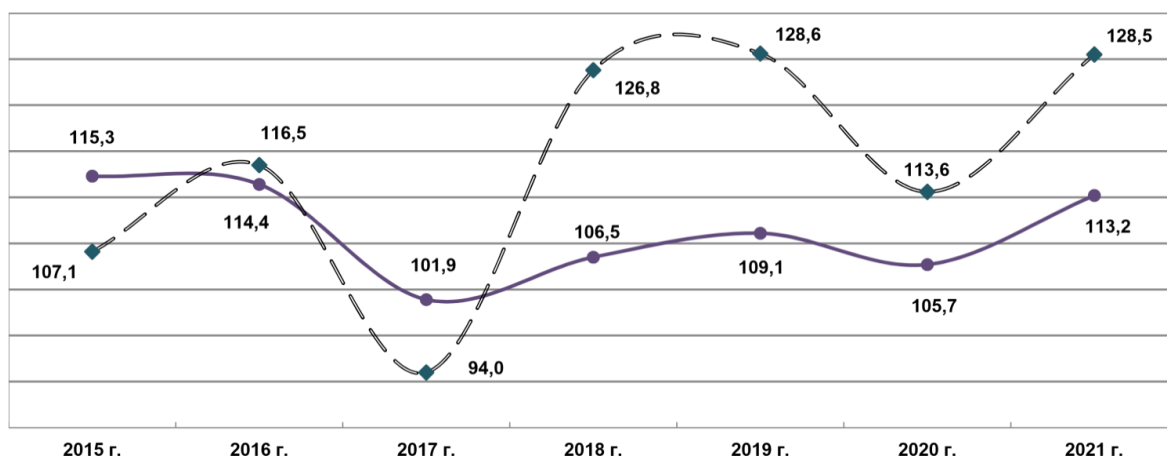
2023- yilning yanvar oyida 2022- yilning yanvar oyiga nisbatan respublikaning Toshkent shahri (96,6 %), Toshkent (95,6 %), Farg'ona (94,9 %) va Buxoro (92,1 %) viloyatlarida chakana savdo tovar aylanmasining eng yuqori o'sish sur'atlari qayd etildi.

Bundan ko'rinib turibiki, respublikamizda aholi zichligi va yana bir qancha ko'rsatkichlariga ko'ra yuqori bo'lgan hududlarda chakana savdoga bo'lgan talab yanada oshib bormoqda.

2023- yil 1- fevral holatiga chakana savdo sohasida faoliyat ko'rsatayotgan tijorat korxonalarini soni 110 061 tani tashkil etib, 2023- yil 1- fevralga nisbatan 8818 taga oshgan (o'sish sur'ati 108,7 %). Shundan, faoliyat ko'rsatayotgan yirik korxonalar soni 317 tani, kichik korxonalar va mikrofirmalar soni 109 744 tani tashkil qildi.

Chakana va ulgurji savdo tovar aylanmasi o'sish (kamayish) sur'atlarining dinamikasi

O'tgan yilning mos davriga nisbatan foizda





—●— chakana savdo

—◆— - ulgurji savdo

2021 yilning yakuni bo'yicha chakana savdo tovar aylanmasi 252 056,6 mlrd. so'mni tashkil etib, o'tgan yilning shu davriga nisbatan 13,2 %ga o'sdi. Shu jumladan, yirik korxonalarining tovar aylanmasi 44 587,5 mlrd. so'mni, umumiy hajmdagi ulushi 17,7 %ni (o'tgan yilning shu davriga nisbatan 12,8 %ga o'sdi), kichik tadbirkorlik sub'ektlarining tovar aylanmasi 186 925,2 mlrd. so'mni, umumiy hajmdagi ulushi 74,2 %ni (o'tgan yilning shu davriga nisbatan 12,3 %ga o'sdi) uyushmagan savdo tovar aylanmasi 20 543,9 mlrd. so'mni, umumiy hajmdagi ulushi 8,2 %ni (o'tgan yilning shu davriga nisbatan 23,2 %ga oshgan) tashkil etdi. Bundan ko'rinib turibiki, yurtimizda savdo sohasiga, tadbirkorlikga yaratilgan keng imkoniyatlardan unumli foydalanishimiz lozim.[4]

Jahon miqiyosida tadbirkorlik sub'ektlari tomonidan olib borilayotgan tadqiqotlarning aksariyati o'z imkoniyatlarini o'rganishdan ko'ra, xaridorlarning xulq-atvori, ehtiyoj va talablarini o'rganishga qaratilgan tadqiqotlarni tashkil etmoqda. Keskin raqobat sharoitida iste'molchi xattiharakatlaridagi tezkor o'zgarishlar tadbirkorlardan raqamlashgan marketing tadqiqotlarini izchil va tizimli o'tkazishga qaratilgan strategiyalarni qayta ko'rib chiqishni talab etadi.[5]

Butun dunyo bo'ylab rivojlanib borayotgan iqtisodiy tendensiyalardan biri bo'lgan savdo tarmog'ini rivojlantirish, chakana savdoga bo'lgan keng ko'lamli islohotlarni olib borish maqsadida yurtimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikga berilayotgan keng imkoniyatdan unumli foydalangan holda, chakana savdoni rivojlantirish, aholini ehtiyojlarini qondirish, ish bilan ta'minlash maqsadida, aholi daromadini oshirish yo'llarini izlab topmog'imiz lozim. Chakana savdo turlaridan biri bo'lgan internet savdosini yanada rivojlantirib, aholiga va tadbirkorga qulaylik yaratish lozim.

Sotuvni rivojlantirish do'konda mijozlarni yig'ish va ko'paytirish uchun avvalo do'konning nomi, joylashuvi, tovarlar joylashuvi merchendayzing, hamkorlaringiz, sotuvni amalga oshiruvchi sotuvchilar muhim ahamiyat egallaydi. Mijozlarga imkoniyat sifatida internet savdo va to'lov turlari ham muhim ahamiyat kasb etadi. Mijozlarning hohishiga ko'ra to'lov turlarining ko'pligi ham do'konga jalb qiladi, masalan, naqd yoki pul o'tkazmalari orqali to'lash, bo'lib to'lash, kredit kartalari orqali to'lash.[6]

Sotuvni rivojlantirish maqsadida bir qator tadbirlar, bayramlar, o'yinlar, skidkalar o'tkazib turish, butunsiz narxlardan foydalanish ham savdo aylanmasini oshishini ta'minlaydi. "O'yinchoq do'konlarimda men band bo'lgan ota-onani kirishga majbur qilgan bir qator tadbirlarni yaratdim. Bu san'at va hunarmandchilik bo'lishi mumkin yoki Anna va Elza tashrif buyurishi va qo'shiq aytishi mumkin." – Aalap Shah, sobiq o'yinchoq sotuvchisi, 1o8 raqamli marketing agentligi asoschisi. Ushbu sohada juda katta ishni bajaradigan yana bir chakana sotuvchi - Sephora. Sephora bo'yanish texnikasidan tortib terini parvarish qilishgacha bo'lgan hamma narsani o'z ichiga olgan



dashlarni o'tkazadi. Va ular mijozlarga mahsulot namunalarini tarqatadilar. Keyin tadbirdan so'ng sotishni maksimal darajada oshirish uchun Sephora ishtirokchilarga "Go'zallik Recap" elektron pochta xabarini yuboradi. Bu e-pochtada ular sinfda ishlatgan mahsulotlar va ularni sotib olish uchun havolalar mavjud. Xaridorlarga nisbatan yaratilgan har bir qulaylik mijoz yig'ishga va uni ushlab qolish uchun sabab bo'lishi mumkin.[7]

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Sharopova, N (2023) Tadbirkorlikda marketing tadqiqotlari zarurati. Iqtisodiy innovatsion texnologiyalari jurnali. 2023(3) 39-bet
2. <https://www.retaildoc.com/>
3. <https://stat.uz/>
4. <https://fitsmallbusiness.com/>
5. <https://www.lightspeedhq.com/>
6. <https://www.getdor.com/blog/2020/02/29/successful-retail-pricing-strategies/>
7. <https://www.creatopy.com/blog/retail-advertising/>
8. <https://www.shopify.com/retail/retail-digital-marketing>