



CHAKANA SAVDO TURLARI.

Ustoz: Turdiyeva Yoqitjon .

Talaba : Kenjayev Yusufalixon.

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti To'rtko'l fakulteti 2-kurs talabasi.

Annatsiya : *Chakana savdo nima? Biz bilamizki, "Costco", "Home Depot", "Macy's", "Best Buy" va "Target"lar chakana savdo bilan shug'ulla nishadi. Biroq "Amazon.com", mahalliy "Hompton Inn" va bemomi ko'rayotgan doktorlar ham shu kabidir. Chakana savdo mahsulotlar yoki xizmatlarni to'g'ridan-to'g'ri so'nggi foydalanuvchilarga (hech qanday biznes foydani ko'zlamagan) yetkazish uchun ketgan barcha sa'yi-harakatlarni o'z ichiga oladi. Ko'pgina tashkilotlar - ishlab chiqaruvchilar, ulg'ujii savdogarlar va chakana savdogarlar chakana savdoni amalga oshiradilar. Lekin asosiy chakana savdo chakana savdogarlar tomonidan amalga oshiriladi.*

Kalit so'z : *Chakana savdo do'konlarining asosiy turlari, kundalik mollari do'konlari, nisbiy narxlar, chegirma do'konlari, past narxli chakanachilar. tashkiliy yondashuv, korporativ tarmoqlar.*

Chakana savdoning do'kon rastalari turlicha hajm va shaklda bo'ladi - sizning mahalliy saloningiz yoki oilangizga tegishli bo'lgan 8.1 jadvalda oshxonadan tortib, to "REI" kabi milliy maxsus sotuvchilar tarmog'i yoki "Williams Sonoma", "Costco" yoki "Walmart" kabi katta chegirmachilargacha. Chakana savdo do'konlarining eng muhim turlari

Maxsus do'konlar- Do'kon kiyim-kechak, sport mollari, mebel, gul va kitob do'konlari kabi oz assortimentli tor doiradagi mahsulotlarni ta'minlaydi.

Univerma- Do'kon bir nechta mahsulot tarmoqlari kiyim-kechak, uy mebellari va ro'zg'or mollari bilan ish olib borib, har bir tarmoq alohida qism sifatida faoliyat yuritib, maxsus sotuvchi orqali boshqariladi.



Supermarket- Xaridorlarning ro'zg'or va sabzavot mahsulotlariga bo'lgan to'liq ehtiyojini qondirish uchun xizmat qiluvchi yetarlicha katta, arzon narxli, kam foydali, yuqori hajmli, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish jarayoni.

Kundalik tovarlari do'konlari- Yashash joylariqa yaqin joylashgan, judayam kichik, haftaning har kunida uzoq soatlar davomida ochiq tumvchi, tez aylanmaga ega biroz qimmatroq narxdagi oddiy mahsulotlarni ta'minlovchi do'kon.

Chegirmali do'konlar- Yuqoriroq hajmadagi, kamroq narxli va kam foyda keltiruvchi standart mahsulotlar bilan ta'minlovchi do'kon

Past narxli yoki ikkinchi qo'1 tovarlari do'konlari- Odatiy ulgurji narxidan arzonroq narxga olingan mollami do'kondagi narxdan pastroq narxda sotadigan rasta. Bular quyidagilarni o'z ichiga oladi: ishlab chiqaruvchilar tomonidan egalik qilinadigan va boshqariladigan fabrika do'konlari; biznes egalari yoki kattaroq savdo korporatsiyalarining qismlari tomonidan egalik qilinadigan va boshqariladigan mustaqil OFF-PRICE savdogarlari; a'zolik badalini to'agan iste'molchilarga katta chegirmalar asosida cheklangan tanlovli mahsulotlarni sotuvchi omborlar (yoki ulgurji sotuvchi) guruhlari.

Super do'konlar - Iste'molchilarning oziq-ovqat va oziq-ovqat bo'lmagan narsalarga bo'lgan kunlik ehtiyojlarini qondirib bera oladigan judayam katta sotuv rastasi. Bu, muayyan kategoriyadagi keng turdagi assortimentlarni yetkazib beruvchi supersentrlarni, qo'shilgan supermarketlarni va chegirmali do'konlarni o'z ichiga oladi.

O'ziga xizmat ko'rsatish chakana savdogarlari pulni yoki vaqtini tejash uchun o'ziga xizmat ko'rsatayotgan xaridorlarga xizmat qiladilar. O'ziga xizmat ko'rsatish barcha chegirmali jarayonlar uchun asosdir va bu, odatda, oziq-ovqat sotuvchilari (supermarketlar kabilar) va milliy brendga aylangan tez-tez xarid qilinadigan tovar (Target yoki Kohl's kabilar) lar tomonidan foydalaniladi. "Sears" yoki "JCPenney" kabi cheklangan xizmat savdogarlari ko'proq iste'molchilar ma'tumot olish ga muhtoj mahsulotlarni sotganlari tufayli ko'proq yordamchilarni ishga oladilar. Vazirlikning sotuv jarayoni uchun qilgan ko'proq xarajatlari narxlarining ham oshirilishiga olib keladi.



Yuqori darajali do'konlar va oliy darajali chakana savdo do'konlari kabi to liq xizmat ko'rsatuvchi savdogarlar xaridorlarga sotuv jarayo ning har bir qismida ko'mak berib boradilar.

Nisbiy narxlar. Sotuvchilar ular qo'ygan narxlarga qarab ham gumhlarga ajratilishlari mumkin. Ko'pkina sotuvchilar odatiy narxlar qo'yilgan yaxshi sifatli mahsulotlami va xaridor xizmatlarini taklif qila dilar. Boshqalar esa yuqoriroq sifatli mahsulot va xizmatlami taklif qilib, buning uchun yuqoriroq narx belgilaydilar. Past narxlami o'z ichiga oluvchi sotuvchilar chegirma do'konlari va OFF-PRICE sotuvchilardir.

Past narxli chakanachilar. Katta chegirmachilar sotib olishi kabi past narxli chakanachilaming yangi to'lqini katta hajmli bo'shliqni va ultrapast narxni qoplash uchun kirib keldilar. Odatiy chegirmachilar narxlami past ushlab turish maqsadida odatiy ulgurji narxlarda sotib oladilar va kam foydani qabul qiladilar. Qiyosiy ravishda, past narxli chakanachilar mahsulotlami odatiy ulguiji narxdan ham pastroq bo'lgan narxlarda sotib oladilar va xaridorlardan do'konlardan ko'ra arzonroq narx undiradilar.

Past narxli chakanachilaming 3 ta asosiy turlari: Mustaqil, fabrika do'konlari va omborxonalar klublaridir.

Tashkiliy yondashuv. Ko'pgina sotuv rastalari mustaqil ravishda egalik qilinishlariga qaramay, boshqalar ba'zi korporatsiya shakli yoki shartnomaviy tashkilot asosida bir brendga birlashadilar.

Korporativ tarmoqlar odatiy egalik qilingan va boshqarilgan ikki yoki undan ko'proq fabrika do'konlaridir. Mustaqil tarmoqlarga qara ganda ulaming imtiyozlari ancha ko'p. Ulaming hajmi ularga katta miqdordagi arzonroq narxlarda sotib olish va reklama iqtisodini to'plashga imkon beradi. Ular narxlash, targ'ibot, savdo, hom-ashyo boshqaruvi va savdo ehtimolliklarini hal qilish uchun mutaxassislami ishga olishlari mumkin

Korporativ tarmoqlaming eng katta yutug'i ko'pgina mustaqil ravishda faoliyat yurituvchilami 2 turli bo'lgan shartnomaviy tashki lotlar shakhning biri ostida birlashishlariga sabab bo'ldi. Bu turlaming biri ixtiyoriy taimoq -ulgurji



savdogarlarning mustaqil guruhlaridir va ular guruh bo'lib sotib olish va odatiy savdoda guruh bo'lib ishtirok etadilar. "Independent Grocers Alliance", "Western Auto va Do-It Best" apparatlari bunga misol bo'lishlari mumkin. Shartnomaviy tashkilotlar ning yana bir turi sotuv kooperativi- mustaqil savdogarlarning guruhi bo'lib, birgalikda egalik qilish, markaziy ulgurji savdo jarayonlarini amalga oshirish, birgalikdagi savdo va reklama sa'yi-harakatlarini amalga oshirish uchun birlashadilar. Bunga misol: "Associated Grocers" va Ace Hardware . Bu tashkilotlar mustaqil faoliyat yurituvchilar uchun ular erishilmi istagan korporatsiya tarmoqlari narxlariga erishib sotib olish va reklama qilish iqtisodiga erishishlarini taminlaydi.

Xulosa.

Xulosa qilib aytganda, chakana savdo do'konlari mahsulot turi, xizmat darajasi, narx siyosati va tashkiliy shakliga qarab turli ko'rinishlarda faoliyat yuritadi. Maxsus do'konlar tor assortimentdagi mahsulotlarni taklif etsa, univerni va super do'konlar keng turdagi ehtiyojlarni qondiradi. Supermarketlar va kundalik tovarlar do'konlari iste'molchilarning kundalik ehtiyojlariga xizmat qiladi, chegirmali hamda past narxli do'konlar esa arzon narx orqali xaridorlarni jalb etadi.

Chakana savdoda xizmat ko'rsatish darajasi ham muhim ahamiyatga ega. O'ziga xizmat ko'rsatish tizimi xaridorlarga vaqt va mablag'ni tejash imkonini bersa, to'liq xizmat ko'rsatuvchi savdogarlar xarid jarayonining barcha bosqichida yordam beradi. Narx siyosati bo'yicha esa ayrim do'konlar sifat va xizmatni yuqori narxda taklif qilsa, boshqalari kam foyda evaziga arzon narx strategiyasini qo'llaydi.

Shuningdek, chakana savdo korxonalari tashkiliy jihatdan mustaqil yoki korporativ tarmoqlar shaklida faoliyat yuritadi. Korporativ tarmoqlar katta hajmda xarid qilish, reklama va boshqaruvda iqtisodiy ustunliklarga ega bo'lib, mustaqil savdogarlarning ham kooperativ va ixtiyoriy tarmoqlar orqali birlashishiga sabab bo'lgan. Natijada, chakana savdo tizimi iste'molchilarning turli ehtiyojlarini qondirish bilan birga, bozorda raqobatni kuchaytirib, xizmat sifati va samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi.



FOYDALANILGAN QO'LLANMALAR .

1. M.Yusupov. Marketing asoslari.
- 2.I.S.Abdullayev Marketing asoslari.
- 3.Wikipediya.uz
- 4.Lex.uz