

CHAKANA SAVDONING MOHIYATI VA AHAMIYATI.

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
To'rtko'l fakulteti Iqtisodiyot yo'nalish talabasi
Murodbekova Marjona Murodbek qizi

Annotatsiya: Ushbu tezisda chakana savdoning iqtisodiy mohiyati, iste'mol bozorida funksiyalari va milliy iqtisodiyotdagi ahamiyati tahlil qilinadi. Tadqiqotning maqsadi chakana savdoning qiymat yaratish mexanizmlari, xizmat komponenti va logistika-zanjirlar bilan uzviy bog'liqligini aniqlashtirishdir. Metodologiya sifatida tizimli yondashuv, taqqoslash va institutsional tahlildan foydalanildi. Ilmiy yangilik chakana savdoni ko'pkomponentli xizmat-platforma sifatida konseptuallashtirish va samaradorlik omillarini integrallashgan talqin qilishdan iborat.

Kalit so'zlar: chakana savdo; iste'mol bozori; qiymat zanjiri; savdo xizmati; assortiment siyosati; logistika; raqamli transformatsiya.

Chakana savdo - axoliga to'g'ridan - to'g'ri tovar sotish va xizmat qilish bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik. Ko'pgina tashkilotlar - ishlab chiqaruvchilar, ulg'ujii savdogarlar va chakana savdogarlar chakana savdoni amalga oshiradilar. Lekin asosiy chakana savdo chakana savdogarlar tomonidan amalga oshiriladi. Shartnoma asosida tuziluvchi tashkilotning yana bir shakli bu imtiyozli tashkilot franchayz hisoblanadi. Franchayz va boshqa shartnoma asosida tuziluvchi tizimlar orasidagi asosiy farq shuki, franchayzlar odatda, yagona mahsulot yoki xizmatga asoslanadi; biznes yuritish ning metodikasi, savdo nomi, iltifotlilik darajasi yoki imtiyoz beruvchirivojlantirilgan patenti. Chakana savdo aholiga to'g'ridan-to'g'ri tovar sotish va xizmat qilish bilan bog'liq bo'lgan tadbirkorlik faoliyatini o'z ichiga oladi. Chakana savdo tovarlar assortimentining shakllanishida qatnashadi. Xaridorlarga tovarlar sifat ko'rsatkichlari to'g'risida axborotlar beradi. Tovarlarni saqlash, qo'shimcha ishlash, narxlarini o'rnatish va boshqa vazifalarini bajaradi. Natijada tovarlarning oxirgi iste'molchilari bilan oldi-sotdi shartnomasini bajaradi. Chakana savdo mulkchilik shakli, usuli va xizmat ko'rsatishlari bilan turlanadi.

Chakana savdo iqtisodiy tizimda ishlab chiqarish va yakuniy iste'mol o'rtasidagi bog'lovchi bo'g'in bo'lib, uning mohiyatini faqat "tovarni sotish" operatsiyasi bilan cheklash nazariy va amaliy jihatdan yetarli emas. Chakana savdo bozor signallarini shakllantiradigan, iste'molchilar xohish-istaklari va to'lovga qodir talabini ishlab chiqarish hamda ulgurji bo'g'inga uzatadigan, shu bilan birga taklifni iste'mol sharoitlariga moslashtirib qayta konfiguratsiya qiladigan institutsional mexanizmdir. Mazkur bo'g'inda qiymat yaratish nafaqat narx ustamasi, balki vaqt va makon foydaliligi, assortimentni shakllantirish, sifat kafolati, savdo axboroti, sotuvdan keyingi xizmat, qaytarish va kafolatli servis, to'lov hamda yetkazib berish qulayliklari orqali yuzaga keladi. Shu ma'noda chakana savdo xizmatlar majmuasini ishlab chiqaruvchi sohaga aylanadi va uning "mohiyati"ni ko'pkomponentli xizmat-platforma sifatida talqin qilish metodologik jihatdan asosli ko'rinadi [1]. Bunday talqin chakana savdo samaradorligini faqat aylanma yoki savdo maydoni ko'rsatkichlari bilan emas, balki xizmat sifati, zaxiralar aylanishi, logistika aniqligi, mijozlar sadoqati va raqamli kanallar sinergiyasi kabi kompleks omillar bilan o'lchash zaruratini keltirib chiqaradi. Chakana savdoning ahamiyati, avvalo, iste'mol bozorida muvozanat va barqarorlikni ta'minlashdagi roli bilan belgilanadi. Iste'mol bozorida axborot assimetriyasi odatda yuqori bo'ladi: xaridor tovar sifati, haqiqiy qiymati, alternativ tanlovlar va uzoq muddatli foydalanish xususiyatlarini to'liq baholay olmaydi. Chakana savdo korxonalarini brendlar portfelini tanlash, sertifikatlash va standartlarga moslikni nazorat qilish, shaffof narx belgilash hamda savdo muhitini tashkil etish orqali ushbu assimetriyani qisqartiradi. Institutsional nuqtai nazardan, chakana savdo ishonch infratuzilmasini yaratadi: kassa cheki, qaytarish qoidalari, kafolat majburiyatlari, iste'molchi murojaatlarini ko'rib chiqish mexanizmlari bozor tranzaksiya xarajatlarini pasaytiradi va ayirboshlashni kengaytiradi [2]. Natijada chakana savdo alohida korxonada darajasida foyda olish manbai bo'lish bilan bir qatorda, butun iqtisodiyot darajasida resurslar taqsimotining samaradorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Chakana savdo qiymat zanjirida "oxirgi mil" bo'g'ini sifatida ham alohida strategik o'ringa ega. Ulgurji savdo, logistika operatorlari va ishlab chiqaruvchilar bilan aloqada chakana savdo talabni prognozlash, zaxiralarni optimallashtirish va assortimentni mahalliy xususiyatlarga

moslashtirish orqali zanjirning umumiy samaradorligini oshiradi. Bu jarayonda asosiy masala shundaki, chakana savdo talab haqidagi eng “toza” ma’lumot manbai hisoblanadi: sotuvlar dinamikasi, savat tarkibi, mavsumiy tebranishlar va aksiyalarga javob reaksiyasi kabi ko‘rsatkichlar ishlab chiqarish rejalari va ta’minot jadvalini aniqlashtiradi. Zamonaviy yondashuvlarda chakana savdoning raqamli analitika imkoniyatlari (POS ma’lumotlari, sodiqlik dasturlari, elektron tijorat trafikasi) zanjir bo‘ylab qarorlarni tezlashtiradigan va xatolarni kamaytiradigan vosita sifatida qaraladi [5]. Shu sababli chakana savdoning ahamiyati endilikda nafaqat tovar harakati hajmi, balki ma’lumotlarni qayta ishlash va boshqaruv qarorlariga aylantirish qobiliyati bilan ham belgilanmoqda. Chakana savdoning mohiyatini ochishda uning asosiy funksiyalarini integrallashgan tarzda ko‘rish muhim. Birinchidan, assortiment funksiyasi: chakana savdo turli ishlab chiqaruvchilarning taklifini bitta savdo nuqtasida jamlab, xaridorning qidiruv xarajatlarini kamaytiradi. Ikkinchidan, partiyalash va qadoqlash funksiyasi: ishlab chiqarish ko‘pincha yirik partiyalarni nazarda tutadi, chakana savdo esa ularni iste’molga mos miqdorlarda taklif qiladi. Uchinchidan, narx signallari va raqobat muhitini shakllantirish: chakana tarmoq ichidagi narx intizomi, promo-aksiyalar va differensial xizmatlar orqali bozor segmentatsiyasi vujudga keladi. To‘rtinchidan, servis funksiyasi: maslahat, kafolat, qaytarish, yetkazib berish va to‘lov infrastrukturallari xaridni “xizmatli mahsulot”ga aylantiradi. Mazkur funksiyalar uyg‘unlashganda chakana savdo iste’mol farovonligini oshiradi, chunki tanlov kengayadi, tranzaksiya xarajatlari pasayadi va iste’molchining vaqt resursi tejaladi [3]. Bunda samaradorlikning iqtisodiy mezonini faqat marja emas, balki xizmat ko‘rsatish sifati va jarayonlarning barqarorligi bilan ham ifodalanadi. O‘zbekistonda chakana savdo rivojlanishining zamonaviy bosqichida tashkiliy shakllarning diversifikatsiyasi alohida ahamiyat kasb etmoqda: an’anaviy do‘konlar, zamonaviy supermarket va gipermarket formatlari, ixtisoslashgan savdo shoxobchalari, bozorlar, shuningdek, elektron tijorat va “omnichannel” modellar bir vaqtda faoliyat yuritadi. Ushbu ko‘pformatlilik bir tomondan iste’molchilar ehtiyojlarining turli-tumanligini qondirsa, ikkinchi tomondan raqobatni kuchaytirib, chakana savdo korxonalaridan operatsion intizom va boshqaruv innovatsiyalarini talab qiladi. Xususan, zaxiralarni boshqarish, yo‘qotishlarni kamaytirish,

sovuq zanjirni ta'minlash, yetkazib beruvchilar bilan shartnomaviy munosabatlarni takomillashtirish, tovarlarning izchilligi va sifati bo'yicha standartlarni joriy etish masalalari amaliy kun tartibiga chiqadi. Institutsional tahlil nuqtai nazaridan, chakana savdoning rivojlanishi shartnoma intizomi, hisob-kitoblarning shaffofligi, to'lov intizomi va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish mexanizmlarining sifatiga bevosita bog'liq [2]. Demak, chakana savdo nafaqat bozor natijasi, balki bozor institutlarining "ko'zgusi" hamdir. Chakana savdoda qiymat yaratish mexanizmlarini aniqroq tushuntirish uchun "xizmat darajasi va xarajatlar" muvozanati konsepsiyasi muhim metodik asos bo'lib xizmat qiladi. Yuqori xizmat darajasi ko'pincha yuqori operatsion xarajatlar bilan kechadi: keng assortiment zaxira xarajatini oshiradi, tezkor yetkazib berish logistika xarajatini ko'paytiradi, malakali personal esa ish haqi fondini kengaytiradi. Biroq ushbu xarajatlar to'g'ri boshqarilganda, ular talabning barqarorlashuvi, mijozlar sadoqati va "savdo nuqtasi brendi" kapitali orqali qoplanadi. Shunday qilib, chakana savdo iqtisodiyotida asosiy ilmiy-amaliy muammo xizmat darajasini maksimal qilish emas, balki xizmat darajasini bozor segmentlari bo'yicha optimallashtirish, ya'ni kimga, qaysi formatda va qaysi narx diapazonida qanday xizmat paketi taklif etilishini aniq dizayn qilishdan iborat [3]. Bu yondashuv chakana savdoni marketing va operatsion menejmentning integratsiyalashgan maydoni sifatida ko'rsatadi. Raqamli transformatsiya chakana savdoning mohiyati va ahamiyatini yanada chuqurlashtirib, uni ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv tizimiga aylantirmoqda. Elektron tijorat, mobil ilovalar, raqamli to'lovlar, onlayn buyurtma va oflayn olish, dinamik narxlash, shaxsiylashtirilgan takliflar kabi yechimlar iste'molchi tajribasini qayta quradi. Biroq raqamlashtirishning ilmiy talqini faqat texnologiya joriy etish bilan cheklanmaydi: u tranzaksiya xarajatlarini pasaytirish, ma'lumotlar sifati va tezligini oshirish, shuningdek, zaxiralar va ta'minot zanjiri koordinatsiyasini kuchaytirish orqali samaradorlikni oshiradigan institutsional yangilanishdir [5]. Shu bilan birga, raqamli muhitda raqobat "ko'rinmas" omillar, ya'ni yetkazib berish vaqti, qaytarish qulayligi, mijozga xizmat ko'rsatish tezligi, ishonch va ma'lumotlar xavfsizligi kabi parametrlar bo'yicha keskinlashadi. Demak, chakana savdoning ahamiyati keng ma'noda iste'molchining iqtisodiy tajribasini tashkil etish qobiliyati bilan belgilanadi. Chakana

savdoning makroiqtisodiy ahamiyati ham ko‘p qirrali. Birinchidan, u bandlikni ta‘minlaydigan yirik sektor bo‘lib, xizmat ko‘rsatish ko‘nikmalarini shakllantiradi va shahar hamda hududiy iqtisodiyotlarda daromadlar aylanishini tezlashtiradi. Ikkinchidan, chakana savdo ishlab chiqarish tarmoqlari uchun talabning “real va tezkor” indikatoridir: sotuvlar pasayishi yoki o‘sishi ishlab chiqarish rejalari va investitsion qarorlar uchun signal vazifasini bajaradi. Uchinchidan, chakana savdo infratuzilmasi rivojlangani sari logistika, qadoqlash, reklama, IT xizmatlari, moliyaviy servislar kabi qo‘shimcha tarmoqlarda ham multiplikativ ta‘sir yuzaga keladi [1]. To‘rtinchidan, rasmiy savdo kanallari kengayishi hisob-kitob intizomi va shaffoflikni kuchaytiradi, natijada bozor muhitida barqarorlik omillari ortadi. Bularning barchasi chakana savdoning ahamiyatini “yakuniy bo‘g‘in” darajasidan “tizim hosil qiluvchi bo‘g‘in” darajasiga ko‘taradi.

Xulosa.

Chakana savdoning mohiyati tovarlarni iste‘molchiga yetkazish bilan birga, xizmatlar majmuasi orqali qiymat yaratish, ishonch va axborot infratuzilmasini shakllantirish hamda talab signallarini iqtisodiyot bo‘ylab uzatishdan iborat. Chakana savdoning ahamiyati esa iste‘mol bozorida muvozanatni mustahkamlash, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish, qiymat zanjirining “oxirgi mil” samaradorligini oshirish va raqamli transformatsiya sharoitida ma‘lumotlarga asoslangan boshqaruvni kuchaytirish orqali namoyon bo‘ladi. Nazariy jihatdan chakana savdoni ko‘pkomponentli xizmat-platforma sifatida konseptuallashtirish uning samaradorligini kompleks mezonlar asosida baholash, amaliy jihatdan esa assortiment, servis darajasi, logistika va raqamli kanallarni integratsiyalashgan boshqaruv modelini ishlab chiqish zaruratini asoslaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. M. Yusupov Marketing asoslari: o‘quv qo‘llanma. Toshkent, 2024.
2. Ш.ДЖ.ЭРГАШХОДЖАЕВА Маркетинг: дарслик. Тошкент,2024.
3. Murodov A. A. Savdo iqtisodiyoti: darslik. Toshkent, Iqtisodiyot, 2019.



4. Rustamov D. Sh. Chakana savdoda marketing va servisni boshqarish: monografiya. Samarqand, Samarqand universiteti nashriyoti, 2021.