

4/2023,  
iyul-  
avgust  
(№ 00066)



## САВДО ХИЗМАТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ АСОСИДА САВДО КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ОШИРИШ

**Сайдуллаев Шохжаҳон Зариф ўғли**

*Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти стажер-тадқиқотчи.*  
[kamail\\_uz@mail.ru](mailto:kamail_uz@mail.ru)

**DOI:** [https://doi.org/10.55439/EIT/vol11\\_iss4/a20](https://doi.org/10.55439/EIT/vol11_iss4/a20)

### **Аннотация**

Мақолада чакана савдо корхоналари томонидан харидорларга қўшимча савдо хизматларини таклиф этиш орқали кўрсатилаётган хизматлар сифатини ошириш ва такрорий харидини рақобатлантириш, чакана савдо корхонаси рақобатбардошлигини ошириш масалалари ёритилган. Савдо хизматларининг таснифи ҳамда қўшимча савдо хизматлари кўрсатишни ташкил этиш асосида савдо корхонаси рақобатбардошлигини баҳолаш услубияти таклиф қилинган.

**Калит сўзлар:** мерчендайзинг, қўшимча савдо хизмати, бетакроп сервис, рақобатбардошлик, истеъмол қиймати, мижозларга йўналтирилганлик, сервис ландшафти.

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТОРГОВЫХ УСЛУГ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Сайдуллаев Шохджаҳон Зариф ўғли**

*Самарқандский институт экономики и сервиса стажер-докторант.*

### **Аннотация**

В статье рассматриваются вопросы повышения конкурентоспособности розничной торговли за счет дополнительных услуг. Предложена методика оценки конкурентоспособности торгового предприятия на основе классификации и организации дополнительных торговых услуг.

**Ключевые слова:** мерчендайзинг, дополнительный сервис, уникальная торговая предложения, конкурентоспособность, потребительская ценность, клиентоориентированность, сервисный ландшафт.

## IMPROVEMENT OF TRADE SERVICES AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF RETAIL TRADING ENTERPRISES

**Saidullaev Shohjahon Zarif ugli**

*Samarkand institute of economics and service. Doctoral researcher.*

### **Abstract**

The article deals with the issues of increasing the competitiveness of retail trade through additional services. A method for assessing the competitiveness of a trade enterprise based on the classification and organization of additional trade services is proposed.

**Keywords:** merchandising, additional service, unique selling proposition, competitiveness, customer value, customer focus, servicecape.

## **Кириш**

Мамлакатимизда чакана савдонинг ривожланиши билан бир қаторда истеъмолчи хулқ-атворининг ўзгариши, харидорлар томонидан товарларнинг сифати ва ассортиментига ҳамда кўрсатилаётган савдо хизматларига бўлган талабининг тобора ортиб бориш тенденцияси кузатилмоқда. Бундай шароитда харидорларга қўшимча савдо хизматларини таклиф этиш орқали кўрсатилаётган хизматлар сифатини ошириш ва такрорий харидини рақобатлантириш чакана савдо рақобатбардошлигини оширишнинг замонавий йўналишларидан бири сифатида намоён бўлади.

Илғор мамлакатлар ва савдо корхоналари амалиётида қўшимча хизматлар кўрсатишни йўлга қўйиш асосида чакана савдо рақобатбардошлигини таъминлаш тобора оммалашиб бормоқда. Айниқса, товарларни онлайн харид қилиш имкониятини ошириш, интерактив витрина ва савдо заллари, инновацион мерчендайзинг бугунги кун талабига айланган. Шу билан бирга мамлакатимизда, жумладан Самарқанд вилоятида ҳам чакана савдода маркетинг амалиётининг заифлиги, истеъмолчилар хулқ-атворининг тадқиқ этилмаётганлиги, замонавий хизмат турларини кенгайтириш асосида рақобатбардошликни таъминлашга етарлича эътибор қаратилмасдан келинмоқда.

Юқоридагиларга асосланган ҳолда таъкидлаш жоизки, чакана савдони замонавий даражада ташкил қилиш ва харидорларга қўшимча хизмат турларини таклиф этиш орқали савдо корхонасининг рақобатбардошлигини ошириш долзарб вазифалардан бири ҳисобланади.

**Мавзуга оид адабиётлар таҳлили.** Савдо соҳасини ривожлантириш муаммолари ва савдо хизматлари сифатини ошириш масалалари хорижлик олимлардан Ху Хианханг, М.Аршадларнинг илмий изланишларида савдо соҳаси ривожланишининг саноатлашув ва иқтисодий ўсишни рақобатлантириш жиҳатлари ва синергетик самараси, унинг Хитойда чакана савдони ривожлантиришдаги жиҳатлари тадқиқ қилинган[1].

С.Вурдунинг илмий тадқиқот ишларида пандемия шароитида ташқи савдо рақобатбардошлигини рақамли технологиялар асосида ошириш ва миллий иқтисодиёт рақобатбардошлиги RCA, RXA каби индикаторлар ёрдамида баҳолаш масалалари ёритилган бўлиб, Туркия савдо хизматлари рақобатбардошлиги АҚШ, Хитой ва Ҳиндистон мамлакатлари билан таққослаш асосида баҳоланган[2].

РФ олимларидан Н.В.Черноносоваларнинг илмий ишларида чакана савдода мерчендайзинг технологиясини такомиллаштириш ҳамда савдода истеъмолчилар хулқ-атвори асосидаги мотивация масалалари тадқиқ қилинган[3].

Ю.С.Валееванинг илмий тадқиқотларида савдо соҳаси самарадорлигини оширишда мижозларга йўналтирилганлик даражасини баҳолаш, савдо тармоқларида бизнес-жараёнларони бошқариш масалалари илгари сурилган[4].

О.В.Каролеванинг илмий тадқиқотларида савдо хизматларини ривожлантиришда ҳудудларнинг хос жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда микро-, мезо- ва макро даражадаги функцияларини баҳолаш таклиф қилинган[5].

Ўзбекистонлик олимлардан Ф.Б.Абдукаримов асарларида мамлакатимизда савдо иқтисодиётининг асосий муаммолари ва савдо корхоналарининг иқтисодий

рентабеллиги ва иқтисодий самарадорлиги савдода бозор механизмларини такомиллаштириш масалалари ўрганилган[6].

Д.Х.Холмаматовнинг илмий изланишларида Улгуржи савдода маркетинг логистикасини ривожлантириш ва сервис стратегиясини такомиллаштириш масалалари ёритилган[7].

К.М.Ибодовнинг илмий тадқиқотларида хизматлар рақобатбардошлигини ошириш, хизмат кўрсатиш жараёнини мижозларнинг индивидуал хоҳиш-истаклари негизида такомиллаштириш масалалари ёритиб берилган[8].

Шу билан бирга савдо хизматлари кўрсатишни такомиллаштириш, қўшимча савдо хизматлари кўрсатиш асосида хизматларнинг нафлилик даражасини ошириш ва рақобатбардошлигини ошириш масалаларини алоҳида тадқиқот объекти сифатида ўрганиш зарурати мавжуд.

**2. Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотда индукция ва дедукция, гуруҳлаш, макон ва замон, анализ ва синтез, мантиқий таҳлил, эксперт сўрови, таққослаш усулларидан фойдаланилган. Тадқиқот натижаларини умумий яхлит тарзда ифодалаш мақсадида жадвал ва расмлардан фойдаланилган. Тадқиқот гипотезасига кўра савдо хизматлари таркибида қўшимча савдо сервисини кенгайтириш харид нафлигининг англанишига, савдо хизмати истеъмол қийматининг ортишига ҳамда харид имкониятининг кенгайишига олиб келади.

### **3. Таҳлил ва натижалар**

Бугунги кунда жамиятимизнинг иқтисодий жабҳаларида рўй бераётган ўзгаришлар, ташқи муҳитнинг ўзгарувчанлиги ва ноаниқлиги билан изоҳланувчи макроиқтисодий чекланган шароитда иқтисодий субъектлар рақобатбардошлигини ошириш янада долзарб вазифалардан бирига айланиб бормоқда. Бу аввало инновацион хизмат турлари (конгсалтинг, интернет, компьютер хизматлари)нинг пайдо бўлиши, сотишнинг илғор усуллари(онлайн сотувлар, мерчендайзинг)нинг қўлланилиши билан ҳам боғлиқдир. Бундай шароитларда чакана савдо хизматлари ҳам товарларни харидорларга қулай шарт-шароитларда сотишни йўлга қўйишлари, савдо залларида мерчендайзингнинг илғор усуллари жорий этишни кўзда тутишлари лозим. Бу ўз навбатида янги қўшимча хизмат турларини кўрсатиш орқали савдо корхонасининг рақобатбардошлигини оширишга ёрдам беради.

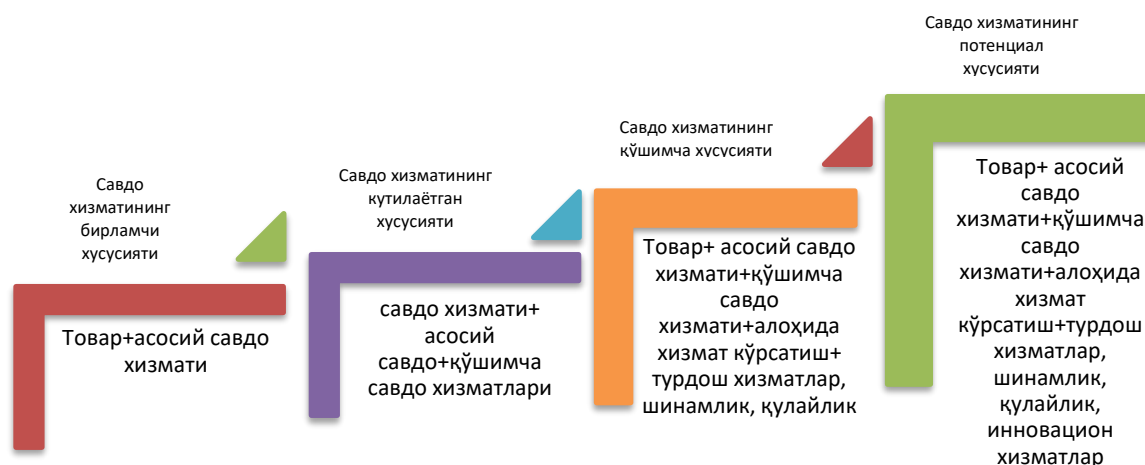
Шундай қилиб, савдо корхоналари томонидан қўшимча хизмат турларини таклиф этиш асосида савдо хизматларини юқори даражада ташкил қилиш, харидорларга сотилаётган товарларга мувофиқ келувчи қўтилган даражадаги сервисни тақдим этиш лозим бўлади.

Қўшимча савдо хизматлари савдо залини ташкил қилиш, товар танловини мувофиқлаштириш, харидорларга қўшимча ахборот бериш, харид жараёнида кўмаклашиш, семплинг ва синоқ маркетинги, мерчендайзинг ва ҳисоб-китоб жараёнини такомиллаштириш билан боғлиқ хизматлар мажмуидан иборатдир. Қўшимча савдо сервисини товарларнинг харидорлар томонидан англанишига, истеъмол қийматининг ортишига ҳамда харид имкониятининг ортишига олиб келади.

Харидор томонидан зарур бўлган товарни танлаш ва харид қилиш масаласи кўриб чиқилар экан, бу жараёнга тааллуқли бўлган бир қатор жиҳатларга тўхталиб ўтишимиз жоиз. *Биринчидан*, харидор муайян эҳтиёжини қондириши мумкин бўлган товарни танлар экан, аввало товарнинг муайян истеъмол хоссаларининг эҳтиёжига мос

келиш даражасини ҳисобга олади. Яъни, у ўзининг мавжуд усул ва воситалари ёрдамида товарларнинг қайси бири кўпроқ истеъмолчи самарасини бериш даражасини баҳолайди ва шу бўйича уларни ўзаро таққослайди. *Иккинчидан*, харидор томонидан товарнинг истеъмол хоссалари баҳоланаётганда сотувчилар томонидан товарнинг тайёрланиши ва етказиб берилиши учун кетган меҳнат сарфи уни умуман қизиқтирмайди. Чунки, харидорни харид чоғида товарнинг ўзи эмас, балки ундаги эҳтиёжни бошқа субститутларга (рақиб товарларга) нисбатан юқори даражада қондира олиш хусусияти қизиқтиради.

Савдо хизматлари ҳам сезилмаслиги, сақланмаслиги, сифатнинг доимий эмаслиги, сервиснинг ажратиб бўлмаслиги каби хусусиятларга эгадир. Чакана савдода қўшимча савдо хизматларининг ўзига хослиги ҳам айнан харидор томонидан харид қилинаётган товардан ажралмаслиги билан изоҳланади.



**1-расм. Товарга қўшимча савдо хизматлари кўрсатиш асосида нафлилик даражасининг ортиб бориши**

**Манба:** муаллиф ишланмаси.

Савдо хизматининг бирламчи истеъмол қиймати товарни сотиш жараёнида мос келувчи хизматларни ўз ичига олиб, хизмат кўрсатишнинг энг қуйи талаби ҳисобланади. Масалан, товарларни сотиш жараёнида турли ўрамларда ёки қўшимча қадоқланган ҳолда тақдим этиш.

Савдо хизматининг кутилаётган истеъмол қиймати харидорларнинг индивидуал талабларидан келиб чиққан ҳолда қўшимча хизматлар кўрсатиш ҳисобланади. Масалан, катта ҳажмдаги харидлар учун савдо тележкаси, харидор саватчасидан фойдаланиш.

Савдо хизматларининг қўшимча истеъмол қиймати истеъмолчиларга йўналтирилганлик тамойили асосида харидорларга юқори даражадаги сервис хизмати кўрсатиш, харид жараёнини соддалашириш кабиларни ўз ичига олади.

Савдо хизматларининг потенциал истеъмол қиймати мижозлар билан доимий алоқани йўлга қўйишга, бетакрор сервисни рағбатлантиришга, истеъмолчиларнинг такрорий ташрифини рағбатлантиришга қаратилади. Масалан, ёш болали харидорларга болалар майдончаси, кутиш заллари, сэмплинг ва дегустация жойларини ташкил қилиш.

Бизнинг фикримизча савдо корхоналари рақобатбардошлигини оширишда кўрсатилаётган хизмат турларини рақобатбардошлик нуқтаи назаридан таснифлаш,

мижозларга бетакрор сервис хизмати кўрсатиш имконини берадиган ҳамда шу орқали рақобат устунлигини таъминлаш мақсадга мувофиқ (1-жадвал).

**1-жадвал**

**Савдо хизматларининг таснифланиши**

<b>Тасниф белгиси</b>	<b>Таклиф қилинадиган хизмат турлари</b>
Бирламчи хизматлар	Товар сотуви билан боғлиқ хизматлар
	Товар тавсифи ва товар ассортиментни бўйича консалтинг хизматлари
Қўшимча хизматлари савдо	Харидорлар учун кутиш залини ташкил қилиш
	Ёш болали харидорлар учун болалар ўйин заллари ташкил қилиш
	Она ва бола хонаси
	Харид қилинган товарларни вақтинчалик сақлаш хизматлари
	харидорлар буюмларни вақтинчалик сақлаш(гардероб ва вақтинчалик сейфлар)
	Харидорлар учун овқатланиш залини ташкил қилиш
	Автомобиллар учун вақтинчалик тўхташ жойлари (пуллик ва бепул шаклда)
	Йирик савдо марказларида савдо аравачаси, харид саватларини таклиф қилиш
	Товарларни етказиб бериш, юклаш,
	Мижознинг хоҳишига кўра етказиб бериш, тюнинг, ўлчамини ўзгартириш, қўшимча шакл ва безак бериш, гравировка
Аҳамиятлилигига кўра	Асосий хизматлар (товарларни жойлаштириб бериш, тўлов терминаллари ва кассаларни мақбул жойлаштириш) Қўшимча хизматлар (қўшимча ўрамлар, кейтеринг, онлайн харид, бутлаш, ўрнатиб бериш); Ёрдамчи (сотувчи маслаҳати, дегустация, сэмплинг)
Харидорлар иштирокига кўра	Харидор иштирок этувчи хизматлар (ўз-ўзига хизмат кўрсатиш тизими, “сотувчисиз дўкон”, онлайн харид) Харидор иштирок этмайдиган хизматлар (индивидуал ўрамлар, махсус сувенир қадоқлар, оилавий товар гуруҳини шакллантириш)
Тақдим этиш вақтига кўра	Сотув жараёнидаги хизматлар (сэмплинг, дегустация, фойдаланишни намойиш қилиш, сотувчи ёки малакали кишилар маслаҳати); Сотувдан кейинги хизматлар (етказиб бериш, ўрнатиб бериш).
Тўловлилигига кўра	Пуллик хизматлар (мижознинг хоҳишига кўра, етказиб бериш, тюнинг, ўлчамини ўзгартириш, безак бериш, гравировка); Бепул хизматлар (мижоз талабига кўра мослаштириш, чархлаш, бутлаш).
Талабнинг ҳолатига кўра	Доимий хизматлар (стандарт савдо хизматлари); мавсумий хизматлар (муҳим воқеа ва шонли саналар арафасида кўрсатиладиган хизматлар, мавсумий товарлар, тематик тўпламлар).
Хизматлар мажмуига кўра	Кенг турдаги савдо хизматлари (товар харидидан етказиб беришгача бўлган барча хизматлар);

	Чекланган савдо хизматлари (фақатгина мижоз талабига кўра кўрсатиладиган хизматлар)
--	---

*Манба: муаллиф ишланмаси.*

Фикримизча, савдо хизматларининг таклиф қилинаётган таснифи харидорларга қўшимча савдо хизматлари кўрсатишда муҳим аҳамиятга эга бўлиб, савдо корхонаси рақобатбардошлигини оширишда янгича ёндашиш имконини беради. Таъкидлаш жоизки, хизмат кўрсатишнинг истеъмолчиларга йўналтирилганлик тамойилига ўтиш орқали савдо хизматлари кўрсатиш харидорлар ва мижозлар иштирокини пуллик ёки бепул кўрсатиладиган хизматлар кесимида янада кенгайтириш ёки энг мақбул даражада чеклаш имконини беради. Тадқиқотларимиз шуни кўрсатдики, Самарқанд вилоятида савдо корхоналари томонидан кўрсатилаётган хизмат турлари турли шарт-шароитлар, масалан, дўконларнинг ихтисослашуви, жойлашуви, мижозлар аудиторияси ва чакана савдо стратегиясига боғлиқ экан.

Савдо корхоналари томонидан кўрсатиладиган қўшимча хизмат турлари тизимли характерга эга бўлган ҳолда истеъмолчилар, бозор ва савдо корхонасини яхлит қамраб олиш имконини беради. Бу биринчидан, харидорларнинг турли талаб ва ҳоҳишларини эътиборга олиш, товарларни айирбошлаш ва истеъмол жараёнларининг уйғунлашувига эришиш ҳамда харидорлар ва савдо корхонаси ўртасида узвий алоқадорликнинг таъминланишига имкон беради. Иккинчидан, кўрсатилаётган савдо хизматларининг истеъмолчиларга ёки савдо корхонасига йўналганлигини аниқ тасвирлаш имкони беради (2-расм).



**2-расм. Савдо хизматларининг такомиллашиб бориш жараёни**

*Манба: муаллиф ишланмаси.*

Самарқанд шаҳридаги чакана савдо корхоналарида харидорлар буюмларни вақтинчалик сақлаш (сейф, гардероб), штрих кодлаш, автомобиллар учун тураржойлар, харид қилинган товарларни жойлаштириш ва етказиб бериш хизматлари бугунги кунда базавий хизматлар сифатида олиб қаралмоқда. “Ҳар бир савдо корхонаси потенциал харидорлар эҳтиёжини максимал қондирган тақдирдагина муваффақиятли ривожланиши мумкин”. Бу муваффақиятли ривожланишга қўшимча хизмат турларини таклиф этиш орқали эришиш мумкинлигини англатади[10].

Савдо корхонасининг қўшимча савдо хизматларини кўрсатиш орқали рақобатбардошлигини оширишда хизматлар кўрсатишнинг амалдаги ҳолатни таҳлил қилиш ва қўшимча савдо хизматларга бўлган талабни баҳолаш лозим бўлади. Тадқиқот ишида қўшимча савдо хизматлари кўрсатишни ташкил этиш асосида савдо корхонаси рақобатбардошлигини баҳолаш услубияти такомиллаштирилган бўлиб, 5-босқични ўз ичига олади (3-расм).

Мазкур услубиятга мувофиқ, биринчи босқичда савдо корхонасининг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги баҳоланади. Бунда биринчи навбатда асосий диққат-эътибор харидорларнинг кўрсатилаётган хизматлардан қониққанлик даражасига берган баҳосига қаратилиши лозим. Иккинчи босқичда қўшимча савдо хизматларига бўлган эҳтиёж аниқланади. Ушбу босқичда мавжуд хизмат турларини қўшимча хизмат турлари билан тўлдириш асосида қўшимча нафлилик яратиш кўзда тутилади. Ушбу мақсадда ҳар бир товар турига мос келувчи қўшимча хизмат кўрсатиш бўйича қарор вариантлари тадқиқи қилиниши лозим. Учинчи босқичда харидорлар учун зарурат сифатида баҳоланган қўшимча хизматларни ташкил қилиш ва кўрсатиш жараёни моделлаштирилади. Тўртинчи босқичда таклиф этилаётган қўшимча хизмат турларининг самарадорлиги баҳоланади.

Бешинчи босқичда савдо корхонасининг якуний рақобатбардошлик кўрсаткичи аниқланади. Қўшимча хизмат турларини жорий этиш натижасида савдо корхонаси рақобатбардошлик даражасининг ортишига баҳо берилади.

Шуни ҳам алоҳида таъкидлаш жоизки, таклиф этилаётган қўшимча хизмат турлари савдо корхонаси учун ҳам, харидорлар учун ҳам ҳар томонлама манфаатли бўлиши, келгусида савдо корхонаси рақобатбардошлигининг ошишига олиб келиши лозим.

### **Хулоса ва таклифлар**

Савдо хизматлари рақобатбардошлигини оширишда қуйидаги илмий таклифлардан фойдаланишни мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз:

– чакана савдони замонавий даражада ташкил қилиш ва харидорларга қўшимча хизмат турларини таклиф этиш орқали савдо корхонасининг рақобатбардошлигини ошириш мумкин;

– қўшимча савдо сервиси товарларнинг харидорлар томонидан англанишига, истеъмол қийматининг ортишига ҳамда харид имкониятининг ортишига олиб келади;



– таклиф этилаётган услубият савдо корхонаси учун ҳам, харидорлар учун ҳам ҳар томонлама манфаатли бўлган қўшимча савдо хизматлари кўрсатишни ташкил этиш асосида рақобатбардошлик даражасини баҳолаш имконини беради.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Xianhang Xu, Mohd Anuar Arshad, Arshad Mahmood //Analysis on International Competitiveness of Service Trade in the Guangdong–Hong Kong–Macao Greater Bay Area Based on Using the Entropy and Gray Correlation Methods. Entropy (Basel). 2021 Oct; 23(10): 1253.

2. Vurdu, S. A. (2021). Importance of services trade and a case on competitive advantages of Turkey. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 20(40), 331-357. DOI: 10.46928/iticusbe.769054

3. Черноносова Н.В. Использование мерчендайзинга в розничной торговле: теория и практика: Научное издание. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2010. – С. 32. – 2 п.л.

4. Валеева Ю.С. Розничные торговые сети: состояние и тенденции развития. Монография: Редакционно-издательский центр, Казань - 2012. - 148с.

5. Королева, О.В. Торговля как драйвер экономического развития [Текст] / О. В. Королева // Место и роль России в мировом хозяйстве : сб. статей XI Международной научно-практической конференции (27-28.11. 2016) / отв. ред. В. П. Воронин. – Воронеж : ВГУИТ, 2017. – С. 52-54.

6. Абдукаримов Ф.Б. Савдода бозор механизмини такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти мисолида). Иқтисодиёт фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. Самарқанд: СамИСИ, 2011, 156 б.

7. Д.Х.Холмаматов. Улгуржи савдода маркетинг логистикасини ривожлантириш йўллари // "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" Ilmiy elektron jurnali. № 3, may-iyun, 2021 yil.

8. Маматқулова Ш.Ж. Чакана савдода аҳолига савдо хизмати кўрсатишда мерчендайзингнинг ўрни ва аҳамияти// "ЛОГИСТИКА ВА ИҚТИСОДИЁТ" илмий электрон журнали. I-сон, 2022 й./ [www.economyjournal.uz](http://www.economyjournal.uz)

9. I.X.Nasimov, I.Patterson, K.M.Ibodov. Hozirgi zamon raqobat nazariyalari. O'quv qo'llanma. – Samarqand:, SamDU nashriyoti, 2021 yil. – 260 bet.

10. К.М.Ибодов. Ресторан хизматлари соҳаси рақобатбардошлигини ошириш механизмларини такомиллаштириш. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) дисс.автореферат: 08.00.05: 08.00.11/Ибодов Камолиддин Маматқулович. - 08.00.05:08.00.11. С.: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2022. – 52 б.