

ИҚТИСОДИЁТНИНГ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНИШИ ШАРОИТИДА САВДО ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Шавқиев Эркин,
СамИСИ доценти, и.ф.н. (+99890-603-66-40)

Нормуродов Умиджон Нормурод ўғли,
СамИСИ катта ўқитувчиси
E-mail: umidjon_15@umail.uz (+99890-505-15-16)

Рахимов Зафар Комилович,
СамИСИ ассистенти
E-mail: r.zafar@list.ru (+99890-657-89-48)

Аннотация: Мақолада савдо хизмати, савдо хизмати сифати, савдо маданияти каби тушунчалар ёритилган. Унда Самарқанд шаҳридаги “Korzinka.uz” супермаркетида харидорларга кўрсатилаётган савдо хизмати сифати кўрсаткичлари таҳлил қилинган ва уларни яхшилаш бўйича тавсиялар берилган.

Калит сўзлар: чакана савдо, савдо хизмати, савдо хизмати сифати, савдо маданияти, савдо сервис.

Аннотация: В данной статье освещены сущности понятий торговых услуг, качество торговых услуг и культура торговли. В ней проведен анализ показателей качества торговых услуг супермаркета Korzinka.uz в городе Самарканде и предложены рекомендации по улучшению качества торговых услуг.

Ключевые слова: розничная торговля, служба продаж, качество служба продаж, продаж культура, продаж обслуживание.

Abstract: This article discusses the role and importance of trading services, the quality of trading services and the culture of trading. The analysis of indicators of the quality of trading services of the Korzinka.uz supermarket in Samarkand was carried out and recommendations were made to improve the trading services.

Keywords: retail, sales service, quality sales service, sales culture, sales service.

Кириш

Ўзбекистонда хизматлар соҳасини жадал ривожлантириш, ялпи ички маҳсулотни шакллантиришда хизматларнинг ўрни ва улушини ошириш, кўрсатилаётган хизматлар таркибини, энг аввало, уларнинг замонавий юқори технологик турлари ҳисобига тубдан ўзгартириш бўйича тегишли вазифалар Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармони [1] билан тасдиқланган Ҳаракатлар стратегиясининг “Иқтисодиётни ривожлантириш ва либераллаштиришнинг устувор йўналишлари” номли учинчи йўналишида белгилаб қўйилган.

Ушбу ҳуқуқий меъёрий ҳужжатларда белгилаб қўйилган вазифаларни рўёбга чиқариш мақсадида хизматлар соҳасидаги мавжуд муаммоларнинг ўрганилиши ва уларни ҳал этилиши ўзининг ижобий натижаларини бермоқда. Жумладан, 2017 йилда кўрсатилган хизматлар ҳажми 116 795,7 млрд.сўмни ташкил этиб, 2016 йилга нисбатан 10,7 фоизга[2] ошди.

Ўзбекистонда миллий иқтисодиётни тубдан ислоҳ қилиш жараёнида социал-иқтисодий сиёсатнинг устувор вазифаларидан бири хизмат кўрсатиш корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш, сифатли товарларни истеъмолчиларга ўз вақтида етказиб бериш ва сотишда замонавий савдо хизматларини ташкил қилиш ҳамда ушбу хизмат имкониятларидан самарали фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Хизматлар таркибида энг катта улуш савдо хизматлари ҳиссасига тўғри келмоқда 27,4 фоиз (транспорт хизматларидан кейин 30,3 фоиз) [3].

Ҳозирги кунда аҳолига савдо хизматларини кўрсатиш объектлари “... озод ва обод юртимиз манзарасининг бир қисмига, тинч ва фаровон ҳаётимиз кўзгусига айланиб бормоқда. Айни пайтда бу борада кўп иш қилишимиз кераклигини барчамиз яхши биламиз. ... хизмат ва савдо маданиятини ошириш – энг долзарб масаладир. Бунда айниқса ривожланган давлатлар тажрибасини ҳисобга олиб, замонавий гипермаркетлар тизимини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим” [4].

Шу сабабдан ҳам бугунги кунда, савдо хизмати сифатини кўтариш орқали савдо корхоналари рақобатбардошлигини таъминлаш ўта аҳамиятлидир. Савдо корхоналари рақобатбардошлигини таъминлашда маркетинг тамойилларидан фойдаланиш, реклама фаолиятини ривожлантириш, шунингдек, уларнинг молиявий барқарорлигини таъминлаш масалалари долзарб ҳисобланади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Чакана савдо корхоналарида электрон савдони ривожлантириш орқали миқозларга хизмат кўрсатиш маданиятини ошириш масалаларини Д.Ферни [5], товарлар ассортиментини бошқариш орқали савдо хизматини ошириш масалаларини В.Снигерева [6], харидорларга товарларни сотиш жараёнида кўрсатиладиган асосий ва қўшимча савдо хизматларини С.Сысоева [7] ўз илмий ишларида батафсил ёритганлар.

Республикамызда мустақиллик йилларида савдо соҳаси муаммоларига Б.Абдукаримов [8], А.Солиев [9], Э.С.Файзиев [10], Ф.Б.Абдукаримов [11], О.М.Пардаев [12] лар илмий изланишларини келтириш мумкин.

Б.Абдукаримов “савдо хизмати” тушунчасига кенг маънода, “савдо – хизматнинг алоҳида тури бўлиб у бир томондан ишлаб чиқарувчиларга хизмат қилади, иккинчи томондан истеъмолчиларга, учинчи томондан Давлатга хизмат қилади ва тўртинчидан у бошқа иқтисодиёт тармоқлари ва соҳаларига ҳам хизмат кўрсатади, уларни хизматларидан истеъмолчи сифатида фойдаланади ва улар билан алоқада бўлади” деб таъкидлаган.

А.Солиев “Савдо хизмати сифатини ошириш харидорларга маслаҳат бериш, товарларнинг намуналарини ҳаракатда кўрсатиш, реклама ва ахборотнинг турли шакллари ривожлантириш йўли билан товар танлаб олишда харидорларга ёрдам беришни ҳам тақозо этади” деб таъриф берган.

Э.С.Файзиевнинг таъкидлашича, “савдо хизмати - сотувчи ва харидорнинг ўзаро ҳаракати натижаси ва сотувчининг харидорлар эҳтиёжларини қондиришга қаратилган фаолиятидир”.

Ф.Б.Абдукаримов савдонинг асосий вазифаларидан бири истеъмолчиларга хизмат қилиш ва аҳоли ҳаётини таъминлайдиган алоҳида хизмат соҳаси деб таъкидлаган.

О.М.Пардаев “Маҳсулотларни сотиш хизмати деганда, маҳсулот(товар)нинг бир шахсдан иккинчи шахсга пул ёки бошқа шунга тенглаштирилган бойликка алмаштириш эвазига мулк эгасининг (мулкка эгалик ҳуқуқининг) ўзгаришини таъминлаш жараёнида кўрсатиладиган хизматлар билан боғлиқ муносабатлар тушунилади” деб таъриф берган.

Олимлар томонидан асосан савдо соҳасининг назарий асослари тадқиқ этилиб, чакана савдо корхоналарида савдо хизмати сифати кўрсаткичлари таҳлили ва савдо хизматини ошириш имкониятлари ўрганилмаган.

Тадқиқот методологияси

Тадқиқот жараёнида статистик таҳлил, синтез, эксперт баҳолаш, анкета сўровнома ўтказиш, индукция ва дедукция усулларида фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Савдо хизматларидан энг самарали тури чакана савдо бўлиб, уни тараққий эттириш ишлаб чиқариш корхоналарининг келажақтаги ривожланиш дастурларини ишлаб чиқишга катта ёрдам беради.

Ўзбекистонда аҳоли даромадларининг кўпайиши, турмуш фаровонлиги ва сифатининг ошиши, аҳолининг турли-туман (ассортимент) ва сифатли товарларга бўлган эҳтиёжларининг ортиши ҳамда ҳукуматимиз томонидан тадбиркорларимизга яратилаётган шарт-шароитлар натижасида истеъмол товарларини ишлаб чиқариш ҳажмининг кўпайиши чакана савдо товар айланмаси ҳажмининг ўсишига олиб келмоқда (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистонда аҳолига чакана савдо хизматини кўрсатиш ҳажмлари¹

Кўрсаткичлар	Ўлчов бирлиги	Йиллар			2017 йилнинг 2015 йилга нисбати, фоизда
		2015 йил	2016 йил	2017 йил	
Чакана савдо товар айланмаси	млрд.сўм	71184,1	88071,6	105229,9	147,8
Аҳоли жон бошига чакана савдо товар айланмаси	минг сўм	2274,3	2765,4	3249,1	142,8

1-жадвал маълумотлари далолат берадики, 2015-2017 йилларда мамлакат бўйича чакана савдо айланмаси қарийб 1,5 маротабага ўсган. Аҳоли жон бошига чакана савдо товар айланмаси, ўрганилаётган даврда, республика бўйича 1,4 маротабага кўпайган.

Савдо хизмати – инсоннинг инсонга йўналтирган бевосита хизматидир. У моддий буюм (товар)ларнинг бир жойдан иккинчи жойга кўчишини таъминловчи ва истеъмолчиларга билвосита таъсир этувчи омил ҳисобланади.

¹ Ўзбекистонда савдо (статистик тўплам). -Т.: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, 2018. 23 бет.

Савдо хизматлари маданий-маънавий кучга эга. У инсонга бевосита таъсир ўтказади. Чунки, у инсонга бевосита тегишлидир: хушмуомалалик, қулайлик яратиш, таклиф ва сўровларга ҳозиржавоблик ва ҳоказолар.

Савдо хизмати сифати – хизмат кўрсатиш натижаси эмас, балки унинг омили ҳисобланади. У харидорларга хизмат кўрсатиш жараёнини тавсифлайди ва савдо корхоналари фаолияти самарадорлигини оширувчи омиллардан бири ҳисобланади.

Шу сабабдан ҳам савдо хизмати сифати, нафақат, харидорларни, айти пайтда, сотувчиларнинг ҳам ҳаёлини банд этиб келаётган ва уларни доимо безовта қиладиган, ташвишга солиб турадиган муаммолардан биридир.

Хизматлар сифатига қўйиладиган талаб доимий мутлақ бўлмайди. Аҳолининг, айтиқса ўрта синфга мансуб инсонларнинг, моддий фаровонлиги ҳамда маданий даражаси ўсиб бормоқда. Бундай шароитда уларнинг сифатли товарлар харид қилишга ва сифатли савдо хизматларига бўлган талаби ҳам ортиб боради.

Шунингдек, сифатли савдо хизмати рақобатга қарши муҳим восита ҳисобланади. Рақобат шароитида харидорларга сифатли савдо хизматини тақдим этиш катта аҳамиятга эга. Чунки, ҳар қандай савдо корхонасининг самарали фаолияти – сифатли товарлар билан савдо қилиш ва шунга мос равишда савдо хизматларининг юқори даражада сифатли бўлишига боғлиқдир.

Савдо хизматининг сифати, нафақат, юқорида қайд этилганларга, айти пайтда, мамлакатда истеъмол товарларининг ишлаб чиқарилиши даражаси ва истеъмолчилар талабини қондиришга етарли миқдорда товарларнинг мавжудлиги ҳам таъсир кўрсатади. Бу мамлакатдаги товарларнинг миқдори ва сифати, уларни харид қилиш шароити, харидорларнинг вақт сарфлаши ва хизмат сифати, хизмат маданиятида намоён бўлади.

Шуни таъкидлаш лозимки, аҳолининг кўпчилик қисми савдо хизмат сифатини фақатгина товарни харид қилиш учун сарфлаган вақт ва бу харид учун дўконда яратилган шароитни тушунишади. Фикримизча, савдо хизмати сифати булар билан чегараланиб қолмайди. У аҳолининг истеъмол товарларига бўлган эҳтиёжини қондириш билан боғлиқ бошқа бир қанча жиҳатларга, жумладан, аҳолининг у ёки бу товарни харид қилишида уни танлаши учун қулай шароитнинг мавжудлигига, савдо ходимларининг касбий маҳоратига ва уларнинг харидорлар руҳиятини билишига ҳам боғлиқ.

Бугунги кунда Ўзбекистон ҳам худди ривожланган давлатлардаги каби харидорларга кўрсатиладиган савдо сервисини ташкил этиш ва амалга ошириш учун барча имкониятлар мавжуд.

Юртимиз шаҳарларида жойлашган аксарият супермаркетларда хориж супермаркетларида мавжуд бўлган савдо сервиси йўлга қўйилган:

- миқозлар автомобиллари учун махсус тўхташ жойлари мавжуд;
- ёш болалар учун алоҳида майдончалар ташкил этилган;
- харидорларга дам олиш учун қулайликлар, овқатланиш учун кафе-барлар, аптекалар, “пайнет хизматлари” учун автоматлар мавжуд;
- турли акциялар ва чегирмаларнинг мунтазам ўтказилиб турилиши;
- харидорларга товарларни сотиб олгандан кейинги ўзига хос, қўшимча ва асосий бепул хизматларнинг таклиф қилиниши;

•товарларини журнал (**Business**)лар ва телевизорлар (**Спорт Маркет кўрсатуви**) орқали реклама қилиш йўлга қўйилганлиги ва ҳоказолар.

Аҳолига савдо хизмати кўрсатишнинг сифати, асосан, 3 та таркибий компонентни ўз ичига олади:

- товар ва хизматлар сифати;
- товар ва хизматлар ассортименти (хилма-хиллиги);
- харидорларга сервис хизматларини кўрсатиш, яъни асосий хизмат (товарларни сотиш) атрофида қўшимча хизматларнинг кўрсатилиши.

Демак, харидорларга “савдо хизматини кўрсатиш сифати” тушунчаси, савдо корхоналарининг иш сифатини тавсифлайди. У, нафақат, товарларнинг сифати ва уларнинг хилма-хиллигини, айти пайтда, савдо-технологик жараёнининг унумдорлигини, савдо ходимларининг меҳнат фаолияти сифатини, савдо хизмати кўрсатилаётган жойдаги яратилган шарт-шароитларни ҳам ўз ичига олади.

“Савдо хизматини кўрсатишнинг сифати” тушунчаси “савдо маданияти” деган тушунча билан узвий боғлиқдир.

Савдо маданияти – кенг тушунчадир. Харидорга чинакамига ҳар томонлама ғамхўрлик қилиш унинг асоси ҳисобланади. Савдо маданияти – бу жамият манфаатларига тўла амал қилган ҳолда истеъмолчилар талабини қондира оладиган соҳа қобилиятидир.

Шуни таъкидлаш лозимки, “савдо маданияти” ва “савдо хизматининг сифати” тушунчалари “савдо хизмати маданияти” нинг таркибий қисми ҳисобланади.

Ўзбекистонда савдо хизмати маданиятининг қай даражада эканлигини билиш мақсадида, мамлакатимизда кўп йиллардан буён фаолият юритаётган “Корзинка” савдо тизими (сети) таркибига кирувчи ва Самарқанд шаҳрида муваффақиятли ривожланаётган “Korzinka.uz” супермаркети мисолида харидорларга савдо хизмати сифати ўрганилди.

“Корзинка” савдо тизими (сети) таркибига кирувчи ҳамма супермаркетларнинг фасади бир хил услубда бажарилган. Кириш жойида кўча томондан яхши кўриниб турган катта баннер ўрнатилган бўлиб, унинг ёнида савдо корхонасининг иш графиги жойлаштирилган.

Самарқанд шаҳридаги “Korzinka.uz” супермаркети ёнида харидорлар машиналари учун енгил автомобиллар турадиган майдонча жиҳозланган. Харидорлар учун яратилган бундай қулайлик “Korzinka.uz” супермаркети хизматлари жозибадорлигини (шаҳардаги бошқа рақобатчи “Фаровон” ва “Ўзбегим” каби супермаркетларга нисбатан) ошириб турибди.

“Korzinka.uz” супермаркетида харидорлар сотиб олган товарларни сумкаларига жойлаб олиш учун анча кенг ҳудуд мавжуд. Шунингдек, харидорларнинг шахсий буюмларини қўйиш учун сақлаш камераси ҳам мавжуддир. Магазиннинг савдо залида харидорлар танлаб олган маҳсулотларни йиғиб-териб олишлари учун турли механик жиҳозлардан, арава ва саватчалардан фойдаланилади.

“Korzinka.uz” супермаркетида сон жиҳатдан анча турғун бўлган иноқ жамоа ишлайди. Барча сотувчилар, мерчандайзерлар, бошқарув ходимлари (администраторлар) махсус униформа кийган, ҳаммасини кўкрагида харидорлар билан мулоқотни осонлаштириш учун бейджиклар қадалган. Хизмат кўрсатувчи

ходимларнинг аксарияти олий ва ўрта махсус маълумотга эга бўлиб, улар савдо соҳасида ишлаш тажрибасига эга шахслардир.

“Korzinka.uz” супермаркетида савдо хизмати кўрсатиш сифатини ўрганиш мақсадида, муаллифларнинг бевосита иштирокида, (корхона раҳбариятининг рухсати билан) беш кишидан иборат гуруҳ ташкил қилинди ва тузилган сўровнома асосида корхона хизмати баҳоланди.

Сўровнома ўтказиш жараёнида турли ёшдаги ва турли социал табақага мансуб 150 киши иштирок этди. Тадқиқот натижалари қуйидаги 2 ва 3 жадвалларда келтирилган.

Жадвалларда келтирилган кўрсаткичлар 5 баллик шкала асосида баҳоланди.

2-жадвал

Харидорларнинг “Korzinka.uz” супермаркетидаги товарлар ассортименти ва нархидан қониқиш кўрсаткичлари

Т/р	Кўрсаткичлар	Баҳолар		
		Тўлиқ қониқтиради (5 балл)	Қисман қониқтиради (3 балл)	Қониқтирмайди (1 балл)
1	Товарлар ассортименти:			
	-харидорлар, одам	131	16	3
	-фоизда	87	11	2
2	Товарлар нархи:			
	-харидорлар, одам	118	26	6
	-фоизда	79	17	4

2-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, харидорларнинг 87 фоизини “Korzinka.uz” супермаркети таклиф қилаётган товарлар ассортименти ва 79 фоизини нархлар қониқтирар экан. Айни пайтда, “Korzinka.uz” супермаркетидаги товарлар ассортименти харидорларнинг 11 фоизини, нархлар эса уларнинг 17 фоизини қисман қониқтиради. Харидорларнинг фақатгина 2 фоизини товарлар ассортименти қониқтирмайди, 4 фоиз харидорлар эса товарлар нархини юқори деб билади.

Харидорларнинг “Korzinka.uz” супермаркетидаги товарлар ассортименти ва нархидан қониқиш коэффициенти қуйидагича:

Товарлар ассортименти бўйича:

$$[(131 \times 5) + (16 \times 3) + (3 \times 1)] / (150 \times 5) \times 100 = 706 / 750 = 0,94.$$

Нархлар даражаси бўйича:

$$[(118 \times 5) + (26 \times 3) + (6 \times 1)] / (150 \times 5) \times 100 = 674 / 750 = 0,90.$$

Юқорида келтирилган таҳлилий маълумотлардан хулоса қилиш мумкинки, “Korzinka.uz” супермаркетида товарларга қўйилган нархлар харидорларнинг 1/10 қисмини қониқтирмайди.

“Korzinka.uz” супермаркетининг харидорларга кўрсатаётган хизматлари сифатини янада чуқурроқ таҳлил қилиш учун, харидорларга савдо залида хизмат кўрсатаётган ходимларнинг ўзини тутиш, ҳисоб-китоб хизматини кўрсатувчи кассирлар ишини кузатдик (3-жадвал).

3-жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, харидорларнинг 79 фоизини “Korzinka.uz” супермаркети ходимларининг ўзини тутиши ва 89 фоизини ходимларнинг ташқи кўриниши қониқтирар экан. Айни пайтда, “Korzinka.uz”

супермаркети ходимларининг ўзини тутиши харидорларнинг 13 фоизини, ходимларнинг ташқи кўриниши уларнинг 10 фоизини қисман қониқтиради. Харидорларнинг фақатгина 8 фоизини ходимларнинг ўзини тутиши қониқтирмайди ва 1 фоиз харидорлар эса ходимларнинг ташқи кўринишидан мамнун эмас.

3-жадвал

Харидорларнинг “Korzinka.uz” супермаркети ходимлари фаолиятига берилган баҳолар

Т/р	Кўрсаткичлар	Баҳолар		
		Тўлиқ қониқтиради (5 балл)	Қисман қониқтиради (3 балл)	Қониқтирмайди (1 балл)
1	Ходимларнинг ўзини тутиши			
	-харидорлар, одам	119	20	11
	-фоизда	79	13	8
2	Ходимларнинг ташқи кўриниши			
	-харидорлар, одам	133	15	2
	-фоизда	89	10	1
3	Кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги			
	-харидорлар, одам	121	27	2
	-фоизда	81	18	1
4	Кассадаги ҳисоб-китобларнинг аниқлиги			
	-харидорлар, одам	134	15	1
	-фоизда	89	10	1

Харидорларнинг 81 фоизини “Korzinka.uz” супермаркети кассасидаги ҳисоб-китоб тезлиги ва 89 фоизини кассадаги ҳисоб-китобнинг аниқлиги қониқтирар экан. Айни пайтда, “Korzinka.uz” супермаркети кассасидаги ҳисоб-китоб тезлиги харидорларнинг 18 фоизини, ҳисоб-китобнинг аниқлиги уларнинг 10 фоизини қисман қониқтиради. Харидорларнинг фақатгина 1 фоизини ҳисоб-китобнинг тезлиги ва аниқлиги қониқтирмайди.

“Korzinka.uz” супермаркети ходимларининг ўзини тутиши ва ташқи кўриниши, кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги ва аниқлиги бўйича харидорларнинг “қониқиш” коэффициентлари қуйидагича:

1. Ходимларнинг ўзини тутиши бўйича:

$$[(119 \times 5) + (20 \times 3) + (11 \times 1)] / (150 \times 5) \times 100 = 666 / 750 = 0,89.$$

2. Ходимларнинг ташқи кўриниши бўйича:

$$[(133 \times 5) + (15 \times 3) + (2 \times 1)] / (150 \times 5) \times 100 = 712 / 750 = 0,95.$$

3. Кассадаги ҳисоб-китобларнинг тезлиги бўйича:

$$[(121 \times 5) + (27 \times 3) + (2 \times 1)] / (150 \times 5) \times 100 = 688 / 750 = 0,92.$$

4. Кассадаги ҳисоб-китобларнинг аниқлиги бўйича:

$$[(134 \times 5) + (15 \times 3) + (1 \times 1)] / (150 \times 5) \times 100 = 716 / 750 = 0,96.$$

Демак, “Korzinka.uz” супермаркетида “ходимларнинг ўзини тутиши” коэффициенти бошқа кўрсаткичларга нисбатан анча паст. Шу сабабдан, фикримизча,

корхона раҳбарияти ходимлар ўртасида маданий-маърифий ишларни кучайтирса мақсадга мувофиқ бўлар эди.

Хулоса ва таклифлар

Шуни таъкидлаш лозимки, савдо корхонаси ходимлари касб маҳоратининг етишмаслиги, харидорлар танлаб олган товар учун ҳисоб-китобларнинг сустлиги, навбат кутувчиларнинг сони кўпайиб кетиши корхонадаги савдо маданиятига салбий таъсир этади. Айрим харидорлар касса ёнида узоқ вақт мобайнида қолиб кетганлари туфайли, супермаркетга кириш истакларининг йўқлигини айтишадилар.

Шундай қилиб, ўтказилган тадқиқот натижаларига қараб хулоса қилиш мумкинки, “Korzinka.uz” супермаркети кассирларининг ташқи кўриниши қўйилган талабларга жавоб беради. Кассада туриб ишлашда, айрим кассирлар максимал балл тўпладилар ва маҳоратли деб топилди, айримлар эса, кассада туриб ишлаш жараёнида маълум бир (ҳисоб-китобнинг сустлиги ёки товар нархини ҳисоблашдаги эътиборсизлик каби) камчиликларга йўл қўйишди.

Таҳлил қилинаётган “Korzinka.uz” супермаркетинида савдо зали майдонини кенгайтириш ва харидорлар оқимини кўпайтириш мақсадида кассалар тандем шаклида жойлаштирилган. Шуни алоҳида таъкидлаш лозимки, кассирлар фаолияти ўртасида фарқ бўлсада, улар харид қилинаётган товарлар учун ҳисоб-китобларни аниқ бажарадилар ва харидорларга қайтимни ўз вақтида қайтардилар.

Сотувчи ва кассирлар ташқи кўриниши бўйича камчиликлар деярли йўқ, ҳамма ходимлар бир хил фирма формаларини кийган бўлиб кўкракларида исми, касби ёзилган “бейджик” қадалган ва бошларида кепка кийган эдилар. Кийим кийишдаги тартиб бузилгани учун, улар қаттиқ жазоланадилар.

“Korzinka.uz” супермаркети сотувчилари ва сўровномада иштирок этган харидорлар ўртасидаги муносабатига келсак, супермаркет айрим ходимлари жанжалли ҳолатларда умуман ўзларини тута олмайдилар: қўпол ва харидорлар инжиқликларига нисбатан тоқатсиздирлар.

Ўтказилган тадқиқот натижалари шуни кўрсатадики, ушбу салбий ҳолат бўйича супермаркет раҳбарияти чора-тадбирлар режасини тузишлари ва уларни амалга оширишлари лозим. Шундай қилиб, харидорлар фикрига кўра, кассада туриб ишлаётган кассирларнинг иш тезлигини ошириш, харидорларга хизмат қилаётган сотувчилар ҳулқ-атвори ва ўзини тутишини яхшилаш лозимдир.

Фикримизча, “Korzinka.uz” супермаркети раҳбарияти ўз ходимларининг ёқимли ташқи кўриниши ва юз ифодаси, соч турмаги ва пардозини, кийиниши ва эътиборлилиги, нутқи ва фикрлаш тезлиги, сотилаётган товарларни билиш даражаси, чидамлилиги ва сифатлилиги, ҳалоллиги ва тўғрилиги каби жихатлари ҳусусида, шунингдек, товарлар сотилиши ҳажмидаги ўзгаришлар сабабларини аниқлаш мақсадида, истеъмолчилар ўртасида сўровлар ўтказиб туриши мақсадга мувофиқдир.

Савдо хизмати сифатини кўтаришда истеъмолчилар талабини ўрганиш ўта долзарб муаммолардан бири ҳисобланади. Бу муаммони ҳал этишда товарларни ишлаб чиқарувчи корхоналар савдо корхоналари билан ҳамкорлик қилишлари муҳимдир. У ёки бу товарни ишлаб чиқариш савдо корхоналари буюртмаси (икки томонлама тузилган шартнома) асосида йўлга қўйилса, бу муаммо ҳал этилиши мумкин.

Бунинг учун савдо корхоналари, ўзлари хизмат кўрсатаётган ҳудудда истиқомат қилувчи аҳолининг сони, жинси, ёши, касби, ирқи, даромади ва бошқа кўрсаткичларни ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқарувчи корхоналарга бир неча йилларга мўлжалланган буюртмаларини тақдим этишлари зарур бўлади.

Бугунги кунда истеъмол бозорларида турли-туман товарлар мавжуд. Аммо, уларнинг барчаси ҳам истеъмолчилар талабини қондира олади, деб бўлмайди. Ҳар бир истеъмолчининг ўзига ҳос диди, товар сифатига нисбатан талаби мавжуд. Айнан шу сабабларга кўра айрим товарларнинг сотилмай қолиш ҳолатлари кузатилади. Истеъмол муддати тугаган товарлар умуман сотилмай қолади. Шунингдек, ўз вақтида сотилмай қолган мавсумий товарлар ўрнига, кейинги мавсумда янги товарларнинг пайдо бўлиши, олдинги мавсумда сотилмай қолган товарнинг маънавий эскиришига ҳам олиб келади. Бундай ҳолатлар, табиийки, савдо корхонаси манфаатига ҳам, жамият манфаатига ҳам зиддир.

Ҳозирги пайтда ҳар бир истеъмолчига хос ва маъқул бўладиган товарларни ишлаб чиқаришга тўғри келмоқда. Аҳоли турмуш даражасининг ошиши истеъмол товарларига бўлган талабнинг индивидуаллашиб боришига олиб келмоқда.

Истеъмолчилар диди ва уларнинг талабини сифатли қондириш савдо жараёнининг сифат кўрсаткичини оширишга ўз таъсирини кўрсатади.

Бугунги кунда интернет тармоқлари орқали товарларни уйдан туриб харид қилиш имконияти мавжуд. Аммо, айрим истеъмолчиларнинг интернет тармоғига сифатли тезликда ўлана олмаслик ҳолатлари, қишлоқ жойларида яшайдиган аҳолининг интернет тармоғига ўланиш имкониятининг йўқлиги, бу шаклдаги савдонинг кенг оммалашишида тўсиқ бўлмоқда. Бундан ташқари, товарларни манзилларга етказиб бериш хизматлари ҳам яхши ривожланмаганлиги туфайли, айрим товарларнинг сотилмай қолишига сабаб бўлиши мумкин.

Сифатли ва арзон миллий маҳсулотнинг ишлаб чиқарилиши импорт товарларини харид қилишга бўлган эҳтиёжни камайтиради. Бу эса ўз навбатида мамлакатимиздан валютанинг чиқиб кетишини тежаш имконини беради ҳамда миллий маҳсулот экспорти ҳажмини оширишга шароит яратади.

Истеъмолчилар эҳтиёжини ўрганмаслик ишлаб чиқарувчи корхоналар ҳамда савдо корхоналари ўртасидаги вужудга келадиган олди-сотди жараёнига ва уларнинг молиявий ҳолатига салбий таъсир кўрсатади.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда бугунги замон талабларидан келиб чиқиб товарларни ишлаб чиқаришдан олдин, ҳар бир тадбиркор олдиндан нима ишлаб чиқаришни яхши ўйлаб кўриши ва унинг товарига келажакда бўладиган талаб даражасини ҳис этган ҳолда уни ишлаб чиқариши зарур. Шу сабабдан ҳам мамлакат аҳолисининг қайси товарларга кўпроқ эҳтиёжнинг мавжудлигини ўрганиш долзарб бўлиб қолмоқда.

Ушбу муаммони ҳал қилишда ҳар бир тадбиркор керакли ахборотларга эга бўлиши зарур. Бунинг учун ахборот манбаларини шакллантирувчи мутасадди ташкилотлар, жумладан, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, унинг жойлардаги бошқармалари ва бўлинмалари фаол бўлишлари керак. Шунингдек, фикримизча, бозор конъюнктурасини ўрганадиган ва унинг натижаларини манфаатдор субъектларга (тижорат асосида) тақдим этадиган махсус тузилмаларни шакллантириш мақсадга мувофиқдир.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли фармони. // Халқ сўзи 2017 йил 8 февралдаги 28 (6722)-сон.
2. Ўзбекистон рақамларда (статистик тўплам). - Т.: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, 2018, 201 бет.
3. <https://stat.uz/uploads/docs/Xizmatlar-uz-12-2017.pdf>
4. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажакимизни мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қураимиз. –Т.: Ўзбекистон НМИУ, 2017, 430 бет.
5. Джон Ферни и др. Принципы розничной торговли. Пер. с англ. Сапциной У.– М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2008. – 416 с.
6. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.
7. Сыроева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Питер, 2009. - 432 с.
8. Абдукаримов Б.А. ва бошқ. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма.- Т.: Иқтисод-молия, 2016, 504 б.
9. Солиев А., Бузрукхонов С. Маркетинг. Бозоршунослик. Дарслик. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2010, 294 б.
10. Файзиев Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Ўқув қўлланма. Самарқанд. “Зарафшон”, 2010, 170 б.
11. 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.
12. Пардаев О.М. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. Монография. – Т.: Fan va texnologiya, 2017, 284 б.