

HCS D

**Human capital and social
development.**

2024 – volume 7, issue 1

**Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish
jurnali.**

2024 – 7-jild, 1-son



www.hcsd.samdu.uz

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
SHAROF RASHIDOV NOMIDAGI SAMARQAND DAVLAT
UNIVERSITETI**



**Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish jurnali
Journal Human capital and social development
Журнал Человеческий капитал и социальноеразвитие
Jurnali**

7-jild, 1-son (Mart) 2024.

Jurnal 2021-yilda tashkil topgan.

Davriyligi: har ikki oyda

Davriy nashirning rasmiy nomi: “Inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish”-“Human capital and social development”-“Человеческий капитал и социальное развития”
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan 19.05.2021 sanada berilgan №1179 guvohnomasi bilan ro‘yhatdan o‘tgan.

Junal: O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2023 yil 30 noyabrda 342/3-son qarori bilan tasdiqlangan Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc) Ilmiy darajasiga talabgorlarning dissertatsiya ishlari yuzasidan dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yhatiga kiritilgan.

Jurnal asoschilari: Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti
Inson resurslari va mahalla tarqqiyotini boshqarish instituti.

Nashr etuvchi: SamDU tahririy-nashriyot bo‘limi.

Xalqaro indeksi: ISSN 3030-3672

Tahririyat telefoni: +998 (94) 283 56 78, +998 (90) 502 13 03

Pochta manzili: 140104, Samarqand shahar., Universitet xiyoboni, 4

Web-sayt: www.hcsd.samdu.uz.

E-mail: ikromnasimov2020@gmail.com

**«INSON KAPITALI VA IJTIMOIIY RIVOJLANISH»
«HUMAN CAPITAL AND SOCIAL DEVELOPMENT»
«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ»
JURNALI**

Bosh muharrir: t.f.d., prof. Xalmuradov Rustam Ibragimovich

Bosh muharrir o‘rinbosari: f-m.f.n., dots. Xushvaqtoy Hakim Abdilhakovich

Kotib: PhD., dots., Korjavova Xurshida Abdulmalikovna

Texnik muharrir: assistent., Rabbimov Muxriddin Musoqul o‘g‘li

TAHRIRIYAT KENGASHI

O‘zFA akademigi, i.f.d., prof. Abdurahmonov Qalandar Xodjayivech

O‘zFA akademigi, i.f.d., prof. G‘ulomov Saidaxror Saidaxmedovich

i.f.d., prof. Нехода Евгения Владимировна (Россия)

i.f.d., prof. Xolmo‘minov Shayzoq Raxmatovich (TDIU)

i.f.d., prof. Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich (SamISI)

i.f.d., prof. Muxammedov Murod Muxammedovich (SamISI)

i.f.d., prof. Arabov Nurali Uralovich (SamDU)

i.f.d., prof. Safarov Baxodirxon Shaxriyovich (SamDU)

i.f.d., prof. Nasimov Dilmurod Abdulloyevich (SamDU)

i.f.n., prof. Aslanova Dilbar Xasanovna (SamISI)

PhD, dots. Djurakulov Shoxrux Davronovich (SamDU)

i.f.n., dots. Yuldashev Shamsiddin Qiyomiddinovich (SamDU)

i.f.n., dots. Nizamov Axtam Numonovich (SamDU)

i.f.n., dots. Bozorov Berdimurod Ulug‘murodovich (SamDU)

i.f.n., dots. Boboqulov Bahromqul Mamatkulovich (SamDU)

i.f.n., dots. Kushatov Rustam Xaydarovich (SamDU)

i.f.n., dots. Porsayev Ganidjan Muxamedovich (SamDU)

i.f.n., dots. Alibekova Saodat Lapasovna (SamDU)

PhD, dots. Nasimov Ikrom Xusanovich (SamDU)

PhD, dots. Ernazarov Ortiq Eshnazarovich (SamDU)

PhD, dots. Ulug‘murodova Nodira Berdimuradovna (SamDU)

PhD, dots. Sharifov Shuhrat Saidahmadovich (SamDU)

PhD, dots. Maxmudova Mohinur Ravshanbekovna (SamDU)

PhD, dots. Bakayev Ziyovuddin Toshbolta o‘g‘li (SamDU)

МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНИШИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР

Н. У. Султанова¹ 

*Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, Самарқанд шаҳри,
Ўзбекистон.*

OPEN ACCESS
HCSD

Correspondence

Султанова Нигина

Уткуровна

Самарқанд иқтисодиёт ва
сервис институти.

Тел +99893 335-99-32

E-mail:

sultanovanigina@list.ru

Received: 15 January 2024

Revised: 19 February 2024

Accepted: 24 February 2024

Published: 28 February 2024

Funding source for

publication: Samarkand
State University.

Publisher's Note:

HCSD
stays neutral with regard to
jurisdictional claims in
published maps and
institutional affiliations.



Copyright: Journal Human
capital and social

development © 2 by

Samarkand State University is
licensed

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Аннотация: Ушбу мақолада чакана савдо корхоналарининг рақобатбардошлигини таъминловчи, улар фаолиятининг барча соҳаларини камраб оладиган ва самарали рақобат стратегияларини ишлаб чиқиш учун концептуал моделни яратишнинг асосий босқичлари келтирилган. Shuningdek, maqolada kontseptual modelni yaratishda har bir loyihalash bosqichini asoslash, chakana xizmat ko'rsatish korxonalariga qo'yiladigan umumiy talablarni batafsil o'rganish va rivojlanish vektorini aniqlash uchun individual xususiyatlarni korxonalarining alohida guruhlariga birlashtirish nazarda tutilgan.

Калит сўзлар: Чакана савдо корхоналари, чакана савдо хизмати, рақобат, стратегия, рақобатбардошлик, strategik raqobatbardoshlik, konseptual model, hududiy miqyos, savdo kanallari, bozordagi narx segmenti.

Abstract: This article presents the main stages of creating a conceptual model that ensures the competitiveness of retail enterprises, covering all areas of their activity and developing effective competitive strategies. Also, in the creation of a conceptual model, it is envisaged to justify each design stage, to study in detail the general requirements for retail service enterprises, and to combine individual characteristics into separate groups of enterprises to determine the development vector.

Key words: Retail enterprises, retail service, competition, strategy, competitiveness, strategic competitiveness, conceptual model, territorial scale, sales channels, price segment in the market.

Аннотация: В данной статье представлены основные этапы создания концептуальной модели, обеспечивающей конкурентоспособность предприятий розничной торговли, охватывающей все сферы их деятельности и разрабатывающей эффективные конкурентные стратегии. Также при создании концептуальной модели предусмотрено обосновать каждый этап проектирования, детально изучить общие требования к предприятиям розничной торговли, объединить отдельные характеристики в отдельные группы предприятий для определения вектора развития.

Ключевые слова: Предприятия розничной торговли, розничное обслуживание, конкуренция, стратегия, конкурентоспособность, стратегическая конкурентоспособность, концептуальная модель, территориальный масштаб, каналы сбыта, ценовой сегмент на рынке.

КИРИШ (Introduction)

Савдо хизматлари соҳаси минтақавий даражада ҳам, бутун мамлакатда ҳам муҳим ижтимоий ва иқтисодий рол ўйнайди. Чакана савдо хизмати – бу сотувчи ва харидор ўртасида тўғридан-тўғри ўзаро муносабат натижаси бўлиб, олди-сотди шартномаси бўйича тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ бўлмаган, фойдаланиш учун товарларни ўзлаштиришда харидор талабини қондириш бўйича сотувчининг хусусий фаолияти ҳисобланади.

Ҳозирги вақтда мамлакатимизда чакана савдонинг ривожланиш тенденцияси ижобий динамикага эга. Чакана савдо хизматлари соҳасини ривожлантиришнинг асосий тўсиғи бу - импорт қилинган товарлар ҳамда уларнинг Интернет-сотувлар ҳажмида катта улушга эга эканлигида ҳисобланди.

Бугунги шиддат билан ривожланиб бораётган кунда савдо хизмати сифатини кўтариш орқали чакана савдо корхоналари рақобатбардошлигини ошириш муҳим аҳамият касб этади. Чакана савдо корхоналари рақобатбардошлигини оширишда маркетинг тамойилларидан самарали фойдаланиш, реклама фаолиятини ривожлантириш, сотишни рағбатлантириш ҳамда корхонанинг молиявий барқарорлигини таъминлаш масалалари ўта аҳамиятлидир.

Чакана савдо корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш улар фаолиятининг барча соҳаларини қамраб оладиган ва самарали рақобат стратегияларини ишлаб чиқиш ва

амалга оширишни талаб қилувчи мураккаб кўп қиррали вазифадир.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили (Literature review)

Савдо корхоналарининг рақобатбардошлигини таъминлаш ва ривожлантиришнинг стратегик жиҳатлари М.В.Акулич [1], А.А.Ахметгареева [2], И.А.Войциховская [3], Л.Х.Габидуллина [4], Н.Н.Потрубач [5], В. Е.Улченкова [6], И.Р.Шегелман [7], Е.Н.Ялунина [8] каби олимларнинг асарларида ҳам акс эттирилган. Ушбу тадқиқотларда чакана савдо корхонасининг иқтисодий фаолияти самарадорлигини баҳолаш усуллари кам ишлаб чиқилган бўлиб, рақобатбардошликни таъминлаш ва рақобатбардош стратегияларни шакллантиришнинг ташкилий-иқтисодий жиҳатлари каби долзарб масалаларни аниқлаштиришни талаб қилади.

Чакана савдо корхоналари рақобатбардошлигини таъминлашнинг айрим масалалари Республикамиз иқтисодчи олимларидан М.Қ.Пардаев [9], М.Э.Пўлатов [10], М.М.Мухаммедов [11], Д.Р.Зайналов [12], У.Н.Нормуродов [13] кабиларнинг илмий ишларида ҳам тадқиқ этилган. Ушбу олимларнинг асарларида чакана савдо корхоналари рақобатбардошлигини ошириш ва такомиллаштириш муаммоларининг назарий ва амалий масалаларига кенг эътибор қаратилган.

Тадқиқот методологияси (Research Methodology)

Тадқиқот жараёнида тизимли таҳлил, гуруҳлаш, комплекс баҳолаш, мантикий ва таққослама таҳлил,

статистик ва истиқболли прогнозлаш каби усуллардан фойдаланилган.

Таҳлил ва натижалар (Analysis and results)

Чакана савдо корхонасининг асосий вазифаларидан бири бу - бозор улушини, даромад ва фойдани ошириш ҳамда содиқ мижозлар доирасини кўпайтириш имконини берадиган рақобатбардош устунликларга эга бўлишдир. Инновацион ривожланиш асосида фаолиятнинг барча соҳаларида рақобатбардошликни ривожлантириш вазифасини жамлаш орқали бозорда барқарор ўринни таъминлаш мумкинлиги аниқланди. Чакана савдо корхоналарининг стратегик рақобатбардошлигини таъминлашнинг концептуал моделини босқичма-босқич куриш рақобатбардош стратегияларни шакллантириш доирасида корхонанинг стратегик мақсадларини босқичма-босқич аниқлаш имконини беради.

1-босқич. Корхоналар таснифи.

Корхоналарни таснифлаш стратегик рақобатбардошликни таъминлашнинг концептуал моделини яратишда биринчи қадам бўлиб, у баҳолашнинг қайси босқичларида рақобатбардошликнинг функционал мақсадлари ва таркибий қисмларини таҳлил қилиш ва шакллантириш кераклигини аниқлаш имконини беради. Чакана сотувчилар учун олти таснифлаш мезонлари қўлланилади: бозор иштирокчиларига боғлиқлик; ҳудудий миқёс; савдо каналлари ва форматлари; брендлар сони; бозордаги нарх сегментларининг сони.

2-босқич. Бозор стратегияси ҳақидаги маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилиш.

Таҳлил натижаларига кўра, чакана савдо корхонасининг бозор стратегияси бўйича маълумотларни тўплаш ва таҳлил қилиш қуйидаги йўналишларда амалга оширилиши керак:

1) Бозордаги фаолиятнинг стратегик мақсади.

Ўрганилаётган корхоналарининг асосий мақсадлари савдо тушумини ва соф фойдани максимал даражада оширишдир.

2) Фаолиятнинг ҳудудий миқёси.

3) Савдо форматлари ва каналлари.

4) Ассортиментда мавжуд бўлган нарх сегментлари сони.

5) Ассортиментда мавжуд брендлар сони.

Шуни унутмаслигимиз керакки, бугунги кунда бозорнинг тўйинганлиги шароитида асосий характерли хусусиятга эга сифатли маҳсулотларни сотиб олиш истагида бўлган янги турдаги замонавий харидор шаклланмоқда.

Нархлар ўсишига қарамай, истеъмолчиларнинг бренд товарларига қизиқиши ортиб бормоқда. Шундай экан, корхоналар ўз ассортиментини мунтазам янгиллаб туриши керак, чунки янги маҳсулотлар бозордаги инновацион муҳитнинг натижасидир. Доимий равишда янгиланиб туриш ва инновацияларни яратиш аллақачон корхона мавжудлигининг зарурий шартидир.

3-босқич. Стратегик рақобатбардошликни таъминлашнинг концептуал моделини яратиш учун корхоналар гуруҳларини аниқлаш.

Чакана савдо корхоналарининг худудий миқёс, савдо формати, савдо каналлари ва нарх сегменти параметрлари бўйича бозор стратегияси тўғрисидаги маълумотларга асосланиб, маълум хулосалар чиқариш мумкин. Чакана савдо корхонасининг стратегик рақобатбардошлигини

таъминлашнинг концептуал модели:

- Чакана савдо корхонасининг стратегик рақобатбардошлигини таъминлаш учун концептуал модел дизайн параметрларининг турли хусусиятларига эга “Худудий миқёс” параметри бўйича иккита гуруҳни ажратиш керак:

Бундан ташқари, биз стратегик рақобатбардошликни таъминлашнинг концептуал моделини яратиш учун ҳар хил параметр қийматларига эга чакана савдо корхоналарининг бешта форматини ажратиш кўрсатамиз:

- “Discounter” формати: рақобат стратегиясининг мақсади ижара, ходимларнинг иш ҳақи, транспорт ва сақлаш харажатларини тежаш орқали харажатларни минималлаштириш;

- “Street retail” формати: рақобат стратегиясининг мақсади худудий яқинликда жойлашган потенциал харидорларнинг талабини максимал даражада қондириш орқали фойда ва харажатларни оптималлаштиришдир.

- “Supermarket” формати: рақобат стратегиясининг мақсади юқори сифатли товарлар, миждозларга юқори даражада хизмат кўрсатиш, қўшимча хизматлар ва хизматларнинг максимал даражада тақдим этилиши, барча ўлчамдаги дўконларда маҳсулотларнинг мавжудлиги;

- “Flagman” формати: рақобат стратегиясининг мақсади юқори савдо айланмаларига эришиш, чакана

савдо майдонини оптималлаштиришга эътибор қаратиш (“shop-in-shop” форматини амалга ошириш учун қўшимча жойдан фойдаланиш мумкин), эксклюзив ассортимент, кенг ассортимент матрицаси, янги коллекцияларнинг биринчи бўлиб келиши;

“Савдо каналлари” параметрига кўра, савдо корхонасининг стратегик рақобатбардошлигини таъминлашнинг концептуал моделини яратиш учун турли параметрларга эга урта тоифани ажратиш керак:

- тармоқ чакана савдо дўконлари: дўкон формати доираси билан белгиланадиган турли хил молиявий имкониятлар ва эҳтиёжларга эга бўлган маълум бир ёш тоифасидаги миждозларнинг эҳтиёжларини қондириш;

- кўп каналли электрон тижорат: асосий мақсад - харидорларнинг вақтини тежаш, шунингдек, савдо корхонаси харажатларини оптималлаштириш.

“Нарх сегменти” параметрига кўра, чакана савдо корхонасининг стратегик рақобатбардошлигини таъминлаш учун концептуал моделни яратиш учун турли параметрларга эга иккита тоифани ажратиш керак:

- паст нарх сегменти;

- ўртача нарх сегменти.

Юқорида кўриб чиқилган нарх сегментлари рўйхатини, худудий миқёсни, савдо форматлари ва каналларини, шунингдек уларнинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда, индивидуал хусусиятлар билан тавсифланган чакана сотувчилар гуруҳи аниқланади.

4-босқич. Корхоналар гуруҳлари учун рақобат стратегияларини танлаш.

Ушбу босқичда дизайннинг турли даражадаги хусусиятларини акс эттирувчи рақобат стратегиясини танлаш тўғрисида қарор қабул қилишиш керак. Рақобат стратегиясини танлаш учун асосий мезон бўлиб ҳудудий миқёс, нарх сегменти, формат ва уни ташкил этувчи савдо каналлари қийматларининг хусусиятлари ҳисобланади.

Агар форматнинг стратегик мақсади кичик бозор эҳтиёжларини қондириш учун максимал мослашувчанлик бўлса, “Street retail” каби форматдаги дўконлар учун коммутатив (мослашувчан) стратегия тавсия этилади. Ушбу стратегия жамоат транспорти бекатларига яқин жойлашган кичик чакана савдо корхоналари учун идеалдир.

Савдо форматининг стратегик мақсади кўпроқ замонавий маҳсулотлар учун қўшимча молиявий харажатларни ўз зиммасига олишга рози бўлган мижозларга хизмат кўрсатишнинг юқори даражаси ва ассортиментда керакли товарлар мавжудлиги кафолатланганда чакана сотувчилар учун мижозларга йўналтирилганлик стратегия рақобатчилардан фарқлаш яъни дифференциация стратегияси билан биргаликда ишлатилиши мумкин.

Мижозларга йўналтирилганлик стратегиясини амалга оширишда шуни ёдда тутиш лозимки, мижозлар билан ўзаро муносабатда бўлиш ва улар билан самарали мулоқотни ўрнатиш бўйича чора-тадбирлар мажмуасини ишлаб чиқиши керак. Мижозларга йўналтирилганлик - бу савдо корхонасининг асосий

рақобатдош устунлиги ва рақобатчилардан фарқлаш воситаси ҳисобланади.

Рақобатчилардан фарқлаш стратегиясининг бир қисми сифатида ўзларининг муваффақиятли бизнес модели пойдеворини қуриш учун рақобатчиларнинг кучли ва заиф томонларини ҳисобга оладиган мавқелаштириш, брендинг, маҳсулот нархи, инновациялар ва бошқа воситалар каби механизмлар қўлланилади. Юқорида санаб ўтилган воситаларнинг уйғунлиги чакана савдо хизмат кўрсатиш корхонасига рақобатчиларнинг камчиликлари ва заиф томонларини афзалликларга айлантириш, содиқ мижозлар сонини кўпайтириш имконини беради.

Шунингдек, бундай вазиятда узок вақт сувда қолиш жуда қийин, чунки ғалабали ютукдан сўнг корхона ўз бозор улушини сақлаб қолиши, маҳсулот сифатини яхшилаш ва рентабелликни ошириш устида янада кўпроқ ишлаши керак. Шу сабабли мазкур ҳолатда узок муддат таъсир қилиш учун мижозга йўналтирилганлик стратегияси билан биргаликда қўшимча фарқлаш стратегиясини ҳам қўллаш мақсадга мувофиқ бўлади.

Ва ниҳоят, агар энг талабчан ва молиявий жиҳатдан хавфсиз мижозлар учун мўлжалланган қиммат ва сифатли товарларни сотадиган дўкони формати ҳақида гапирадиган бўлсак, унда ниша стратегиясидан фойдаланиш мумкин. Ушбу стратегия тор ихтисослашган савдо корхоналари учун хос.

Чакана савдо корхоналари учун стратегиялар 1-жадвалда келтирилган.

**1-жадвал. Чакана сотувчиларнинг стратегик
рақобатбардошлигини таъминлашнинг концептуал моделини яратиш
стратегиялари.**

Гуруҳлар	Тавсия этилган рақобат стратегияси
1, 2	Харажатларни минималлаштириш
3	Мослашувчан
4	Рақобатчилардан фарқлаш ва мижозларга йўналтирилганлик
5	Эксплерент (учувчи) стратегияси, рақобатчилардан фарқлаш ва мижозларга йўналтирилганлик
6	Ниша

* Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган

Шу тарзда олинган дастлабки стратегик афзалликлар матрицасини маълумотлар рақобат стратегиясини таклиф қилади, бу маълум бир моделлаштириш воситалари рақобат стратегияси билан бизнес ёрдамида тизимлаштирилиши юритишнинг келажакдаги мумкин. Бунда чакана сотувчилар истикболларига қаратилган бўлади учун рақобат стратегиясини танлашда (1-расм).

		Стратегик устунлик	
		Ўзига хослик	Кам харажатлар
Стратегик мақсад	Рақобатчилардан фарқлаш стратегияси	Харажатларни минималлаштириш стратегияси	Харажатларни минималлаштириш стратегияси
	Эксплерент (учувчи) стратегия	Мослашувчан стратегияси	Мослашувчан стратегияси
	Мижозларга йўналтирилганлик стратегияси	Ниша стратегияси	Ниша стратегияси

1-расм. Чакана савдо корхонаси учун рақобат стратегиясини танлашда стратегик афзалликлар матрицаси (муаллиф томонидан ишлаб чиқилган).

Чакана сотувчилар томонидан рақобат стратегиясини қўллаш рақобат стратегияларини танлаш имконияти тўғрисида хулосалар бўйича таклиф қилинган чиқариш керак. Олинган натижалар тавсиялардан фойдаланиш уларга объектларнинг хусусиятлари, савдо рақобатбардошликни таъминлаш форматлари ва каналлари, нарх жараёнига янада оқилона ёндашиш сегментлари сони ва ассортиментда имконини беради, бу эса ўз навбатида мавжуд бўлган брендлар сони бозорда рақобатбардош тўғрисида керакли хулосалар позицияларни мустаҳкамлашга ёрдам чиқариш учун асос ҳисобланади. беради.

5 - босқич. Стратегик мақсадларни белгилаш ва чакана сотувчилар рақобатбардошлигининг асосий кўрсаткичларини аниқлаш.

Бешинчи босқичда ҳар бир чакана савдо корхонасининг хусусиятларини акс эттирувчи

Чакана савдо корхонасининг стратегик мақсадларининг муваффақиятнинг асосий омиллари ва асосий кўрсаткичлари билан боғлиқлиги стратегик харитада акс эттирилган (2-жадвал).

2-жадвал. Чакана савдо корхонасининг стратегик мақсадлари

муваффақиятининг асосий омиллари (муаллиф томонидан ишлаб ва асосий кўрсаткичлар билан ўзаро чиқилган).
боғлиқлигининг стратегик харитаси

Рақобатбардошликнинг таркибий қисмлари	Стратегик мақсад	Муваффақиятнинг асосий омиллари	Асосий самарадорлик кўрсаткичлари
Молия	Бозор улушининг ўсиши	Савдодан тушган даромаднинг ўсиши Оптимал харажатлар	Жорий ликвидлик Абсолют ликвидлик Молиявий қарамлик Молиявий бошқарувга нисбатан инновацион харажатлар даражаси
Савдо салоҳияти	Савдо фаолияти самарадорлигини ошириш	Операцион рентабеллик Тез айланиш Хизмат даражаси	Сотиш рентабеллиги Тарқатиш харажатлари даражаси Товар айланмаси Савдо фаолиятини ривожлантириш учун инновацион харажатлар даражаси
Маҳсулот рақобатбардошлиги	Товар айланмаси	Мослашувчан нарх сиёсати Сотиш шакли ва шартлари	Маҳсулотни такомиллаштириш индекси Нарх омиллари туфайли товар айланмасининг ўзгариши Логистиканинг рентабеллиги
Меҳнат салоҳияти	Меҳнат салоҳияти	Ходимларнинг малакаси Мотивация тизими	Меҳнат унумдорлигининг ўсиш суръатларининг иш ҳақининг ўсиш суръатларига нисбатан олдинга силжиш тезлиги Кадрлар алмашинуви даражаси Ходимларни ривожлантириш харажатларининг рентабеллиги
Моддий-техник салоҳият	Харажатларни оптималлаштириш	Савдо майдонидан, ускуналардан самарали фойдаланиш Товар захираларини бошқариш	Асосий воситаларни янгилаш коэффициенти Асосий воситаларни бекор қилиш коэффициенти Капитал-меҳнат нисбати Активлар рентабеллиги
Бренд рақобатбардошлиги	Бренднинг мустаҳкамлигини ошириш	Брендни мустаҳкамлаш учун маркетинг харажатларининг самарадорлиги Бренд кучига боғлиқ ҳолда савдо ҳажмининг ўсиши	Бренд кучига боғлиқ савдо улуши Брендга асосланган соф фойда Бренд мультипликатори Брендни мустаҳкамлаш учун реклама харажатларининг рентабеллиги

Шундай қилиб, ўрганилаётган чакана савдо корхоналарининг рақобатбардош стратегияларини амалга ошириш учун қуйидаги асосий стратегик мақсадларни аниқлаш мумкин:

- бозор улушини ошириш;
- савдо фаолияти самарадорлигини ошириш;
- товар айланмасининг ортиши;
- ходимларнинг меҳнат унумдорлигини ошириш;
- харажатларни оптималлаштириш;
- бренд кучини мустаҳкамлаш.

Стратегик мақсадлар муваффақиятнинг асосий омиллари билан ўзаро боғлиқдир. Масалан, бозор улушини ошириш рентабеллик даражаси, харажатларни оптималлаштириш ва маблағларнинг айланиш тезлиги билан боғлиқ. Ўз навбатида, меҳнат унумдорлиги ходимларнинг малакаси ва рағбатлантириш тизими билан бевосита боғлиқ.

Юқори самарадорлик кўрсаткичларига эришиш натижасида рақобат устунлигини таъминлайдиган чакана хизмат кўрсатиш

корхонасининг тенденциялари ва стратегик ривожланиш векторлари муваффақиятнинг асосий омиллари ҳисобланади.

Асосий самарадорлик кўрсаткичлари муваффақият мезони ҳисобланади. Масалан, бренд кучини мустаҳкамлашда маркетингнинг самарадорлиги товар омиллари таъсирида олинган савдо ҳажми ва соф фойда кўрсаткичлари билан намоён бўлади. Корхонанинг моддий-техник базасини бошқариш самарадорлиги капитал-меҳнат нисбати, капитал унумдорлиги кўрсаткичлари, шунингдек, асосий фондларни янгилаш коэффициентлари билан белгиланади.

Хулоса ва таклифлар (Conclusion/Recommendations)

Чакана савдо корхоналарининг стратегик рақобатбардошлигини таъминлашнинг концептуал модели стратегик мақсадларни корхонанинг стратегик салоҳиятидан фойдаланишнинг барча муқобил вариантларидан энг самаралиси билан яқуний натижага айлантиради. Белгиланган стратегик мақсадларни амалга ошириш учун мақсадларга эришишнинг тегишли тамойиллари ва усуллари шакллантирилди;

стратегик қўллаб-қувватлаш кўрсатилади, жумладан: ахборот, услубий, меъёрий ва ҳуқуқий; рақобатбардошликни таъминлаш ва стратегик бошқариш бўйича ташкилий-иқтисодий чора-тадбирлар ишлаб чиқилди.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, чакана савдо корхонасининг стратегик рақобатбардошлигини таъминлашнинг концептуал моделини шакллантириш бизнес барқарорлигини оширишга, ишбилармонлик обрўсини ва бренд кучини мустаҳкамлашга ёрдам беради.

Шундай қилиб, чакана савдо корхоналарининг стратегик рақобатбардошлигини таъминловчи концептуал модели учун қуйидаги асосий стратегик мақсадларни аниқлаш керак:

- бозор улушини ошириш;
- савдо фаолияти самарадорлигини ошириш;
- товар айланмасининг ортиши;
- ходимларнинг меҳнат унумдорлигини ошириш;
- харажатларни оптималлаштириш;
- бренд кучини мустаҳкамлаш.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати (REFERENCES)

1. Акулич М.В. Анализ конкурентоспособности продукции в аспекте взаимоотношений с потребителями [Текст] / М.В. Акулич // Маркетинг. — 2003. — № 6. — С.12—18.
2. Ахметгареева А. Обеспечение конкурентоспособности предприятий розничной торговли: содержание, факторы [Текст] / А. Ахметгареева // Казанская наука. — 2012. — №4. — С.55—60.
3. Войцеховская И. Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятий [Текст] / И. Войцеховская // Проблемы теории и практики управления. — 2006. — № 3. — С. 108—113.
4. Габидуллина Л. Х. Управление конкурентоспособностью крупных

торговых сетей на региональном рынке продовольственных товаров [Текст]: автореф. дисс... док. экон. наук: 08.00.05 / Л.Х. Габидуллина. - Казань, 2012. — 25с.

5. Потрубач Н.Н. Конкурентоспособность как фактор экономической безопасности [Текст] / Н.Н. Потрубач // Социально-гуманитарные знания. - 2000. - N 3. - С. 120-132.

6. Ульченкова В. Э. Влияние инновационных факторов на темпы экономического роста России [Текст]: автореф. дисс. канд. экон. наук: 08.00.01/ В.Э. Ульченкова. - Москва, 2007.—27 с.

7. Шегельман И.Р., Рудаков М.Н., Кестер Я.М. Рынок интеллектуальной собственности и конкуренция [Текст]: монография / И.Р. Шегельман, М.Н. Рудаков, Я.М. Кестер. - Петрозаводск: Издательство ПетрГУ, 2012. - 420 с.

8. Ялунина Е.Н. Конкурентоспособность розничного торгового предприятия [Текст]: автореф. дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 / Е.Н. Ялунина. - Екатеринбург, 2007. - 26 с.

9. Пардаев М.Қ., Мирзаев Қ.Ж., Пардаев О.М. Хизматлар соҳаси иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. – Т.: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ”, 2014. – 384 б.;

10. Пўлатов М.Э., Мирзаев Қ.Ж., Султонов Ш.А., Шавқиев Э. Глобал иқтисодий ривожланиш (туризм иқтисодиёти). Ўқув қўлланма. Т.: Фан ва технология, 2018. – 296 б.;

11. Мухаммедов М.М., Мардонов Б.Б. Хизмат кўрсатиш соҳасида аҳоли бандлиги ва даромадлари. Монография. «Инновацион ривожланиш наشريёт-матбаа уйи». 2021. 186 б.;

12. Зайналов Д.Р. Услуги и сервис как экономическая категория. // «Сервис» журналы. Самарканд: 2009, 1-сон. 70-77 – бетлар. – 0,6 б.т.;

13. Нормуродов У.Н. «Ўзбекистонда савдо корхоналари рақобатбардошлиги ва иқтисодий самарадорлигини ошириш» мавзусидаги диссертация иши. Самарқанд – 2022.

14. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие. М.: КНОРУС. 2016. 120 с.

15. Идиятуллина Э.Р. Особенности оценки конкурентоспособности торговых и сервисных предприятий //Инновационная наука. 2016. №5. С. 94-97.

CONTENTS

1	MAMLAKATIMIZDA RAQAMLI BANKLAR FAOLIYATI TAKOMILASHTIRISH YO'LLARI	
	S.B. Boboqulov, M.B. Boymurotova	4-11
2	АГРОХИЗМАТ- РАҚАМЛАШТИРИШ, МОДЕРНИЗАЦИЯЛАШ ВА ДИВЕРСИФИКАЦИЯЛАШ	
	К.Ж. Мирзаев	12-19
3	HUDUDİY TURIZM SALOHİYATINI BOSHQARISHNING VOSITALARI	
	Sh.A. Xolbayev	20-26
4	ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ И ИНВЕСТИЦИОННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И ГЕРМАНИЕЙ	
	С.Ш. Маматкулова	27-32
5	INNOVATSION FAOLIYATNI MOLIYALASHTIRISH: NAZARIYA VA AMALIYOT	
	D.M. Malikova, I.Sh. Burxonov	33-39
6	ИННОВАЦИОН ИҚТИСОДИЁТДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНИШНИ ТАЪМИНЛАШ ИСТИҚБОЛЛАРИНИ ПРОГНОЗЛАШНИНГ ЭКОНОМЕТРИК МОДЕЛАРИ	
	Камолиддин Шодиев, Фарходов Азизжон	40-51
7	TO'SIQSIZ TURIZMNI STRATEGIK RIVOJLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	
	S.B. Sharipov	52-56
8	O'ZBEKISTONDA EKOTURIZMNI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI	
	A.P. Xolmatova	57-63
9	SAMARQAND VILOYATI SANOAT KORXONALARINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	
	J.K. Boymurodov	64-73
10	MAROSIM XIZMATLARI SOHASIDAGI IJTIMOY AHAMIYATI VA NAZARIY JIHATLAR	
	X.T. Meyliyev	74-80
11	SAVDO KORXONALARIDA ISHCHI-XODIMLARNI MODDIY RAG'BATLANTIRISH TIZIMI ORQALI MEHNATNI BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH	
	N.Z. Ibragimova	81-88
12	TO'GRIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSİYALAR BILAN INFLATSIYA DARAJASI VA AHOLI O'SISHI YOKI KAMAYISHI O'RTASIDAGI MUNOSABATILARNI EKONOMETRIK MODELLAR BILAN TAHLIL QILISH	
	A.J. Saydullayev	89-102
13	O'ZBEKISTONDA DAVLAT XIZMATLARI KO'RSATISH MILLIY TIZIMINI SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI	
	H. Hasanov	103-111
14	JAHONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING O'SISHI VA GLOBAL INTEGRATSIYA SHAROITIDA, O'ZBEKISTON MOLIYA BOZORI ORQALI INVESTITSİYALARNI JALB QILISH SAMARADORLIGI	

	N.D.Khusanov	112-118
15	МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНИШИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР	
	Л.Ш.Кулдошев	119-127
16	XIZMAT KO'RSATISH KORXONADA XODIMLAR MEHNATINI RAG'BATLANTIRISHNING IJTIMOY-IQTISODIY MOHIYATI	
	Sh.Xayrullayev	128-138
17	KICHIK TADBIRKORLIK KORXONALARIDA RISKLARNI BAHOLASH USLUBIYATI	
	Б.М.Турсунов	139-153
18	ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИДА ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ САМАРАДОРЛИКНИ ОШИРИШ ОМИЛЛАРИ	
	А.Б.Фарходов, Д.Б.Фарходова	154-165
19	САМАРҚАНД ВИЛОЯТИДА МАИШИЙ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҶАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ	
	Ш.С.Шарифов, Э.Т.Хамдамов	166-172
20	МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНИШИДА ХИЗМАТ КЎРСАТИШ КОРХОНАЛАРИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИГА ТАЪСИР ЭТУВЧИ ОМИЛЛАР	
	Н.У.Султанова	173-181
21	KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI TADQIQ QILISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI	
	H.R.Rustamova	182-188
22	INNOVATSION FAOLIYATINI RAG'BATLANTIRISH TIZIMI VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR	
	Sh.B.Bahodirov	189-194
23	BOG'DORCHILIK TARMOG'IDA AGROKLASTERLAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	
	F.Norbekov	195-199
24	PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF NATURAL TOURISM IN OUR COUNTRY	
	M.M.Rabbimov, J.B.Haydarov	200-205
25	ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҶАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОРҚАЛИ ОИЛА ФАРОВОНЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШДА ИНСОН КАПИТАЛИДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАСИ	
	Б.Р.Рахматуллаев	206-214