



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

No 1

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar:  Google Scholar  Crossref  OpenAIRE  CYBERLENIKA



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

**1-jild
1-son
yanvar, 2026**

**January, 2026
Volume 1
Number 1**

**ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал**

**INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal**

**INNOVATSION IQTISODIYOT****ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL**

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:**Qarshi davlat texnika universiteti****Tahririyat Kengashi raisi:**

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

*Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.***Tahririyat manzili:**

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:**Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:**

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)
 Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)
 Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)
 Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)
 Kusainov Xalel Xaymullievich – i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)
 Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)
 Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)
 Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)
 Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)
 Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)
 Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)
 Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)
 Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)
 Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)
 Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)
 Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)
 Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)
 Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)
 Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)
 Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik
 Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor
 Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor
 Xatamov Ochildi Qurbonovich - i.f.d., professor
 Fayziyeva Shirin Shodmonovna - i.f.n., professor
 Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor
 Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent
 Erkeyeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor
 Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent
 Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Samiyeva Gulnoza Toxirovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Aminov Fazlitdin Baxadirovich - i.f.n., dotsent
 Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent
 Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent
 Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent
 Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent
 Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent
 Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent
 Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)
 Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)
 Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

Каршинский государственный технический университет

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук, профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в электронной форме и публикуется через официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал «Инновационная экономика» включён в перечень национальных научных изданий на основании решения Президиума Высшей аттестационной комиссии при Министерстве высшего образования, науки и инноваций Республики Узбекистан от 5 апреля 2025 года № 369.

В журнале публикуются статьи по следующим рубрикам:

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик (Южный федеральный университет, Россия)

Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор (Белорусский национальный технический университет)

Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор, (Кубанский государственный университет)

Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский государственный университет)

Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик (НААН Республика Казахстан)

Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор (Таджикистанский аграрный университет им. Ш. Шотемура)

Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент (Национальный исследовательский университет «Московский энергетический институт»)

Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник (Российского университета дружбы народов имени П.Лумумби)

Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент (Финансовый университет при Правительстве РФ)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент (Финансовый университет Правительство РФ)

Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н., профессор (Национальная академия наук Республики Таджикистан)

Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор (Финансовый университет при Правительстве РФ)

Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова)

Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор (Финансового университета Российской Федерации)

Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского университета дружбы народов имени П. Лумумби)

Незаймакин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)

Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент (Финансового университета Российской Федерации)

Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент (Финансового университета Российской Федерации)

Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем управления РАН)

Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор, академик

Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор

Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор

Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор

Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор

Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор

Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент

Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор

Якубова Шамина Шухратовна - д.э.н., (DCs), доцент

Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент

Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент

Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Эрашьева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DCs), доцент

Бобоккулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент

Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джанузакон Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)

Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)

Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)



Ekonometrika va statistika
Econometrics and statistics
Эконометрика и статистика



UDK: 519.866

<https://doi.org/10.70769/3030-315X.II.1.1.2026.36>

SAVDO TIZIMIDA CHAKANA SAVDO HAJMINI EKONOMETRIK BAHOLASH

Maxmatqulov G'olibjon Xolmuminovich

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ОБЪЕМА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ТОРГОВОЙ СИСТЕМЕ

Махматкулов Голибжон Холмунович

ECONOMETRIC ASSESSMENT OF THE VOLUME OF RETAIL TRADE IN THE TRADING SYSTEM

Makhmatkulov Golibjon Kholmuminovich

Received: January 28, 2026 Revised: January 28, 2026 Accepted: January 29, 2026 Published: February 1, 2026

Annotatsiya: Ushbu maqolada savdo tizimini rivojlantirish jarayonida hududiy chakana savdo hajmining o'zgarish dinamikasi baholangan. Tadqiqotda 2010-2024- yillar kesmida O'zbekiston Respublikasi va Qashqadaryo viloyatida chakana savdo hajmining dinamikasi statistik va tendensiyaviy usullar asosida tahlil qilingan. Bundan tashqari zamonaviy sharoitda chakana savdo tizimida marketing faoliyatini rivojlantirishning metodologik asoslarini tahlil qiladi. Tadqiqotda ichki bozor, iste'molchi xulq-atvori, bozor segmentatsiyasi va raqobat muhitini chuqur o'rganish asosida marketing strategiyalarini shakllantirish masalalari ko'rib chiqildi.

Tadqiqot natijalari esa savdo tizimini hududiy rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish va hududiy savdo tizimini optimallashtirish imkoniyatini beradi.

Kalit so'zlar: chakana savdo, sotish jarayoni, reklama, savdo samaradorligi, elektron tijorat, savdo bozorini rivojlantirish.

Аннотация: В данной статье оценивается динамика изменений объема региональной розничной торговли в процессе развития торговой системы. Исследование анализирует динамику розничной торговли в Республике Узбекистан и Кашкадарьинской области за 2010-2024 годы на основе статистических и трендовых методов. Кроме того, анализируются методологические основы развития маркетинговой деятельности в розничной системе в современных условиях. Рассматриваются вопросы формирования маркетинговых стратегий на основе углубленного изучения внутреннего рынка, поведения потребителей, сегментации рынка и конкурентной среды.

Результаты исследования предоставляют возможность совершенствования механизмов регионального развития торговой системы и оптимизации региональной торговой системы.

Ключевые слова: розничная торговля, процесс продаж, реклама, эффективность продаж, электронная коммерция, развитие рынка сбыта.

Abstract: This article assesses the dynamics of changes in the volume of regional retail trade in the process of developing the trade system. The study analyzes the dynamics of retail trade in the Republic of Uzbekistan and Kashkadarya region for 2010-2024 based on statistical and trend methods. In addition, it analyzes the methodological foundations of the development of marketing activities in the retail system in modern conditions. The study considered the issues of forming marketing strategies based on an in-depth study of the domestic market, consumer behavior, market segmentation and the competitive environment. The results of the study provide an opportunity to improve the mechanisms of regional development of the trade system and optimize the regional trade system.

Keywords: retail, sales process, advertising, sales efficiency, e-commerce, sales market development.

■ KIRISH

Zamonaviy global iqtisodiy munosabatlarda chakana savdo milliy iqtisodiyotning muhim bo'g'ini bo'lib, aholining kundalik ehtiyojlarini qondirish, tadbirkorlikni rivojlantirish va bozor infratuzilmasini mustahkamlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ayniqsa, marketingning samarali mexanizmlari orqali chakana

savdo tizimini takomillashtirish raqobatbardoshlikni oshirish, iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganish va savdo korxonalarini bozor jarayonlariga moslashtirish imkonini beradi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tomonidan soha rivojiga qaratilgan ustuvor yo'nalishlar doimiy ravishda belgilab borilmoqda.



2018-yil 30-oktyabrdaqi UP-5564-sonli “Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” farmoni savdo sohasida bozor mexanizmlarini kengaytirish, tadbirkorlar uchun tartib-qoidalarini soddalashtirish va raqobat muhiti yaratishga qaratilgan muhim hujjatlardan biridir. Ushbu farmon savdo subyektlarining erkin raqobat sharoitida faoliyat yuritishini ta‘minlash orqali ichki bozor samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.[1]

Shuningdek, Prezident tomonidan yaqinda imzolangan **2025-yil 18-aprelda UP-67 sonli “Savdo va sanoat siyosatini stimulyatsiya qilish, ishlab chiqarish va eksportni oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”** qarori ichki savdoda tartibni soddalashtirish, mahsulot sertifikatlarini ro‘yxatga olish jarayonini modernizatsiya qilish kabi islohotlarni rag‘batlantirdi. Bu hujjatlar chakana savdo subyektlarining marketing va biznes jarayonlarini yanada qulay muhitda tashkil etishga xizmat qiladi.[2]

Prezident tomonidan bozor liberallashtirish va raqobat muhitini yaxshilash bo‘yicha qabul qilingan boshqa hujjatlar, jumladan bugungi kunda WTOga a‘zo bo‘lish yo‘lida qabul qilinayotgan qarorlar milliy savdo tizimini global standartlarga moslashtirish va uni samarali marketing strategiyalari orqali rivojlantirishga yo‘naltirilgan.

Shu bois, chakana savdo marketingini rivojlantirish metodologiyasini ishlab chiqish milliy hukumat siyosatlarini bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, bu mavzu har tomonlama tadqiq etishni talab etadi.

■ ADABIYOTLAR SHARHI

Sinyayeva I.M. Chakana va ulgurji savdoda bozorni o‘rganish, talab va taklifni tahlil qilish, bozor segmentatsiyasi hamda maqsadli iste‘molchilar bilan ishlash masalalariga alohida e‘tibor qaratgan. Shuningdek, savdo assortimentini shakllantirish, narx belgilash siyosati, savdo kanallarini boshqarish va sotishni rag‘batlantirish mexanizmlarining marketingdagi roli ochib berilgan.[3]

Zavyalov P. S. Chakana va ulgurji savdoda iste‘molchilar xulq-atvorini o‘rganish, sotuv kanallarini tanlash, savdo hajmini oshirishga qaratilgan rag‘batlantirish choralarining o‘rnini alohida ko‘rsatib beradi. Qo‘llanma savdo jarayonlarini tizimli anglash va ularni marketing nuqtayi nazaridan optimallashtirish uchun muhim metodik manba hisoblanadi.[4]

Grigoryan YE. S.Marketing kommunikatsiyalarining nazariy asoslari va ularning savdo faoliyatidagi amaliy qo‘llanilishi tizimli tarzda yoritilgan. Bundan tashqari reklama, savdoni rag‘batlantirish, jamoatchilik bilan aloqalar, shaxsiy sotuv va raqamli kommunikatsiyalarning o‘zaro bog‘liqligi tahlil qilgan.[5]

Qodirov A. Q.Ichki savdoning milliy iqtisodiyotdagi o‘rni va ahamiyatini asoslab, savdo infratuzilmasini takomillashtirish, raqobat muhitini rivojlantirish hamda bozor mexanizmlarining samarali ishlashini ta‘minlash masalalariga alohida e‘tibor qaratadi. Asarda chakana savdoning iqtisodiy mexanizmlari, jumladan, narx shakllanishi, talab va taklif muvozanati, savdo xizmatlari sifati hamda savdo

subyektlarini qo‘llab-quvvatlash usullari ilmiy jihatdan yoritilgan.[6]

Raximov Sh. Q.Savdo xizmatlari bozorining ichki va tashqi omillarga bog‘liqligini o‘rganib, xizmat sifati oshirish, iste‘molchi ehtiyojlarini qondirish va raqobatbardoshlikni ta‘minlash masalalariga alohida e‘tibor qaratadi. Asarda chakana savdo xizmatlarining marketing vositalari, xizmatlar assortimenti, narx siyosati va xizmat ko‘rsatish jarayonini optimallashtirish bo‘yicha metodologik tavsiyalar keltirilgan.[7]

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda chakana savdo marketingini rivojlantirish jarayonlarini tizimli tahlil qilish va samarali metodologik yondashuvlarni ishlab chiqish uchun quyidagi ilmiy usullar qo‘llanildi:

1. Analitik metod – ichki bozorning hozirgi holati, chakana savdo tizimi va iste‘molchi xulq-atvori tahlil qilindi, savdo ko‘rsatkichlari va marketing qarorlarining natijalari baholandi.

2. Komparativ tahlil – mahalliy va xorijiy chakana savdo marketing tajribalari solishtirilib, samarali strategiyalar aniqlashga xizmat qildi.

3. Empirik tadqiqotlar – so‘rovnomalar, intervyular va chakana savdo korxonalarining amaliy faoliyati o‘rganilib, marketing instrumentlarining ta‘siri aniqlangan.

Ushbu metodologiya chakana savdo marketingini rivojlantirishning nazariy asoslarini mustahkamlash, amaliy tavsiyalar ishlab chiqish va savdo tizimining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

■ TAHLIL VA NATIJALAR

Savdo tizimini rivojlantirish jarayonida hududiy ulgurji savdo hajmini tizimli va chuqur tahlil qilish muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega hisoblanadi.

Savdo sohasining tez sur‘atlarda taraqqiy etishi hamda aholi real daromadlarining barqaror ortib borishi ichki iste‘mol bozorini jahondagi eng istiqbolli va jozibador bozorlardan biriga aylantirmoqda. Savdo iqtisodiyotga marketingni joriy etishning ilg‘or tarmog‘i sifatida ishlaydi. Aynan chakana savdo mahalliy ishlab chiqaruvchilarni jamiyat talablarini inobatga olishga maksimal darajada yo‘naltiradi.

Chakana sotuvchilar mobil, arzon narxlardagi, bozor o‘zgarishlariga moslashish uchun katta moslashuvchanlikka ega.

Chakana savdo bu – chakana riteyling tizimi (retail trade bu – shaxsiy va oilaviy foydalanish uchun dona miqdorda sotish bilan bog‘liq kichik biznes). Chakana savdo shaxsiy tanlov nazariyasiga asoslanadi, iste‘molchi ustuvorligi tamoyiliga asoslanadi. Demak, chakana savdo jamiyat hayoti sifatining ijtimoiy ifodasidir. Chakana savdo bu – xaridor uchun qimmatli bo‘lgan tovarlar va xizmatlarni erkin sotish orqali odamlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan tovar ayirboshlashdir.

Chakana savdo deganda tovarlarni keyinchalik shaxsiy, oilaviy, maishiy yoki shunga o‘xshash boshqa maqsadlarda foydalanish uchun sotish bilan bog‘liq faoliyat tushuniladi. Chakana savdoning tasniflash belgilari quyidagilardan iborat: konsentratsiya va joylashuv; sotilgan assortiment turi, savdo xizmatlari



shakllari, korxonalar turlari, chakana narxlar darajasi (1-jadval).[3]

1-jadval.

Chakana savdoning tasnif belgilari

№	Tasnif belgisi	Belgi xususiyatlari
1	Konsentratsiya va joylashuv	Do'konlarni alohida joylashtirish Savdo nuqtalarini guruh qilib joylashtirish (tarmoq savdosi)
2	Sotilayotgan assortiment turi	Ixtisoslashgan Universal Aralash
3	Savdo xizmatlari shakli: a) tovar sotish usullari b) qo'shimcha xizmatlar	a) individual xizmat ko'satish (peshtaxta orqali) – o'ziga o'zi xizmat qilish usuli bilan – ochiq joylash – tovarlarni namunalar yoki kataloglar bo'yicha sotish – tovarlarni oldindan buyurtma asosida sotish – telefon, Internet orqali to'g'ridan to'g'ri sotish b) maslahatlar; namunalar namoyish etish – tikuvchilik mahsulotlarini mijoz o'Ichamiga moslashtirish – mijozlar buyurtmalariga muvofiq oziq-ovqat mahsulotlarini maydalash va qadoqlash – bayramona qadoqlash, buyurtma etkazib berish – xarid uchun hisob-kitobning moslashuvchan shakllari (kredit, diskont kartalar) – sifat, qaytarib berish, ta'mirlash va servis kafolati
4	Chakana savdo korxonalari turlari	Tonnar, pavilon, gastronom, univermag, universam, Bentam, savdo uyi, savdo markazi, diskaunter, super – va gipermarketlar, butiklar
5	Chakana narxlar darajasi	past («sekond xend»; diskont) yuqori (butik, super – va gipermarket, savdo markazlari, savdo uylari, firma do'konlari narxi)

Savdo faoliyatining samaradorligi doimiy ravishda o'zgarib turadigan iste'molchi kayfiyatiga va biznes yuritishning yangi usullariga bevosita bog'liq. Chakana savdo ko'p bosqichli tarqatish zanjiri bo'ylab yakuniy iste'molchiga tovarlar va xizmatlarni tashkil etish kabi tarqatish vositasi orqali marketing harakatlarini yakuniy iste'molchini qondirishga qaratilgan turli xil biznes shakllariga ega. Tarqatish zanjirining o'zi xomashyo ishlab chiqaruvchilar, ulgurji va transport kompaniyalarini chakana sotuvchi va yakuniy iste'molchi bilan bog'laydigan bir qator bo'g'inlardan iborat.

Chakana biznes sotuvchining daromad olishdagi manfaatlarini va xaridorning yuqori sifatli tovarlar va xizmatlarni olishdagi ehtiyojlarini birlashtiradi, mijozlar talabini aniqlash va qondirish esa marketingning asosiy vazifasidir.

Savdo jarayonini yaratishning har bir bosqichida marketing biznesni boshqarishning muayyan vazifalarini hal qiladi, bu daromadni oshirishga, bozor tendensiyalariga faol javob berishga imkon beradi.

Boshqa va ichki omillarni hisobga olish bilan bir

qatorda, potensial ist'molchilarning afzalliklari va chakana savdo do'konini ochish imkoniyati hisobga olingan holatda savdo nuqtasining joylanishini aniqlash muhim ahamiyatga ega.

Ikkinchi bosqich marketingni qidirish vositasi ishlab chiqish, tizimli va moslashuvchan foydalanishni o'z ichiga oladi. Savdo jarayonini tashkil etish tovar siyosatini shakllantirish bilan birga keladi. Shu bilan birga, assortimentning jozibadorligini talab darajasi, iste'molchilarni boshqarish imkoniyati va savdo rentabelligi nuqtayi nazaridan tahlil qilish kerak.

Chakana savdoda marketingni amalga oshirishning uchinchi bosqichi moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlar samaradorligini baholash, jumladan: daromadlar, umumiy xarajatlar, tovar aylanmasi, savdo operatsiyalarining foydasi va rentabelligi.

Ushbu bosqichda buxgalteriya hisobi va kassa operatsiyalarini avtomatlashtirilgan hisobga olish va nazorat qilishga asoslangan yagona savdo tizimini ta'minlash juda muhimdir.

Hududiy kesimda chakana savdo hajmining dinamikasini baholash savdo infratuzilmasining



rivojlanish darajasi, logistika tizimining samaradorligi hamda hududning Respublika savdo tizimidagi nisbiy o'rnini aniqlash imkonini beradi. Shu bilan birga, hududiy chakana savdo hajmini tahlil qilish savdo tizimida mavjud nomutanosibliklar va hududlar o'rtasidagi rivojlanish tafovutlarini aniqlashda muhim vositalardan biridir. Chakana savdo hajmining ayrim hududlarda tez, boshqalarida esa sekin o'sishi savdo resurslarining hududlar bo'yicha notekis

taqsimlanganidan dalolat beradi. Bu esa savdo siyosatini shakllantirishda hududiy yondashuvni kuchaytirish, logistika markazlarini joylashtirishni optimallashtirish hamda hududiy savdo infratuzilmasini rivojlantirishga qaratilgan maqsadli choralarni ishlab chiqish zaruratini yuzaga keltiradi. Yuqoridagi jihatlarni e'tiborga olgan holda O'zbekiston Respublikasi va Qashqadaryo viloyatda chakana savdo hajmining[15] o'zgarishiga to'xtalib o'tamiz (1-jadval).

1-jadval

O'zbekiston respublikasi va Qashqadaryo viloyatda chakana savdo hajmi o'zgarish dinamikasi
(mlrd.so'm)

Yillar	O'zbekiston Ulgurji savdo hajmi mlrd.so'm	Qashqadaryo Ulgurji savdo hajmi mlrd.so'm	Viloyat ulushi %
2010	21872,8	1325,2	6,06
2011	28539	1867,2	6,54
2012	36946,4	2567,6	6,95
2013	46863	3443,7	7,35
2014	58136,6	4250	7,31
2015	71184,1	5042,8	7,08
2016	88071,6	6202,9	7,04
2017	105229,9	7187,3	6,83
2018	133195,2	8818,5	6,62
2019	166094,4	10639,7	6,41
2020	199518,8	13523,9	6,78
2021	252056,6	14399,4	5,71
2022	270687,2	18165,9	6,71
2023	330448,1	21781,7	6,59
2024	410068,1	26804,1	6,54
2024/2010	18,78	20,22	1,07

2010–2024-yillar davomida O'zbekiston Respublikasida chakana savdo hajmining dinamikasi savdo tizimida chuqur tarkibiy va miqdoriy o'zgarishlar yuz berganini ko'rsatadi. Tahlil qilinayotgan davr boshida Respublika bo'yicha chakana savdo hajmi 21872,8 mlrd so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2024-yilga kelib ushbu ko'rsatkich 410068,1 mlrd so'mga etgan. Natijada, mazkur davr mobaynida chakana savdo hajmi qariyb 18,8 baravarga oshgan. Ushbu o'sish savdo tizimining makroiqtisodiy rivojlanishdagi rolini kuchayganini hamda chakana savdo operatsiyalarining iqtisodiyotdagi ahamiyati sezilarli darajada ortganini anglatadi.

■ XULOSA VA TAKLIFLAR

Chakana savdo marketingini rivojlantirish ichki bozorni modernizatsiya qilish, iste'molchi ehtiyojlarini qondirish va savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish jarayoni bilan uzviy bog'liq ekanligi aniqlangan. Tadqiqotda marketing strategiyalari, bozor segmentatsiyasi, sotuvni rag'batlantirish va brend boshqaruvi asosida chakana savdoda samarali faoliyatni tashkil etishning metodologik asoslari ishlab chiqildi.

Natijada, ishlab chiqilgan metodologiya savdo korxonalarida marketing faoliyatini samarali tashkil etish, ichki bozorni rivojlantirish va mahalliy hamda xorijiy tajribalarni uyg'unlashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy poydevor sifatida xizmat qiladi.

O'tkazilgan tahlillar natijalari shuni anglatadiki, 2010–2024-yillar davomida O'zbekiston Respublikasida chakana savdo hajmi yuqori sur'atlar bilan kengayganiga qaramay, Qashqadaryo viloyatining mamlakat umumiy chakana savdo hajmidagi ulushi bosqichma-bosqich kamayib borgan. Ushbu tendensiya hududda savdo infratuzilmasini yanada rivojlantirish, logistika mexanizmlarini modernizatsiya qilish hamda chakana savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi subyektlarni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan aniq va samarali choralarni kuchaytirish lozimligini ko'rsatadi.

Mazkur jarayon hududiy savdo infratuzilmasini takomillashtirish bilan birga, savdo tizimining barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiluvchi ekonometrik modellar metodologiyasini ham rivojlantirishni talab etadi. Jumladan, hududiy xususiyatlar, vaqt omilining o'zgaruvchanligi hamda tarkibiy siljishlarni inobatga oladigan yondashuvlarni qo'llash muhim ahamiyat kasb



etadi. Natijada savdo tizimini hududlar kesimida rivojlantirish bo'yicha qabul qilinadigan qarorlarning ilmiy asoslanganligi ortadi va ularning uzoq muddatli barqarorligini ta'minlash imkoniyati kengayadi.

Muallif (lar) haqida / Сведения об авторе / Author details

Maxmatqulov G'olibjon Xolmuminovich Iqtisodiyot va pedagogika universiteti dotsenti / Махматкулов Голибжон Холмуминович Доцент Экономико-педагогического университета / Makhmatkulov Golibjon Kholmuminovich Associate Professor, Economics and Pedagogical University
gmaxmatkulov11@mail.ru
orcid.org/0000-0003-3717-172X

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 30.10.2018 yildagi PF-5564-sonli. Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi farmoni.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 18.04.2025 yildagi PF-67-sonli Ishlab chiqarish, eksport va tadbirkorlik faoliyatini rag'batlantirish, savdo va sanoat siyosati samaradorligini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida farmoni.
3. Синяева И.М., Земляк С.В., Синяев В.В., под ред. Л.П.Дашкова – М.; Дашков и К, 2021. – 134 с.
4. Завьялов, П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учебное пособие / П. С. Завьялов. – Москва : ИНФРА-М, 2019.
5. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации : учебник / Е. С. Григорян. – Москва : ИНФРА-М, 2021. – 294 с.
6. Qodirov A. Q. Ichki savdoni rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari. – Toshkent, 2019.
7. Raximov Sh. Q. "Savdo xizmatlari bozorini rivojlantirish masalalari" 2020 yil.
8. Ефимова Н.А., Тарасов А.С. Совершенствование работы интернет-магазина // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2018. № 5(72). С. 174-183.
9. Валигурский, С.Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернетторговли.: кандидата экономических наук Центрсоюза РФ «Российского университета кооперации». –Москва, 2012.
10. Красильникова, Е.В. Формы электронного бизнеса в российской экономике // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. – 2012. - № 4. – С. 57-61.
11. Махматкулов, Ф. (2022). Аҳолига савдо хизматларини инновацион ривожлантириш салоҳиятини баҳолашда тренд моделларини танлаш мезонлари (Қашқадарё вилояти мисолида). Иқтисодиёт ва таълим, 23(4), 381–386.
12. Махматкулов, Ф. (2022). Аҳолига савдо хизматларини инновацион ривожлантириш салоҳиятини баҳолашда тренд моделларини танлаш мезонлари (Қашқадарё вилояти мисолида). Иқтисодиёт ва таълим, 23(4), 381–386. https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss4/a610
13. Махматкулов, Ф. (2022). Аҳолига савдо хизматларини инновацион ривожлантириш салоҳиятини баҳолашда тренд моделларини танлаш мезонлари (Қашқадарё вилояти мисолида). Экономика i obrazovaniye, 23(4), 381-386.
14. Махматқулов Ғ.Х. Савдо хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланишида рақамлаштиришнинг аҳамияти "Бизнес-Эксперт", 2021., 5 (161)-сон 36-41 б.
15. <https://stat.uz/uz/>



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz