

XORAZM VILOYATIDA SAVDO KORXONALARINING IQTISODIY RIVOJLANISH VA MARKETING FAOLIYATINI TARAQQIY QILDIRISH HOLATI

Otaxonova Dinora Musaboy qizi

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Iqtisodiyot kafedrası
o'qituvchisi, mustaqil izlanuvchi, e-mail: otakhonova_d_m@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.18277336>

Annotatsiya: Ushbu maqolada Xorazm viloyatida savdo korxonalarining iqtisodiy rivojlanish va marketing faoliyatini taraqqiy qildirish holati tahlil qilingan. Shuningdek, savdo korxonalarining iqtisodiy rivojlanish va marketing faoliyatini taraqqiy qildirish yuzasidan xulosa bayon etilgan.

Аннотация. В данной статье анализируется состояние экономического развития и маркетинговой деятельности торговых предприятий в Хорезмской области. Также делаются выводы об экономическом развитии и маркетинговой деятельности торговых предприятий.

Abstract. This article analyzes the state of economic development and marketing activities of trade enterprises in the Khorezm region. Also, a conclusion is made on the economic development and marketing activities of trade enterprises.

Kalit so'zlar. Savdo, savdo korxonasi, marketing, marketing faoliyati, holat.

Ключевые слова. Торговля, торговое предприятие, маркетинг, маркетинговая деятельность, состояние.

Key words. Trade, trade enterprise, marketing, marketing activities, state.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo korxonalari mamlakat iqtisodiyotining eng faol va harakatchan segmentlaridan biri bo'lib sanaladi. Aholining tovarlarga bo'lgan talabini qondirish, ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchi o'rtasidagi samarali bo'g'inni yaratish, yangi ish o'rinlarini shakllantirish va hududiy iqtisodiy faollikni qo'llab-quvvatlashda savdo sohasi muhim ahamiyat kasb etadi. Bu borada O'zbekiston iqtisodiyotining hududiy rivojlanishida Xorazm viloyati alohida o'rin tutadi. So'nggi yillarda viloyatda savdo infratuzilmasi jadal kengayib, yirik savdo markazlari, zamonaviy supermarketlar tarmog'i, elektron savdo platformalari va logistika xizmatlari rivoj topmoqda. Xorazm viloyati O'zbekistonning g'arbiy qismida joylashgan bo'lib, aholisi 1,9 mln. nafardan ortiq kishini tashkil etadi. Hududda xizmat ko'rsatish sohasi, ayniqsa chakana savdo segmenti rivojlanish darajasi bo'yicha respublikada o'rtacha ko'rsatkichga egaligi bilan ajralib turadi. Viloyatning iqtisodiy salohiyatida savdo korxonalarining o'rni yuqori bo'lib, ular ichki bozorni tovarlar bilan ta'minlash, yangi ish o'rinlari yaratish, hududiy iqtisodiy muvozanatni shakllantirish va turizm rivoji bilan bog'liq savdo xizmatlarini kengaytirish kabi vazifalarni bajaradi. Fikrimizcha, vaqt, mintaqaviy shart-sharoit va ahvol, ijtimoiy-iqtisodiy muhit kabi omillarning ta'siri ostida chakana savdo xajmining o'sishi tendensiyaviy xususiyatlarga ega bo'ladi [1]. Savdo jarayonining samaradorligi axborot texnologiyalarining rivojlanishi bilan bog'liq bo'lib, bu xarid jarayonini yanada soddalashtirishga imkon berilishi o'rganilgan [2]. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, so'nggi besh yilda viloyatda chakana savdo aylanmasi barqaror o'sib bormoqda. Savdo hajmining ko'payishi aholi farovonligi o'sishi, xizmatlar sifati yaxshilanishi va iste'mol bozori kengayishi bilan izohlanadi.

Bugungi kunda Xorazm viloyati mintaqasida savdo infratuzilmasi quyidagi yo'nalishlarda rivojlanmoqda:

- supermarket va gipermarketlar tarmog'i sifatida Urganch shahri markazida yirik savdo majmualari tashkil etildi;
- mahalla va qishloqlarda kichik savdo shoxobchalari sifatida aholiga yaqin hududlarda kundalik ehtiyoj tovarlari taklif etiladi;
- bozorlar modernizatsiyasi orqali dehqon bozorlari rekonstruksiya qilinmoqda;
- elektron savdo xizmatlari orqali mahalliy korxonalarda onlayn buyurtma va yetkazib berish tizimlari kengaymoqda.

Ushbu jarayon savdo korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshiruvchi asosiy omil bo'lib qaraladi. Aksariyat savdo korxonalarida marketing faoliyati hali to'liq shakllanmagan. Ko'pgina korxonalar marketingni reklama yoki sotuv hajmini oshirish bilan tenglashtiradi. To'laonli marketing tizimi esa bozorni o'rganish, iste'molchilar ehtiyojini tahlil qilish, tovar assortimentini shakllantirish, narx siyosatini belgilash, savdo joyi sotuv strategiyasini ishlab chiqish, reklama va PR faoliyatini yuritish hamda xizmat ko'rsatish sifatini oshirish kabi unsurlarni o'z ichiga olishi kerak.

Xorazm viloyatidagi yirik savdo tarmoqlari ushbu yo'nalishda sezilarli qadamlar qo'ymoqda. Viloyatda ko'proq oziq-ovqat mahsulotlari, maishiy texnika, qurilish materiallari, kiyim-kechak va sanitariya-gigiena vositalari kabi mahsulotlarga talab yuqori sanaladi. Iste'molchilar talabining mavsumiyliги ham muhim omil bo'lib, savdo korxonalar assortimentni mos ravishda shakllantirishi zarur. Xorazm viloyatida raqamli marketing so'nggi yillarda ancha kuchaygan. Xususan, telegram kanallari orqali reklama, instagram orqali mahsulot targ'iboti, mahalliy delivery xizmatlari va mobil ilovalar orqali buyurtmalar savdo hajmini oshirmoqda. Xorazm viloyati savdo korxonalarining marketing faoliyati darajasini tahlil qilish ularning farqlanishi, muammolar mavjudligi va kelajakda rivojlantirish zarurligini ko'rsatadi.

Avvalo, bozor tadqiqotlari bo'yicha keskin tafovutlar mavjud. Yirik korxonalar muntazam ravishda talabni o'rganib, bozor monitoringini olib boradi. Bu ularga assortimentni to'g'ri rejalashtirish va raqobat afzalliklarini oshirish imkonini beradi. O'rta korxonalar buni faqat ba'zan bajaradi, kichik savdo shoxobchalarida esa amalda bozor tahlili mavjud emas. Bu holat kichik biznesning ehtiyojdan kelib chiqqan sotuv siyosatini olib borishiga to'sqinlik qiladi. Raqamli marketing bo'yicha ham sezilarli farq qiladi. Yirik korxonalar ijtimoiy tarmoqlarda faol ishlaydi, onlayn reklama, SMM va targ'ibot tadbirlaridan samarali foydalanadi. O'rta korxonalarda bu jarayon qisman va cheklangan bo'lib, kichik korxonalarda mavjud emas. Bu esa mijozlar oqimini kengaytirish imkoniyatlarini kamaytiradi.

Brending va korporativ stil yirik korxonalarda shakllangan va doimiy ravishda rivojlantiriladi. O'rta biznesda branding bo'lsa-da, u yetarli darajada professional emas. Kichik savdo shoxobchalarida esa brend identifikatsiyasi umuman yo'q. Bu ularni bozorda ko'rinmas, tez almashtiriladigan va raqobatbardoshligini past darajada bo'lishiga olib keladi. Mijozlar sodiqligi dasturlari amalda faqat yirik korxonalarda mavjud. Bonus kartalar, chegirmalar, cashback tizimlari yuritiladi. O'rta korxonalarda bu jarayon juda cheklangan, kichik savdo shoxobchalarida esa umuman qo'llanilmaydi. Natijada kichik korxonalar doimiy mijozlar segmentini shakllantira olmaydi.

Assortiment siyosati yirik korxonalarda tizimli, maqsadli va talabga mos shakllangan. O'rta korxinada tanlov cheklangan, kichik biznesda esa mavsumiy va kunlik talab asosida shakllantiriladi. Bu ularning raqobatbardoshligini kamaytiradi. Reklama strategiyasi ham darajaga qarab farqlanadi. Yirik korxonalar professional reklama kampaniyalarini yo'lga qo'ygan. O'rta biznes oddiy, qisqa muddatli reklama usullaridan foydalanadi. Kichik shoxobchalarda esa reklama epizodik, tasodifiy va tizimsiz bo'lib, samaradorlikni pasaytiradi. Narx siyosatida yirik korxonalar analitik yondashuv asosida, xarajatlar va raqobat tahliliga tayangan holda narx belgilaydi. O'rta biznesda narx ko'proq raqobatchilarga moslashtirilgan. Kichik korxonalarda esa bozordagi joriy narxlar asosida belgilanadi, bu ularga narx strategiyasini shakllantirishga imkon bermaydi.

Xorazm viloyatida savdo korxonalarining iqtisodiy rivojlanish va marketing faoliyatini taraqqiy qildirishga ulgurji va chakana savdo faoliyati ta'sir ko'rsatadi. Ulgurji savdo taraqqiyotida bu borada Xorazm viloyati ulgurji savdo tashkilotlarining faoliyati tahlil qilindi (1-jadval).

1-jadval

Xorazm viloyati ulgurji savdo tashkilotlarining asosiy ko'rsatkichlari [3]

Ko'rsatkichlar	2010-y.	2011-y.	2012-y.	2013-y.	2014-y.	2015-y.	2016-y.	2017-y.	2018-y.	2019-y.	2020-y.	2021-y.	2022-y.	2023-y.	2024-y.
Ulgurji savdo tovar aylanmasi - jami, mlrd. so'm	270,9	428,4	509,5	608,8	674,2	722,6	774,3	894,8	1595,5	2035,7	2931,4	3983,1	6053,3	7707,5	9265,3
Tovar zahiralar (yil oxiriga):															
jami, mlrd. so'm	12,8	13,4	15,1	109,3	179,2	212,4	243,9	270,6	260,4	243,5	330,1	491,0	556,5	827,9	X
tovar aylanmasi kunlarida	27	32	36	65	96	106	113	109	59	43	41	44	32	38	X
Ulgurji savdo tovar aylanmasi hajmining o'sish sur'ati o'tgan yilga nisbatan foizda	120,6	124,5	101,2	105,5	101,3	101,7	98,9	99,2	147,9	111,3	127,2	121,5	136,0	106,8	113,8

Ushbu 1-jadvalga asosan, 2010-2024-yillar davomida O'zbekiston ulgurji savdo tarmog'ida sezilarli o'sish kuzatildi. Jadval ma'lumotlariga qaraganda, ulgurji savdo tovar aylanmasi hajmi 2010-yildagi 270,9 mlrd. so'mdan 2024-yilda 9265,3 mlrd. so'mga yetib, qariyb 34 baravar oshgan. Yillar bo'yicha dinamikaga e'tibor qaratilsa, 2018-yildan boshlab keskin sakrash kuzatiladi. Ya'ni, 2017-yildagi 894,8 mlrd. so'mdan 2018-yilda 1595,5 mlrd. so'mga, ya'ni 47 % dan ortiq o'sish sodir bo'lgan. Bu davrda milliy valyutaning liberallashuvi, tashqi savdoning kengayishi va biznes subyektlari faoliyatining erkinlashuvi muhim rol o'ynagan. 2010-2024-yillar davomida O'zbekiston ulgurji savdo tarmog'i jadal rivojlangan, tovar aylanmasi keskin ko'paygan va zahiralar optimallasuvi esa savdo samaradorligini oshirgan. Tarmoqda kuzatilgan yuqori o'sish sur'atlari iqtisodiy islohotlar samaradorligini, bozor mexanizmlarining faollashganini va tadbirkorlik subyektlarining imkoniyatlari kengayganini aks ettiradi.

Xulosa shuki, Xorazm viloyatida savdo korxonalarining iqtisodiy rivojlanishi barqaror davom etmoqda. Savdo infratuzilmasi kengaymoqda, raqobat kuchaymoqda va xizmat sifati oshmoqda. Biroq, marketing faoliyatining to'liq shakllanmaganligi, raqamli texnologiyalarni yetarli qo'llamaslik va logistika tizimidagi kamchiliklar kabi muammolar hali mavjud. Savdo korxonalarining ushbu yo'nalishlarda faol ishlashi, marketing strategiyalarini takomillashtirishi va iste'molchilar talabiga moslashgan savdo texnologiyalarini joriy etishi viloyat iqtisodiyotining yanada taraqqiy etishiga xizmat qiladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Худайберганов Д.Т. Иқтисодиётни ривожлантиришда товарлар ва хизматлар бозори самарадорлигини ошириш имкониятлари (Хоразм вилояти мисолида). // Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация автореферати. – Самарқанд, 2010. - 16 б.
2. Саттарова Н.Т. Савдо хизматларини ривожлантиришнинг хорижий тажрибаси. // Экономика и социум, №4(107), 2023. - 1-13 б.
3. <https://xorazmstat.uz/uz/rasmiy-statistika/internal-trade-2>