NAMANGAN VILOYATI CHAKANA SAVDOSI VA UNING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI

Gulyamova Nodira
Namangan muhandislik-texnologiya instituti
“Marketing” kafedrasi katta o’qituvchisi, PhD.
https://doi.org/10.5281/zenodo.15469544

Annotatsiya. *Maqolada chakana savdoning mohiyati va ahamiyati ochib berilgan. Chakana savdo tizimining tovar turlari bo’yicha guruhlari yoritilgan. Namangan viloyati chakana savdo aylanmasi tahlil qilingan. Hududlarda chakana savdoni rivojlantirish bo’yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so’zlar. *chakana savdo, oziq-ovqat tovarlari, nooziq-ovqat tovarlari, xizmatlar, elektron tijorat.*

Mamlakatimiz iqtisodiyotining barqaror rivojlanishida chakana savdo korxonalari muhim o‘rin tutadi. Aholining iste’mol talabini qondirish, tovar aylanish hajmini oshirish va xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilash chakana savdo tizimining asosiy vazifalaridan biri hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida chakana savdo nafaqat iqtisodiy faoliyat turi, balki tadbirkorlikning rivojlanishiga turtki beruvchi asosiy omillardan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Bugungi kunda O‘zbekistonda chakana savdo korxonalari faoliyatining samaradorligini oshirish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va raqobatbardoshlikni kuchaytirish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi, elektron tijoratning kengayishi va iste’molchilarning talab va didining o‘zgarishi chakana savdo tarmog‘iga yangi yondashuvlarni joriy etishni talab qilmoqda

O’zbekiston 2030 strategiyasining chakana savdoga ta’siri, ayniqsa, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi, xususiy sektorni qo'llab-quvvatlash va yangi savdo tarmoqlarining o'sishi orqali sezilarli bo'lishi kutilmoqda. Bu, nafaqat chakana savdoning rivojlanishiga, balki mamlakatning iqtisodiyoti va aholisining farovonligiga ham ijobiy ta’sir ko'rsatadi.

Dunyo birinchi marta chakana savdoning paydo bo'lishini 1850-yillardan oldin Yankee Peddlers, Bartering, Trading Posts va General do'konlari mavjud bo'lganda ko'rdi. Birinchi bo'lim do'koni 1851 yilda F & R Lazarus kompaniyasi nomi bilan AQShda tashkil etilgan bo'lib, 1860 va 1910 yillar orasida tarmoq do'konlari va dastlabki umumiy do'konlar sahnada hukmronlik qilgan. 1932 yilda Nyu-Jersida (Big Bear) birinchi super bozor tashkil etilgan.

Chakana savdo — bu tovarlar yoki xizmatlarning ishlab chiqaruvchilardan yoki ulgurji savdo tarmoqlaridan bevosita oxirgi iste'molchiga sotilishi jarayonidir. Chakana savdo odatda kichik miqdorlarda amalga oshiriladi, ya'ni tovarlar bir dona, paket yoki kichik partiyalar shaklida sotiladi.

Chakana savdoning mohiyati quyidagilardan iborat:

1. Iste'molchiga bevosita sotish: Chakana savdo mahsulotlarni oxirgi foydalanuvchilarga (iste'molchilarga) sotishni nazarda tutadi. Bu savdo jarayonida oraliq vositalar minimal bo'lishi mumkin, ya'ni tovarlar ishlab chiqaruvchidan yoki ulgurji savdo tarmog'idan bevosita iste'molchiga etkazib beriladi.

2. Tovarlar va xizmatlarning taqdim etilishi: Chakana savdoda sotiladigan tovarlar turlicha bo'lishi mumkin – oziq-ovqat mahsulotlari, kiyim-kechak, elektronika, uy jihozlari, kosmetika, texnika va boshqalar. Shuningdek, bu soha xizmatlarni ham o'z ichiga oladi, masalan, ta'mirlash yoki konsultatsion xizmatlar.

3. Kichik hajmda sotish: Chakana savdo ulgurji savdoga qaraganda, mahsulotlarni kichik miqdorda, odatda bir dona yoki bir nechta paketda sotadi. Bu, iste'molchining ehtiyojiga mos ravishda, biror mahsulotni yoki xizmatni tanlash va olish imkonini beradi.

4. Narxlar va xizmatlar: Chakana savdo mahsulotni sotish bilan birga, mijozlarga xizmat ko'rsatish, mahsulotni qaytarish yoki almashtirish, kafolatlar taqdim etish kabi xizmatlarni ham o'z ichiga oladi. Bu jarayon iste'molchining xarid qilish tajribasini yaxshilashga yordam beradi.

5. Bozorni tartibga solish: Chakana savdo bozorda muhim rol o'ynaydi, chunki u iqtisodiy faoliyatni rag'batlantiradi, yangi ish o'rinlari yaratadi, raqobatni oshiradi va iqtisodiy o'sishga hissa qo'shadi. Shuningdek, chakana savdo iqtisodiy aloqalarni kuchaytiradi va mahalliy ishlab chiqaruvchilarni qo'llab-quvvatlaydi.

6. Texnologiyalarning roli: Bugungi kunda chakana savdo, raqamli texnologiyalar va elektron tijorat orqali ham amalga oshiriladi. Onlayn do'konlar va mobil ilovalar orqali mahsulotlar sotiladi, bu esa iste'molchilarga savdo jarayonini qulaylashtiradi.

Chakana savdo korxonalari o'zlarining turiga qarab, o'z faoliyatlarida turli strategiyalardan foydalanadilar.

Tovarlar va xizmatlar — chakana savdo tizimining markaziy elementi bo'lib, ular iste'molchilarga sotiladi. Tovarlar quyidagi turlarda bo'lishi mumkin:

- Oziq-ovqat mahsulotlari: Supermarketlar va do'konlarda asosiy sotiladigan tovarlar.
- No-ovqat mahsulotlari**:** Kiyim-kechak, elektronika, maishiy texnika va boshqalar.
- Xizmatlar**:** Ba'zi chakana savdo korxonalari, masalan, onlayn do'konlar yoki supermarketlar, mijozlarga xizmatlar ham taklif etadi (masalan, yetkazib berish, mijozlarga xizmat ko'rsatish, o'rnatish xizmatlari).

1-jadval

O‘zbekiston Respublikasi va vodiy viloyatlari 2020-2023-yillar
chakana savdo tovar aylanmasi tahlili

mlrd.so’m

№	Hududlar	2020 yil	2021 yil	2022 yil	2023 yil
1	O‘zbekiston Respublikasi	199518,8	216694,6	270687,2	330448,1
2	Andijon viloyati	14810,1	15376,3	19046,9	22770,8
3	Namangan viloyati	12233,8	13541,9	17273,1	20665,8

4	Farg‘ona viloyati	16414,8	18850	22448,5	27781,8

Yuqoridagi jadvalda chakana savdo aylanmasi tahlili keltirilgan. Unga ko’ra 2020-2023-yillarda mamlakatimizda chakana savdo aylanmasi 1,5 baravarga o’sganligini ko’rishimiz mumkin. Andijon viloyati chakana savdosi esa 1,3 baravarga, Namangan va Farg’ona viloyatlari chakana savdosi 1,7 baravar o’sishga erishgan. Respublika chakana savdo aylanmasi tarkibida viloyatlar ulushini tahlil etadigan bo’lsak 2020 yilda Andijon viloyati 7,4 foizini, Namangan 6,1 foizni va Farg’ona 8,2 foizni tashkil etgan. Ushbu ko’rsatkich 2023 yilga kelib Andijon viloyati 6,8 foizini, Namangan 6,2 foizni va Farg’ona 8,4 foizni tashkil etgan.

2-jadval

2020-2023-yillarda Namangan viloyati chakana savdo aylanmasi tahlili

mlrd.so’m

№	Hududlar	2020 yil	2021 yil	2022 yil	2023 yil
1	Namangan viloyati	12233,8	13541,9	17273,1	20665,8
2	Namangan shahri	5074,7	5073,2	6275,8	7526,1
3	Mingbuloq tumani	295,4	380,3	477,3	599,9
4	Kosonsoy tumani	694,8	864,1	1068,3	1261,5
5	Namangan tumani	441,2	517	723,8	864,5
6	Norin tumani	753,6	926,6	1158,1	1397,2
7	Pop tumani	1069,9	936,1	1241,2	1540,7
8	To‘raqo‘rg‘on tumani	685,8	978,7	1246,2	1426,5
9	Uychi tumani	530,1	747,4	972,9	1174,5
10	Uchqo‘rg‘on tumani	544,5	653,8	907,3	1084,8
11	Chortoq tumani	514,5	635,5	859,6	1046,3
12	Chust tumani	962,2	962	1226,3	1434,6
13	Yangiqo‘rg‘on tumani	667,2	867,2	1116,5	1309

Jadval ma’lumotlariga ko’ra Namangan viloyatida 2020-2024-yillarda chakana savdo aylanmasi o’sish ko’rsatkichlariga ega bo’lib, 2020 –yilga nisbatan 1,6 barobarga o’sishga erishgan. Viloyatning Mingbuloq, To‘raqo‘rg‘on, Chortoq va Uychi tumanlarida tahlil qilinayotgan davr oralig’ida 2 baravar o’sish ko’rsatkichiga erishilgan.

Xulosa. Namangan viloyatida tumanida chakana savdo sohasining rivojlantirishda quyidagilarni amalga oshirish muhim hisoblanadi:

- Aholining o‘z-o‘zini band qilgan qismini rasmiy iqtisodiyotga jalb qilish orqali yangi chakana nuqtalar ochilishiga rag‘bat berish.
- “Mahalliy mahsulotlar burchagi” loyihalarini joriy etish (supermarketlar ichida);.
- Viloyat ichida ishlab chiqarilgan mahsulotlarni chakana savdo tarmoqlarida ustuvor ravishda joylashtirish.
- Zamonaviy savdo markazlari (mall), logistika markazlari va yetkazib berish punktlarini tashkil qilish.

- Elektron savdo platformalariga (marketplace) kirishni soddalashtirish va subsidiyalar ajratish.
- Mahsulot narxlari, hajmlari va sotuv dinamikasini real vaqt rejimida kuzatuvchi tizimlar yaratish;
- Aholi zich yashaydigan hududlarda ko‘p funksiyali savdo klasterlari barpo etish.

Yuqorida keltirilgan tavsiyalarni qo’llash sohada ijobiy natijalar olib keladi deb hisoblaymiz.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO’YXATI

1. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining “O’zbekiston-2030” strategiyasi to’g’risidagi farmoni. PF-158. 11.09.2023
2. ФОРМИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ ТОРГОВЛИ avtoreferat Диканов Максим Юрьевич. Шахты-2011
3. “PROSPECTS AND OPPORTUNITIES IN RETAIL SECTOR” Dr. T. B. Gadhave, Prof. V. A. Pai. Indian journals.com Volume 2. August 2012
4. Lex.uz
5. Dissercat.com