



## O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA CHAKANA SAVDO QOIDALARI VA UMUMIY OVQAT MAHSULOTLARINI (XIZMATLARINI) ISHLAB CHIQRISH VA SOTISH

**Dilafruz Artikova**

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti magistranti

e-mail:dilafruzortiq@gmail.com

Тел: +998971308960

<https://doi.org/10.5281/zenodo.7077940>

### ARTICLE INFO

Received: 08<sup>th</sup> September 2022

Accepted: 10<sup>th</sup> September 2022

Online: 14<sup>th</sup> September 2022

### KEY WORDS

*merchandizing, marketing, reklama, mahsulotni namoyish qilish, iste'molchilar, sotishni rag'batlantirish.*

### ABSTRACT

*Maqolada savdoni samarali rag'batlantirishga hissa qo'shuvchi marketing texnologiyasi sifatida "merchandizing" tushunchasi, uning turlari va usullari, xorijiy tashkilotlarda merchandizingdan to'g'ri foydalanish misollari, shuningdek, bunday amaliyot bilan O'zbekistonda savdoni joriy etish muammolari ko'rib chiqiladi.*

(Introduction) "Merchandising" (inglizchadan - savdo san'ati) tushunchasi marketing kommunikatsiyalaridagi yo'nalishni anglatadi, bu maxsus savdo nuqtalarida xaridorlarning e'tiborini ma'lum bir tovar yoki tovarlar guruhlariga jalb qilish orqali chakana savdoni rag'batlantirishga yordam beradi. xodimlar. Bu iste'molchining reklama qilinayotgan mahsulot bilan aloqasi uchun maqbul shart-sharoitlarni yaratish, ko'rgazmali va boshqa usullar orqali mahsulotga e'tiborni jalb qilish, iste'molchida mahsulotni sotib olish istagini uyg'otish usulidir. Merchandisingning asosiy vazifalari potentsial xaridorni mahsulotni tanlash va sotib olishga undash, mijozlarning chakana savdo nuqtasi, brend va ishlab chiqaruvchiga sodiqligini shakllantirish, chakana savdoda mahsulotlarni ilgari surish va sotish hajmini oshirishdan iborat. Merchandisingning bir necha turlari mavjud: vizual va kontseptual. Birinchi

ko'rinish savdo maydonchasining butun tashqi dizaynini o'z ichiga oladi savdo joyini tanlashdan tortib do'kon oynalarini vizualizatsiya qilish, narx belgilari va javonlarda tovarlarni joylashtirish. Ikkinchi tur sotuvchilar va xaridorlar o'rtasidagi aloqa qoidalariga javob beradi. O'zbekistondagi chakana savdo qaysi normativ-huquqiy hujjatlar bilan tartibga solinadi? Ta'rifdan kelib chiqadiki, chakana savdo - bu tovarlarni tijorat maqsadida foydalanishni ko'zlamagan oxirgi iste'molchiga naqd hisob-kitob yordamida tovarlarni donalab yoki oz miqdorda sotishni nazarda tutadigan korxonalar faoliyati sohasidir. Yuridik shaxslar tovarlarni O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 2002 yil 26 noyabrda tasdiqlangan Ulgurji va chakana savdo faoliyatini amalga oshirish tartibi to'g'risidagi nizomda ko'rsatilgan talablarga muvofiq sotadilar.



Tovarni chakana savdoda sotadigan korxonalar Vazirlar Mahkamasining 2003 yil 13 fevraldagi 75-son qarori bilan tasdiqlangan Chakana savdo qoidalarini ham hisobga olishlari kerak. Bundan tashqari, savdo markazlarida tovarlarni sotishda bozorlardagi savdo faoliyatini amalga oshirish bo'yicha maxsus qoidalarining 4 va 8-bo'limlari talablariga rioya qilish kerak. Ushbu qoidalar Vazirlar Mahkamasining 2012 yil 28 avgustdagi 253-son qarori bilan tasdiqlangan. [1]

Mavzuga doir tahlil (Review).

O'zbekistonda eng ko'p chakana savdo amalga oshirilgan hududlar ma'lum qilindi. Davlat statistika qo'mitasi 2022-yil yanvar—aprel oylari bo'yicha chakana savdo aylanmasini e'lon qildi. O'zbekiston bo'yicha chakana savdo aylanmasi 108,2 mlrd so'mni, ya'ni 2021-yilning yanvar—may oylariga nisbatan 110,1 foizni tashkil etdi.

Barcha hududlarda o'sish sur'atlari kuzatildi. Tarkibiy qismlari 78,4 foiz kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari va 21,6 foiz yirik korxonalar hissasiga to'g'ri keldi.

Tovar aylanmasida eng yuqori ulush Toshkent shahrida — 25,6 foiz, ya'ni 27,6 mlrd so'm.

Keyingi o'rinlarda Toshkent (10,9 mlrd so'm), Samarqand (9 mlrd so'm) va Farg'ona (8,7 mlrd so'm) viloyatlari joylashgan.

O'zbekiston chakana savdo tovar aylanmasida eng quyi ulushni Sirdaryo viloyati 1,6 foiz bilan 1,6 mlrd so'mni tashkil etdi.

Yirik korxonalarining tovar aylanmasi hajmi, 2021-yilning yanvar—aprel oylariga nisbatan 30,2 foizga o'sdi. Bu 23,4 mlrd so'mga teng.

Bu esa umumiy savdo hajmining 21,6 foiz ulushiga to'g'ri keldi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining chakana savdo tovar aylanmasi hajmi 84,8 mlrd so'mni tashkil etib, 2021-yilning yanvar—aprel oylariga nisbatan 5,6 foizga ko'paydi.

O'zbekiston miqyosida ushbu sektorning jami ulushi 78,4 foizni tashkil etdi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining ulushi bo'yicha Sirdaryo (93,5 foiz), Surxondaryo (92,4 foiz), Qashqadaryo (92 foiz), Namangan (91 foiz) viloyatlari yetakchilik qilmoqda.

Yirik korxonalarining ulushi 21,6 foizni tashkil etib, eng katta ulush Toshkent shahrida (38 foiz), Toshkent (31,1 foiz), Xorazm (23,4 foiz) va Samarqand (21,3 foiz) viloyatlarida kuzatildi.

2022-yilning yanvar—may oylari holatiga ko'ra, o'rtacha aholi jon boshiga chakana savdo tovar aylanmasi 3 mln so'mni tashkil etdi. Bu ko'rsatkich 2021-yilning mos davriga nisbatan 7,9 foizga oshgan.

Hududlar kesimida solishtirilganda, eng yuqorisi Toshkent shahri (9,6 mln so'm), Navoiy (4 mln so'm) va Toshkent (3,7 mln so'm) viloyatlari hissasiga to'g'ri keldi. [2]

Respublika hududlari kesimida kichik tadbirkorlik subyektlarining eng ko'p chakana savdo tovar aylanmasi hajmi bo'yicha, joriy narxlarda yalpi ichki mahsuloti hajmi bo'yicha va tashqi savdo aylanmasi yuqoriligi bo'yicha ham Toshkent shahri yuqori o'rinni egallagan. Tovarlar eksport-importi bo'yicha eng past ko'rsatkich esa Surxondaryo viloyatiga to'g'ri kelgan.

Eslatib o'tamiz, 2019 yil 1 yanvardan ulgurji savdoga litsenziyalarni bekor qilish rejalashtirilgan edi (30.10.2018 yildagi PF-5564-son Farmon). Amalga oshirilishi uchun litsenziyalar talab qilinadigan



faoliyat turlarining ro'yxatiga hali o'zgartirishlar kiritilmagan bo'lsa ham, Hukumat amaliy choralarni ko'rishga kirishdi.

2021 yilning yanvar-sentabr oylarida hududlar kesimida kichik tadbirkorlik subyektlarining eng ko'p chakana savdo tovar aylanmasi hajmi Toshkent shahriga (25,3 trln so'm) to'g'ri keldi. Bu haqda 29 noyabr kuni Davlat statistika qo'mitasi xabar berdi.

Keyingi o'rinlardan quyidagi viloyatlar joy olgan:

Toshkent viloyati — qariyb 14 trln so'm,

Farg'ona — 12,1 trln so'm;

Samarqand — 11,3 trln so'm;

Andijon — 10,7 trln so'm;

Qashqadaryo — 9,6 trln so'm.

2021- yilning 9 oyida kichik tadbirkorlik subyektlarining YAIMdagi ulushi 55,7 foizini tashkil etdi. Ushbu davrda kichik tadbirkorlik subyektlarining chakana savdo tovar aylanmasi hajmi 135 trln so'mdan ortiq yoki umumiy chakana savdo tovar aylanmasining 80,8 foizini tashkil etib, o'sish sur'ati 2020- yilning mos davriga nisbatan 9,1 foizga oshgan.

Shuningdek, 2021 yilning ushbu davrida joriy narxlarda hududlarning yalpi ichki mahsuloti hajmi bo'yicha ham Toshkent shahri 87,8 trln so'm bilan yetakchiga aylangandi. Qolgan viloyatlarda ushbu ko'rsatkich quyidagicha qayd etilgan:

Toshkent viloyati — 57,2 trln so'm;

Navoiy viloyati — 42 trln so'm;

Samarqand viloyati — 37,8 trln so'm;

Farg'ona viloyati — 33,6 trln so'm;

Qashqadaryo viloyati — 31,7 trln so'm;

Andijon viloyati — 30,4 trln so'm;

Buxoro viloyati — 27,4 trln so'm;

Namangan viloyati — 24,1 trln so'm;

Surxondaryo viloyati — 21,4 trln so'm;

Xorazm viloyati — 18,9 trln so'm;

Qoraqalpog'iston R. — 18,1 trln so'm;

Jizzax viloyati — 15,9 trln so'm;

Sirdaryo viloyati — 11 trln so'm.

Joriy yilning 10 oyida respublika hududlarining tashqi savdo aylanmasi yuqoriligi bo'yicha ham Toshkent shahri yuqori o'rinni egallagan. Yanvar-oktabr oylari davomida poytaxt tashqi savdo aylanmasi 13,2 mlrd dollar bo'lib, bunda eksport — 3,2 mlrd dollarni, import esa 10 mlrd dollarni tashkil qilgan.

Hududlarning tashqi savdo aylanmasi bo'yicha eng past ko'rsatkich esa Surxondaryo viloyatiga to'g'ri kelgan. Ushbu viloyatda 345 mln dollarlik tashqi savdo aylanmasi kuzatilgan, bunda eksport hajmi — 173 mln dollarni, import hajmi esa — 172 mln dollar hisobida qayd qilingan.

Eslatib o'tamiz, bundan oldin yanvar-oktabr holatiga O'zbekiston tashqi savdo aylanmasi 32,6 mlrd dollarni tashkil etib, o'n oylik davrda 7,8 mlrd dollarlik passiv tashqi savdo balansi kuzatilgani haqida xabar berilgandi. Tashqi savdo aylanmasi hajmi 2020 yilning mos davriga nisbatan 8,5 foizga oshganiga qaramay, 2019 yildagi ko'rsatkichga (34,3 mlrd dollar) yetib kelganicha yo'q. [3]

Ulgurji savdoni davlat tomonidan tartibga solishdan maqsad birinchi navbatda alohida hisob-kitob qilish tartibini belgilash edi. Chunonchi, ulgurji savdoga litsenziya olgan korxonalariga o'zlari ishlab chiqarmagan tovarlarni faqat naqd pulsiz hisob-kitob qilish yo'li bilan yuridik shaxslarga va yakka tartibdagi tadbirkorlarga sota olardi. Boshqa tomondan, ulgurji savdoga litsenziyasi bo'lmagan chakana korxonalariga o'tgan oydagi tovar oborotining 10%i doirasida naqd pulsiz hisob-kitob qilish yo'li bilan tovarlarni sotishga ruxsat berilardi.



Ulgurji savdoga litsenziyaning bekor qilinishi ushbu cheklovlarga o'rin qoldirmadi. Shu sababli Vazirlar Mahkamasi 2019 yil 8 martdagi 201-son qarori bilan bir qator qarorlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritdi.

Birinchi, yuridik shaxslarga o'zlari ishlab chiqargan tovarlarni boshqa yuridik shaxslarga, shuningdek yakka tartibdagi tadbirkorlarga naqd pulga sotishga ruxsat berildi.

Naqd hisob-kitob qilish sharti – taraflar o'rtasida shartnoma tuzilgan bo'lishi, bitta shartnoma doirasida qabul qilinadigan summa 100 EKIHDan kam bo'lishi kerak, NKM cheki albatta rasmiylashtiriladi, pullar esa inkassatsiya qilinadi yoki bankka mustaqil ravishda topshiriladi.

Ikkinchi, endi ulgurji savdoni (yuridik shaxsning boshqa yuridik shaxsga yoki yakka tartibdagi tadbirkorga tovarlarni sotishi) naqd va naqd pulsiz hisob-kitob qilish yo'li bilan amalga oshirish mumkin.

Bunda ham naqd pulda hisob-kitob qilganda shartnoma tuzish, NKMDan foydalanish, olingan naqd pulni inkassatsiya qilish (bankka topshirish) zarur, bitta shartnoma doirasidagi summa esa 100 EKIHDan oshishi mumkin emas. [5]

Uchinchi, chakana savdo korxonalarini va yakka tartibdagi tadbirkorlarga tovarlarni xo'jalik yurituvchi sub'yektlarga naqd pulsiz shaklda, shu jumladan korporativ plastik kartalar orqali sotishga ruxsat berildi. Bunda tovar oborotidagi naqd pulsiz bitimlar ulushiga qarab belgilanadigan cheklovlar bekor qilindi.

Shu tariqa, ulgurji va chakana savdo o'rtasida farq qolmadi.]

Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology).

Shunday qilib, O'zbekistonda bunday tashkilotlarning mavjudligi

merchandayzing kabi marketing sohasi rivojlanidan dalolat beradi, ammo uning texnologiyalaridan samarali foydalanish uchun ixtisoslashgan xodimlar va agentliklar talab etiladi, ularning etishmasligi Rossiya marketing xizmatlari bozorida kuzatilmogda. O'zbekistonda merchandayzing rivojlanish bosqichida va aloqa bozorida inqirozli vaziyat tufayli uning savdoni rag'batlantirishga ta'siri kuchayadi.

Prognozga ko'ra, 2022 yilda savdolarda merchandaysing texnologiyalaridan foydalanish umumiy hisobda 10 foizga oshadi. Mutaxassislarining ta'kidlashicha, merchandaysing marketing komponenti sifatida, ayniqsa inqiroz davrida maxsus vositalar tufayli muvaffaqiyatli bo'ladi. Uni tashkil etish xarajatlari o'zgarishsiz qolishi yoki biroz oshishi mumkin, ammo o'zbek merchandaysingining ijobiy o'sish dinamikasiga qaramay, u bir qator jiddiy muammolarga, jumladan malakali menejrlarning etishmasligi va rahbariyatning mablag' ajratishni istamasligiga duch keladi. O'zbekistonda tovarlarni namoyish qilish texnikasini takomillashtirish.

Bu – muhim! Chakana savdo korxonalariga boshqa yuridik shaxs yoki yakka tartibdagi tadbirkor bilan tuzilgan bitta shartnoma doirasida ruxsat berilgan naqd realizatsiya summasi masalasi to'g'ridan-to'g'ri tartibga solinmagan. Biroq sharh muallifi nazorat qiluvchi organlarning e'tirozlariga yo'l qo'ymaslik uchun 100 EKIHDan doirasidagi cheklovga rioya etishni tavsiya qiladi.

Chakana savdo — tovarlarni so'nggi iste'molchilarga sotuvchi savdo. Bu savdo bilan shug'ullanganda mustaqil do'konlar, maxsus do'konlar va supermarketlardan foydalaniladi.



Chakana savdo — tovarlarni donalab yoki kichik to'p bilan sotish va sotib olish; Chakana savdo tovarlarni shaxsiy yoki uy xo'jaligida pirovard iste'molga sotishning asosiy shakli bo'lib, dehqon bozorlari, kichik do'konlar, supermarketlar orqali amalga oshiriladi (qarang Savdo).

Chakana savdo kontseptsiyasi. Chakana savdo tushunchasi xaridorlarga mahsulot yoki xizmatlarni sotishni o'z ichiga oladi. Chakana savdo kanalini g'isht va ohak do'koni deb o'ylashingiz mumkin bo'lsa-da, bu aslida chakana savdoning faqat bir turi. Chakana savdo onlayn xaridlar yoki hatto to'g'ridan-to'g'ri sotish orqali amalga oshirilishi mumkin. Chakana savdoni tashkil etuvchi narsa shundaki, mahsulot yoki xizmatning oxirgi foydalanuvchisi ham xaridordir.

Chakana savdo kontseptsiyasida marketingning to'rtligi. Chakana va chakana savdoning funktsiyalari to'rtta P ga asoslanadi: mahsulot, narx, joy va reklama. Bular har qanday chakana biznesning asosiy asoslari bo'lib, siz ularni "marketing aralashmasi" deb atashni eshitishingiz mumkin. Ushbu to'rtta asosning har biri iste'molchining e'tiborini jalb qilish uchun mo'ljallangan muvofiqlashtirilgan marketing strategiyasini yaratish uchun bir-biri bilan birgalikda ishlashi kerak.

Eng yaxshi mahsulotni topish. Muvaffaqiyatli chakana biznesni yaratish uchun birinchi qadam - bu sizning auditoriyangiz uchun to'g'ri mahsulotga ega bo'lishdir. Maqsadli bozoringizning ehtiyojlari va muammolarini tushunish muhimdir. Bozordagi bo'shliqlar qayerda ekanligini va sizning biznesingiz ularni qanday to'ldirishi mumkinligini bilish uchun bozor tadqiqotini o'tkazing.

Mijozlarga yoqadi deb o'ylagan mahsulotni sotmang; ularga kerakli mahsulotni sotish. Mahsulotni qadoqlashni ko'rib chiqing. Mahsulotingizning muhim omillaridan biri bu qadoqlashdir. Faqat keyinroq o'ylash o'rniga, qadoqlash foydalanuvchi tajribasiga qo'shimcha qilishiga e'tibor bering. Bu sizning brendingiz va uning qadriyatlarini haqida iste'molchilarga ma'lumot berishning bir usuli, shuningdek, bozorda ajralib turishning bir usuli.

Yuqori samarali brendlar va ularning noyob qadoqlarini ko'rib chiqing. Masalan, Appleni olaylik. Ularning barcha qadoqlash dizayni minimalist bo'lib, ularning vizual brend strategiyasiga juda mos keladi. Apple mahsulotini mahsulotlar dengizida uzoqdan aniqlash oson. [6]

Tahlil natijalari (Analysis and results). Savdogar sifatida ishlab - Kasb-hunarga kirishning eng yaxshi usuli, bundan tashqari, maxsus ta'lim talab etilmaydi. Ko'pincha, xodimlarni ushbu lavozimga taklif qilishda, ish beruvchilar ish tajribasining mavjudligi yoki yo'qligi uchun ahamiyatga ega emaslar, shuning uchun ham bunday ishni istaganlar doimo bor.

Ish beruvchini qiziqtirishi mumkin bo'lgan rezyumeni to'g'ri shakllantirish uchun siz murojaat etuvchilar uchun asosiy talablarni bilishingiz kerak. Albatta, ularning ro'yxati o'zgarishi mumkin, ammo asosiy fikrlar bir xil bo'ladi:

paydo bo'lishi;

stressga chidamlilik;

chidamlilik;

faoliyat;

qarorlarni qabul qilish qobiliyatiga egalik qiladi.

Maxsus ko'nikmalarga kelsak, ularning mavjudligi umuman zarur emas merchandiser davom ettirish raqobatbardosh tahlil qilish yoki tovarlarni



namoyish etish texnologiyasiga ega bo'lish qobiliyati ko'rsatiladi, talabnoma beruvchining ishga joylashish imkoniyatlari sezilarli darajada oshadi.

Istalgan holat bo'lgan hollarda merchandiser vazifalari boshqa narsalar bilan bir qatorda assortimentni saqlab qolish va qoldiqlarni boshqarish, inventarizatsiya hisobini yuritish uchun maxsus dasturiy ta'minot bilan tajriba juda foydali bo'ladi. Agar bunday ko'nikma mavjud bo'lsa, unda rezyumda qayd etilishi kerak, agar bo'lmasa, sizning bilimlaringiz va ko'nikmalaringizni hech qanday tarzda aks ettirmasangiz, aks holda ish tajribasi sinov muddati boshlanishida sindirish xavfini tug'diradi.

O'zlarining mahorati va yutuqlarini to'g'ri ko'rsatish qobiliyatiga ega bo'lgan shubhalar, internet kuchini ishlatish va yuklab olish qobiliyatlaridan yanada yaxshiroq foydalanadi namunani sotuvchi merchandiser. Yaxshi - bir nechta variant va eng mos variantni tanlash zarur. [7]

G'arb olimlari, shuningdek, mahsulot savdosi benuqson va barcha talab va tamoyillarga javob beradigan bo'lsa, chakana savdo do'konlarida foyda 13 foizga oshishini qayd etgan.

O'zbekistonda merchandaysingdan foydalanishning muvaffaqiyatli namunasi sifatida Toshkent shahrida do'kon ko'rinishini rejalashtirish va turli firmalar vitrinalarining vizual dizaynini joriy etish usullarini keltirish mumkin. Natijada, kompaniyalar savdosi rekord vaqt ichida 30 foizga oshishi mumkin.

Xulosa va takliflar  
(Conclusion/Recommendations). Xulosa

o'rnida shuni ta'kidlash joizki, yuqorida aytib o'tilganidek, supermarketlarda merchandisingning vazifalari va ularning rivojlanishi - mansabni boshlash uchun yaxshi imkoniyat bo'lib, ayni paytda bu holat hech qanday maxsus ta'limni ta'minlamaydi. Ko'pgina hollarda mutaxassislarni ushbu lavozimga taklif qilishda ish beruvchilar hatto ish tajribasi mavjudligiga yoki etishmasligiga e'tibor ham qila olmaydi, buning natijasida bu lavozimga ariza berishni istagan etarli miqdordagi odamlar bor.

Ish beruvchini qiziqtiradigan rezyumini to'g'ri tarzda tuzishingiz uchun siz asosiy talablarning qandayligini bilishingiz kerak. Albatta, ularning ro'yxati juda katta farq qilishi mumkin.

Hozirgi vaqtda merchandaysing asosan ushbu sohada tegishli bilimga ega bo'lmagan malakasiz xodimlar tomonidan amalga oshiriladi, shuning uchun sotib olish samarasi zaif. Butun dunyoda bo'lgani kabi O'zbekistonda ham merchandaysingni savdo hajmini oshirishning strategik vositasi, iste'molchilarning xulq-atvoriga psixologik ta'sir ko'rsatishning nozik usuli deb hisoblaydigan mutaxassislar zarur. Ushbu marketing texnologiyasidan tizimsiz foydalanish ko'p hollarda iste'molchilarni xarid qilish uchun kutilgan rag'batlantirishning yo'qligiga olib keladi. Har qanday biznesda bo'lgani kabi, faqat doimiy, progressiv yondashuv kompaniyani muvaffaqiyatli savdo ko'rsatkichlariga va ishbilarmonlik obro'sini mustahkamlashga olib keladi.

## References:

1. www.lex.uz 2022-y. 13-sentabr.



2. Н.В. Вакурова К.А. Голубева Д.А. Каспарова. Мерчендайзинг как особая технология маркетинга. Экономика: проблемы, решения и перспективы. Вестник университета № 1, 2017
3. Chakana savdo amalga oshirish mexanizmi [www.norma.uz](http://www.norma.uz) 2022-y. 13-sentabr.
4. O'zbekistonda eng ko'p chakana savdo amalga oshirilgan hududlar <https://daryo.uz/2022/06/27/ozbekistonda-eng-kop-chakana-savdo-amalga-oshirilgan-hududlar-malum-qilindi-2/> 2022-y. 27-iyun.
5. Eng ko'p chakana savdo Toshkent shahrida. <https://www.gazeta.uz/oz/2021/12/01/retail-indicator/> 2021-y. 1-dekabr.
6. What is merchandising? <https://www.sitecore.com/knowledge-center/digital-marketing-resources/what-is-merchandising#chapter2> 2022-y. 13-sentabr.
7. Merchandiserning ishi nima? Merchandiserning funktsiyalari va asosiy vazifalari. <https://delicesucre.ru/uz/what-is-the-work-of-a-merchandiser-functions-and-main-responsibilities-of-the-merchandiser/> 2022-y. 13-sentabr.