

SAVDO FAOLIYATIDA SOTUVNI BOSHQARISHNING AHAMIYATI

Mamatraimov Islom Mamanazarovich

“Savdo ishi” kafedrası katta o‘qit

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20662561>

Savdo - istalgan mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo‘lib hisoblanadi va u mamlakatdagi iqtisodiy va siyosiy vaziyatdagi xar qanday o‘zgarishlarga tezkor aks ta‘sir ko‘rsatuvchanligi sababli ishlab chiqarishni rivojlanishga sezilarli darajada o‘z ta‘sirini ko‘rsatadi. Mamlakat aholisi uchun zarur mahsulotlarga bo‘lgan talabni qondirish har qanday davlat uchun muhim masala va aholi farovonligining asosi hisoblanadi. Shu bois tovarlari bozorini shakllantirish va uning rivojlanishi bozor iqtisodiyot sharoitida eng asosiy masalalaridan biri hisoblanadi.

Savdo iqtisodiyotning turli tarmoqlari, ma‘lum bir mamlakat hududlari va dunyo davlatlari o‘rtasida aloqalarni o‘rnatish va qo‘llab-quvvatlash orqali mehnat taqsimotiga yordam beradi. U bir tomondan ishlab chiqarishga ta‘sir etsa, uni iste‘molchilar tomonidan talab qilinadigan tovarlarni ishlab chiqarishga yo‘naltirsa, ikkinchi tomondan bu tovarlarni bozorga yetkazish va iste‘molchilarga taklif qilish orqali ehtiyojlarni qondiradi va ularning sifat darajasini oshiradi. Ishlab chiqarish va iste‘molni bog‘lagan holda, savdo nafaqat har qanday davlatning ijtimoiy vazifasini - o‘z fuqarolarining turli iste‘molchilarini tovarlar va tegishli xizmatlar bilan ta‘minlashga faol yordam beradi, balki iqtisodiyotning holatiga real ta‘sir qiladi. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar yakuniy iste‘molchini topsagina, bu faoliyat samarali hisoblanadi. Shu bilan birga, savdo takror ishlab chiqarish jarayonini davom ettirish uchun shart-sharoit yaratib, turli darajadagi budjetlarga amalga oshirilgan operatsiyalar hajmidan belgilangan soliqlarni to‘lab, davlat budjetini shakllantirishga o‘z hissasini qo‘shadi.

Savdo aslida, iqtisodiy kategoriya sifatida qaralib, kim tomonidan amalga oshirilishidan qat‘i nazar, barcha tovar aylanmasini qamrab oluvchi faoliyatni ifodalaydi. Mahsulot, ya‘ni tovar ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun ishlab chiqarish asosiy faoliyat, ishlab chiqarilgan mahsulotni iste‘molchilarga sotish jarayoni yordamchi faoliyat hisoblanadi. Ishlab chiqaruvchilarning tovarlarini oraliq korxonalar yoki iste‘molchilarga tarqatish bo‘yicha faoliyatni amalga oshiruvchi korxonalar uchun ayirboshlash operatsiyalari asosiy faoliyat predmeti bo‘lib, ular ma‘lum foyda olishni kutadilar. Bu korxonalar iqtisodiyotning alohida tarmog‘ini - savdoni tashkil etadi. Shunday qilib, savdo iqtisodiy kategoriya sifatida tovar aylanmasi sohasidagi individual birjalarni, shuningdek, muqobil iqtisodiyotni - ishlab chiqaruvchilarni iste‘mol bilan bog‘laydigan tovar aylanmasi sohasidagi operatsiyalarga xizmat ko‘rsatish bo‘yicha o‘ziga xos kasbiy faoliyatni qamrab oladi.

Bozor iqtisodiy tizimida hal qiluvchi eng asosiy omil savdo faoliyati hisoblanadi. Erkin bozor munosabatlariga o‘tish bilan savdo sohasi o‘zining potentsial imkoniyatlari bilan tobora ortib boraveradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida iste‘mol bozorida sodir bo‘ladigan jarayonlarning o‘ziga xos xususiyati shundaki, uning savdo faoliyatining natijasi mahsulot yaratish emas, balki iste‘molchilar talabini qondirishga qaratiladi. Savdo ishlab chiqaruvchilar va iste‘molchilarga xizmatlar ko‘rsatuvchi faoliyat bo‘libgina qolmay, balki uning chegaralaridan tashqarida, turdosh soha va faoliyat sohalarida ham o‘z ta‘sirini o‘tkazadi. Iste‘mol bozorida savdoni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish samarasi, ishlab chiqarishni rivojlantirish imkoniyatlari, ehtiyojlarni qondirish darajasi va sifati bozorning tovar va xizmatlar bilan to‘yinganligiga, ularni o‘z vaqtida amalga oshirganligida namoyon bo‘ladi.

Ayni paytda bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi bog'lovchi bo'g'in sifatida muhim o'rin tutadi. Iste'mol bozorining shakllanishi, raqobatning kuchayishi, mahsulotlarni sotishdagi qiyinchiliklar kompaniyalarni bozor kon'yukturasini o'rganishga katta e'tibor berishga majbur qiladi. Bu iste'mol bozorida savdoni rolining oshishiga va unga tegishli funksiyalarni bajarishiga olib keladi. Savdoning asosiy maqsadi moddiy resurslarni ishlab chiqarish sohasidan iste'mol sohasiga taqsimlash va harakatini shunday tashkil etishdan iboratki, tovarlarni o'z vaqtida kerakli joyda, etarli miqdorda, zarur assortimentda, sifat darajasida etkazib berishni ta'minlashdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun savdo bir qator funktsiyalarni bajaradi, ularning asosiylari quyidagilardan iborat:

- iste'mol tovarlarini taqsimlash;
- ma'lum bir vaqt davomida tovarlarning saqlanishi, ya'ni ishlab chiqarish va iste'mol qilish ritmini hisobga olgan holda, o'rtadagi davrda tovarni saqlanishi;
- ishlab chiqarish va iste'mol hajmlaridagi farqlarni qoplash;
- iste'molchilarning mahsulot sifatiga bo'lgan talablariga e'tibor berish;
- mahsulot assortimentini shakllantirish;
- yangi bozorlarni rivojlantirish va sotishni rag'batlantirish;
- bozor ma'lumotlarini taqdim etish;
- har xil turdagi xizmatlarni taqdim etish.

Savdo tovarlarni ishlab chiqarishdan yakuniy iste'molchiga yetkazish funktsiyasini bajarishni ta'minlab, u tovarni taqsimlashning turli kanallaridan foydalanadi, ishlab chiqaruvchi bilan bevosita yoki ma'lum vositachilar - tovar aylanmasi subyektlari orqali aloqaga kiradi.

Yuqorida keltirilgan fikrlardan shu ma'lum bo'ladiki, savdo istalgan mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo'lib hisoblanib, u resurslar va tovarlarni ishlab chiqaruvchi bilan iste'molchi-xaridorni bog'lovchi muhim bo'g'inga aylanadi va "pul-tovar-pul" jarayonidagi ishlab chiqarish zanjirini ta'minlaydi. Savdo mamlakatdagi iqtisodiy va siyosiy vaziyatdagi xar qanday o'zgarishlarga tezkor aks ta'sir ko'rsatuvchanligi sababli ishlab chiqarishni rivojlanishga sezilarli darajada o'z ta'sirini ko'rsatadi.

Savdoning o'ziga xos xususiyatlari bo'lib, bular quyidagilardan iborat:

- tovar ishlab chiqarish siklini yakunlash, tovarlarni pirovard iste'molchiga sotish;
- savdo faoliyati natijalari mamlakatdagi pul muomalasi holatini belgilab beradi;
- tovarlarni iste'molchigacha yetkazib berishda tovar va xizmatlarni sotishda qo'shimcha yo'ldosh xizmatlarni ko'rsatish;
- xo'jalik yuritishning yuqori moslashish qobiliyati;
- kapitalning yuqori darajada aylanuvchanligi, savdo faoliyati natijalarining mablag'larni aylanish tezligiga bog'liqligi;
- ishlab chiqarish jarayonining mavjud bo'lmaganligi sababli tugallanmagan ishlab chiqarish hisobga olinmaydi;
- sotilayotgan tovarlarning narxi va assortimenti talabning xarakteri, xizmat ko'rsatilayotgan aholining ijtimoiy-iqtisodiy tarkibining o'ziga xos xususiyatlariga sezilarli darajada bog'liq bo'ladi;
- savdoning daromadlari yil fasllari, xafta kunlari, kun soatlariga ko'ra mavsumiy tebranishlarga ega bo'ladi;

- moddiy va moliyaviy resurslarning saqlanishi bo'yicha savdo tashkiloti xodimlarining shaxsiy javobgarligi.

O'zbek xalqi azaldan mehnatsevar, hunarmandchilik va savdo-sotiq bilan mashg'ul bo'lib kelgan. Ayniqsa, tarixiy Ipak yo'li davrida Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent kabi shaharlar ulkan savdo markazlari sifatida tanilgan. Bu joylar faqat tovar ayirboshlash nuqtalari emas, balki madaniyatlar, turmush tarzlari va axloqiy qoidalar almashinuvi uchun ham muhim maydonlar bo'lgan. O'zbek mentalitetida savdo — faqat moliyaviy foyda olish vositasi emas, balki munosabatlar o'rnatish, ishonch qozonish va ehtirom namoyon etish jarayoni sifatida ham namoyon bo'ladi. Savdo jarayonida olib boriladigan muloqot, mehmondo'stlik va samimiy munosabatlar xaridorlar uchun faqat mahsulot emas, balki munosib xizmat ko'rsatishni ham anglatadi. Savdoda iste'molchiga bosim o'tkazmasdan, uning qarorini hurmat qilish — an'anaviy savdo etikasida muhim o'rin tutadi. Bu orqali uzoq muddatli munosabatlar shakllanadi.

Ko'p hollarda o'zbek oilalarida savdo kasbi avloddan-avlodga o'tib keladi. Bozorlardagi kichik do'konlardan tortib, yirik tadbirkorlik sub'ektlarigacha ko'pgina faoliyatlar oila a'zolari ishtirokida yuritiladi. Bu esa faqat daromad emas, balki oilaviy birlik, mas'uliyat va mehnat taqsimotini ham mustahkamlaydi. O'zbek savdosida xizmat madaniyati katta ahamiyatga ega. Xaridorni mehmonday kutib olish, dastlab salomlashish, mahsulot haqida batafsil ma'lumot berish va tortishuv jarayonini samimiy tarzda olib borish — bu savdo jarayonida odatiy hol. Bunaqa munosabat mijozning qayta kelish ehtimolini oshiradi.

O'zbekistonda bozorlar nafaqat savdo joyi, balki ijtimoiy muloqot, yangiliklar almashish, taomlar tanitish, madaniy aloqa o'rnatish maskani hisoblanadi. Bozor muhiti orqali odamlar hayot ritmini his qiladi, jamiyatning iqtisodiy ahvoli haqida tasavvur hosil qiladi. O'zbek bozorlarida savdogarlar ko'pincha yuqori darajadagi psixologik intuitsiyaga egalar. Ular xaridorning kayfiyati, ehtiyoji va niyatini tezda anglab, mos ravishda muloqot olib boradi. Bu ko'nikma zamonaviy sotuv strategiyalaridagi "mijoz-sentrizm" tamoyili bilan ham uyg'unlashadi.

O'zbek mentalitetida savdo nafaqat iqtisodiy faoliyat, balki axloqiy, madaniy va ijtimoiy munosabatlarni qamrab olgan hayot tarzi hamdir. Shu sababli, savdoni boshqarish jarayonlarida milliy qadriyatlar, mentalitet, axloqiy me'yorlar va umuminsoniy munosabatlarga tayanish muvaffaqiyat kaliti bo'lib xizmat qiladi. Darslik doirasida bu omillarni inobatga olgan holda, mahalliy bozor muhitini yaxshiroq tushunish va samarali sotuv strategiyalarini ishlab chiqish imkoni yaratiladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Ashurov A.R. Savdo menejmenti. O'quv qo'llanma. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021 – 278 b
2. Sharopova N.R.. Savdo konyunkturasini tahlil qilish. (Olquv qo'llanma). - T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2022 - 392 b.
3. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Abduxalilova L.T. Marketing fanlari. Darslik. - T.: Iqtisodiyot, 2019. 378 bet.
4. Ingram, TN, LaForge, RW, Avila, RA, Schwepker, CH va Williams, MR (2019), Savdoni boshqarish - tahlil va qaror qabul qilish, 10-nashr, Routledge.
5. Брагин Л.А., Данко Т.П. Торговое дело: экономика, маркетинг, организации. Учебник. – М.: INFRA– М, 2009. –220 с.