

САВДО ХИЗМАТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАСИ

Саттарова Н.Т.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
“Менежмент” кафедраси ассистенти

Аннотация: Ушбу мақолада савдо хизмати кўрсатишнинг самарали усулларидан фойдаланиш, савдо хизматларининг янги шакллари ва товарларни сотиш усуллари жорий этилишидаги стратегик мақсадларни амалга ошириш ҳамда сотув жараёнида тобора кўпроқ инновацион технологиялар қўлланилиши буйича хорижий тажрибадан фойдаланиш имкониятларини тадбик этилиши. Хорижда савдо ва технологик жараёнини оптималлаштириш учун турли ўз-ўзига хизмат кўрсатиш технологияларини амалиётда қўлланилиши. Савдо жараёнининг самарадорлиги ахборот технологияларининг ривожланиши билан боғлиқ бўлиб, бу харид жараёнини янада соддалаштиришга имкон берилиши ўрганилган.

Калит сўзлар: стратегия, халқаро савдо, инновацион технологиялар, истеъмол товари, ахборот, чакана савдо.

FOREIGN EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF COMMERCIAL SERVICES

Sattarova N.T

Assistant at the Department of Management
Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Annotation: This article discusses the use of effective methods of trade services, the implementation of strategic goals in the introduction of new forms of trade services and methods of selling goods, as well as the use of foreign experience in the application of increasingly innovative technologies in sales. Practical application of various self-service technologies to optimize the trade

and technological process abroad. The effectiveness of the sales process is related to the development of information technology, which has been studied to allow further simplification of the procurement process.

Keywords: strategy, international trade, innovative technologies, consumer goods, information, retail trade.

Кириш. Бугунги кунда савдо хизматларини ривожлантириш буйича катта хорижий тажриба мавжуд булиб, турли савдо қилиш усулларини қўллаш орқали савдо ҳажмини ошириш корxonанинг ривожланишида муҳим аҳамият касб этмоқда. Жахон тажрибасига асосланиб янги бозорларни эгаллаш, корxonанинг бозордаги улушини ошириш каби стратегик мақсадларни амалга оширишда сотув жараёнида тобора кўпроқ инновацион технологиялар қўлланиш имкониятини яратади.

Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиши шароитида амалга оширилаётган устивор иқтисодий ислоҳотлар негизида вужудга келаётган янги иқтисодий муносабатлар савдо хизматлари самарадорлигини оширишга, хизмат кўрсатиш шакллари ва усулларининг вужудга келишига кенг имкониятлар очиб беради. Ижтимоий-иқтисодий тараққиёт, техника ва технологияларнинг ривожу, хусусан, ўзбек халқи турмуш фаровонлигини юксалтириши билан бирга аҳолининг моддий ва маънавий эҳтиёжларини ҳам юксалиб бориши кузатилади.

Жаҳонда амалга оширилаётган халқаро савдони капиталлар ҳаракати, туризм билан бирга ривожланиши мамлакатларнинг иқтисодий ўсиш суръатларига таъсир этади. Янги Ўзбекистонда амалга оширилаётган ислоҳотлар натижасида очиклик, халқаро иқтисодий сиёсий алоқаларнинг ривожланиши юртимизда савдо тармоқлари тизимини модернизация қилиш, техник ва технологик жиҳатдан қайта жиҳозлаш имкониятларини юзага келтирмоқда.

Мавзунинг ўрганилганлик даражаси. Ижтимоий-иқтисодий тараққиёт, техника ва технологияларнинг ривожини, хусусан, ўзбек халқи турмуш фаровонлигини юксалтириши билан бирга аҳолининг моддий ва маънавий эҳтиёжларини ҳам юксалиб боришига хизмат қилмоқда. Ўзбекистонда амалга оширилаётган ислохотлар миллий иқтисодиёт самарадорлигини оширишга қаратилган. Савдо бозор иқтисодиётининг таркибий ва ажралмас қисми бўлган «Бозор»нинг бир адохида соҳаси сифатида истеъмол товарларини ишлаб чиқаришдан истеъмолчиларга олди-сотди жараёни орқали етказишдек мукамал функцияни бажаради. Савдо жараёнида бозорнинг барча элементлари таклиф, баҳо ва талаб иштирок этади. Савдода рақобат орқали бу элементлар мувофиқлаштирилади.

Алоҳида эътироф этиш зарурки илмий, ижтимоий – иқтисодий нуқтаи назардан илмий асарларда, ўқув ва оммабоп адабиётларда бозор ҳамда савдо тўғрисида ҳар хил тушунчалар мавжуд.

Бу борада жаҳоннинг йирик маркетинг Ф.Котлер бозорни «Мавжуд ва потенциал товар сотиб олувчилар мажмуаси», деб таърифлайди. Шунингдек дунедаги йирик иқтисодчиларидан яна бир гуруҳи К.Р.Макконел ва С.Л.Брюлар бозор ва савдони, маҳсулот ва хизматни, сотувчи ва сотиб олувчиларни қўшувчи механизм деб аташади.

Тадқиқот методологияси. Ушбу тадқиқот савдо тизимининг вазифаси, мазмун моҳияти, унинг назарий ва методологик асослари, иқтисодий ва ижтимоий соҳалардаги ўрнини татбиқ қилиш масалаларни ўз ичига олган. Мақола кузатиш, таққослаш, назарий ва амалий ўрганиш ҳамда статистик таҳлил усуллари билан фойдаланилган. Таҳлил қилинган маълумотлар ва кўрсаткичлар расмий манбалардан олинган.

Таҳлил ва натижалар. Хорижда савдо ва технологик жараёнини оптималлаштириш учун турли ўз-ўзига хизмат кўрсатиш технологиялари кенг қўлланилади. Қуйида санаб ўтилган технологиялар (прайс чекер,

ахборот киоски, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш кассаси, радиочастотали белгилар (RFID технологияси), харидорнинг “шахсий” ёрдамчиси, “ақлли” виртуал ассистентлар ва бошқалар) сўнгги ўн йил ичида Европа мамлакатларида фаол равишда жорий этилмоқда, бу эса кўпроқ истеъмолчиларни жалб қилиш ва дўконлардаги харажатларни камайтиришга ёрдам беради. Бу тажрибалар Ўзбекистон Республикаси савдо тизимида жуда ахамиятли ва янги имкониятларни очиб беради. Савдо жараёнининг самарадорлиги ахборот технологияларининг ривожланиши билан боғлиқ бўлиб, бу харид жараёнини янада соддалаштиришга имкон берди. Савдо хизматлари самарадорлигини оширишда прайс чекерлар ҳозирда Ўзбекистонда кенг тарқалмаган. Ушбу қурилма орқали харидорлар ходимлар ёрдамсиз товарлар нархларини аниқлаш имкониятига эга бўлади. Аммо баъзи МДХ давлатларида, масалан, Беларусияда прайс чекерлардан кенг фойдаланилади. Бу қурилмани асосан катта ассортиментга эга йирик дўконларда учратиш мумкин.

Ахборот киоски - бу турли ахборот ресурсларига киришни таъминлаш учун мўлжалланган сенсорли экранли кўп функцияли электрон қурилма ҳисобланади. Ушбу ўз-ўзига хизмат кўрсатиш технологиясининг асосий вазифаси маҳсулот ҳақида батафсил маълумот беришдир.

Ахборот киоски корхоналарда аввал бўлган қоғоз каталогларнинг ўрнини тўлиқ босади. Сканерланган маҳсулот ҳақидаги маълумотни ушбу дўконда ишлайдиган акциялар ва сотувлар ҳақидаги эслатмалар билан тўлдириш мумкин. Харидорга тегишли чегирмаларни ҳисобга олган ҳолда яқуний нархни ҳисоблаш мумкин. Ахборот киосклари турли немис компаниялари томонидан муваффақиятли қўлланилади.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш кассалари - бу миждозларга дўкон ходимлари ёрдамсиз товарларни ўзлари сканерлаш, қадоклаш ва тўлаш имконини берадиган технологиялар ҳисобланади. Ушбу технология

харидорларнинг дўконга қизиқишини оширади ва чакана сотувчиларнинг аралашувисиз харид жараёнини тўлиқ назорат қиладиган инновацион истеъмолчиларни жалб қилади. Ходимлар томонидан товарларни узлаштириш эҳтимоли, шунингдек, қалбаки банкнотлар ва тангаларни қабул қилиш кабиларнинг олди олинади. Бироқ харидорлар томонидан бундай ҳолат эҳтимоли сақланиб қолади, чунки харидор сотиб олган маҳсулотни сканерлай олмаслиги мумкин, шунинг учун муайян хавфсизлик чораларини кўриш талаб этилади. Бу борада алоҳида таъкидлаш керак дастлаб Германияда Метро Групп чакана савдо тармоғи томонидан 300 та дўконда ўз-ўзига хизмат кўрсатиш кассалари жорий этилган. Аксарият ходимларнинг фикрига кўра, ушбу технология энг тирбанд соатларда ходимлар ишини енгиллаштиришга ва дўкон иш вақти соатларини кўпайтиришга ёрдам беради. Янги касса аппаратлари Германия бозорида ишлайдиган бошқа компанияларда ҳам қўлланилган (Едека, Икеа кабиларда).

Радиочастота белгилари (RFID технологиялари) замонавий штрих-кодларнинг ўрнини босади, бу харидорга харид қилиш саватчаси нархини бир зумда ҳисоблаш имконини беради. Ушбу контактсиз қурилма 1,5 м гача масофада ишлай олади ва сканер ёрдамида бир вақтнинг ўзида юзлаб белгиларни ўқий олади.

Ҳозирги вақтда RFID белгилари Германияда фаол равишда жорий этилмоқда. Deutsche Bank маълумотларига кўра, RFID технологияси айланмасининг ўртача йиллик ўсиш суръати 19% ни ташкил қилган. Ушбу технологиялар аллақачон Метро, Карстадт, Реве ва Гарри Вебер каби чакана савдо тармоқлари томонидан турли лойиҳаларда қўлланилишини алоҳида таъкидлаш зарур. Агар товарлар RFID белгилари билан белгиланган бўлса, харидор аравача билан маҳсулотларни йиғиб, уни кассадаги махсус турникет орқали олиб ўтади. Сканерлар саватдаги

маҳсулот ҳақидаги барча маълумотларни автоматик равишда ўқийди ва чек чоп этилади, шундан сўнг харидор банк картаси билан тўлайди.

Харидорнинг шахсий ёрдамчиси (PSA) бу махсус қурилма бўлиб, унинг ёрдамида харидор харид қилиш жараёнида ўзини қизиқтирган товарларнинг штрих кодларини мустақил равишда сканерлайди, дисплейда маҳсулотлар ва аксиялар ҳақидаги сўнгги маълумотлар кўрсатилади. Бундан ташқари, шахсий ёрдамчи кўпинча мижознинг клуб картаси орқали фаоллаштирилади, шунинг учун у истеъмолчи томонидан ўтмишда қилинган харидлар рўйхатини акс эттириши мумкин, бу еса харид жараёнини янада осонлаштиради. Германияда ушбу ускуна ҳозирги кунга қадар бир қатор дўконларда, хусусан, Доҳле чакана савдо тармоғида ва Метро тармоғида қўлланилмоқда. Бу компанияларга ўзаро сотиш ва истеъмолчига аниқ уни қизиқтирадиган товарларни таклиф қилиш имконини берди. Бундан ташқари, қурилма дисплейида рекламалар сабабли товарларни сотиб олиш даражаси ошди.

Таъкидлаш жоизки, ҳозирги вақтда савдо ва мижозларга хизмат кўрсатишни самарали ташкил этишда товарларни сотишнинг шакл ва усуллари танлаш билан бир қаторда турли хил техник янгиликлар катта аҳамият касб этмоқда. Бу савдо ташкилотларининг бозордаги мавқесини сақлаб қолиш ва мустаҳкамлаш учун доимий равишда рақобатдош устунликларга эга бўлиш зарурати билан боғлиқ. Ҳозирги вақтда чакана савдо ташкилотларида инновацияларнинг жуда кўп мисоллари мавжуд (нарх текшируви, маълумот киоски, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш кассаси, RFID белгилари ва харидорнинг шахсий ёрдамчиси), лекин ҳали ҳамон юқорида тилга олинган технологияларнинг кўпчилиги энди маҳаллий бозорга кириб келмоқда. Ривожланган мамлакатларнинг савдо соҳасидаги тажрибаси саноатнинг моддий-техник базасини янгилаш ва модернизация қилиш, савдо жараёнларини такомиллаштириш жараёни жадаллашганидан

далолат беради. Чакана савдо замонавий шароитларда товарларни сотишнинг асосий шакли бўлиб қолмоқда.

Савдо учун биринчи навбатда савдо хизмати кўрсатишнинг самарали усуллари излаш ва аҳолига хизмат кўрсатиш даражасини янада ошириш муаммоларини ҳал қилиш долзарб масала бўлиб қолмоқда. Шу мақсадда савдонинг янги шакллари ва товарларни сотиш усуллари жорий этилмоқда. Савдонинг янги шакллари орасида, масалан, Cash & carry, биржа савдоси, Second hand - бу шакллар ҳали ҳам Ўзбекистонда яхши ривожланмаган. Шундай қилиб, Cash & carry технологияси бўйича ишлайдиган дўконларнинг афзалликлари товарларнинг мавжудлиги ва ҳаракатчанлиги, шунингдек, мижоздан кўп вақт талаб қилмасдан, ҳажми ва ассортименти бўйича деярли ҳар қандай буюртмани тақдим этиш имкониятини ўз ичига олади. Қимматли қоғозлар савдоси сотилмаган (ишлаб чиқарувчилар, сотувчилар) кўплаб товарлар қолдиқларини сотиб оладиган ва уларни арзонлаштирилган нархларда сотишни ташкил этадиган тузилмалар томонидан амалга оширилади. Шу билан бирга, Фарбда бундай тузилмалар товарларни яратиш ва сотишнинг барча босқичларида, хомашё ишлаб чиқаришдан тортиб чакана савдо тармоғигача ҳамкорлик қилади. Дарҳақиқат, ушбу тузилмалар тартибга солиш функциясини бажарадилар, ишлаб чиқарувчига ортиқча ишлаб чиқариш оқибатларини бартараф этишга, сотувчиларга ортиқча товарлардан халос бўлишга ва харидорларга минимал маржа билан товарларни сотиб олишга ёрдам беради.

Ўз-ўзига хизмат кўрсатиш дўконларини ривожлантиришнинг характерли тенденцияларидан бири бу автоматлаштирилган касса бирликларини кенг миқёсда жорий этишдир. Бунда савдонинг ижтимоий-иқтисодий самарадорлиги ошади ва мижозларга хизмат кўрсатишнинг ўртача 14-17 фоизга тезлашиши, инвентаризациядаги хатолар ва суиистеъмолликлар сонининг камайиши, бухгалтерия ҳисоби ва назоратининг соддалаштирилганлигида ифодаланади.

Ҳозирги вақтда хизмат кўрсатиш маданиятини оширишда хизмат кўрсатувчи ходимларнинг меҳнати билан бир қаторда турли техник янгиликлар ҳам катта аҳамиятга эга. Шундай қилиб, Германия дўконларида технологиялар ривожланиб, дўконлардаги ўзига хос жиҳатга айланди. Савдо дўконларини ривожлантириш стратегиясида марказий ўрин ҳар бир истеъмолчига индивидуал ёндашишга берилмоқда. Ушбу йўналишнинг асосий вазифаси дўкон ёки тармоқ савдосини ошириш эмас, балки харидорларнинг ҳар бири билан мулоқот давомида савдо ҳажмини ошириш ҳисобланади. Бунда “содик” мижозлар гуруҳини шакллантириш мақсадида савдо дўконлари махсус клуб карталарини бир неча марта дўконга ташриф буюрган харидорларга бепул тарқатиш кенг оммалашмоқда.

Ривожланган мамлакатларда истеъмол товарлари савдоси икки йўналишда амалга оширилади: биринчидан, стационар дўконлардан мижозларга қўшимча хизмат кўрсатиш шакли сифатида ва иккинчидан, савдо фаолиятининг мустақил шакли сифатида. Биринчи ҳолда, супермаркетларда буюртмалар бўлимлари ташкил этилади, улар телефон орқали буюртмаларни қабул қилади ва уларни маълум бир вақтда мижозларнинг уйига етказиб беради. Иккинчи ҳолда, ихтисослаштирилган буюртма дўконлари яратилади. Баъзи мамлакатларда (АҚШ, Франция) буюртма дўконлари тармоғига ега бўлган ихтисослашган фирмалар мавжуд.

Ноозиқ-овқат маҳсулотларини сотишда буюртма бўйича сотиш ҳамда намуналар бўйича сотиш АҚШ, Германия, Англия, Франция ва бошқа баъзи мамлакатларда кенг тарқалган. Бундай ҳолда, телевизор экрани товарларни таклиф қилиш воситаси бўлиб хизмат қилади. Экрани нафақат маҳсулотни намойиш этади, балки унинг афзалликлари, фойдаланиш имкониятлари, нархини ҳам қайд этади. Маҳсулотни танлагандан сўнг, харидор телефон орқали ёки шахсий компьютер орқали

буюртма беради. Ўз навбатида, савдо компанияси буюртма қилинган товарларни почта орқали жўнатади ёки бошқа йўл билан етказиб беришни таъминлайди. Товарларни сотиш умумий телевизион каналлар ёки кабел телевидениеси орқали амалга оширилиши мумкин.

Ғарб мамлакатларида мобил савдо шахсий савдонинг ривожланган саноатига айланди. Савдоларнинг салмоқли қисми мустақил агентлар ходимлари орқали амалга оширилади, улар ярим кунлик (хафтасига 30 соатдан кам) вақт ҳам савдо билан шуғулланишлари мумкин. Мустақил агентлар ихтисослашган фирмалардан иш ҳақи олмайдилар, балки ушбу фирмалардан товар сотиб оладиган ва уларни истеъмолчиларга тарқатувчи дистрибьюторлардир.

Ғарбий Европа мамлакатларида жўнатма (посилка) савдоси юқори даражага кўтарилди: унинг товарларни сотишнинг умумий ҳажмидаги улуши 5-6% га, индивидуал ассортиментда еса 15-30% га етади. Чакана савдонинг ушбу шакли озиқ-овқат ва ноозиқ-овқат маҳсулотларининг кенг ассортиментида қўлланилади. Ихтисослашган почта буюртмаси фирмалари анъанавий чакана савдо дўконларини очадиган ҳолатлар мавжуд. Бундай дўконларнинг асосий мақсади сотилмаган товарларни почта орқали юбориш шаклида сотиш ҳисобланади. Шу билан бирга, улар маҳаллий товар бозорларида почта жўнатмалари савдосининг ролини фаоллаштиришга, қўшимча харидорларни жалб қилишга ҳисса қўшмоқда. Францияда почта орқали буюртма бериш фирмалари товарларни аҳолидан келган буюртмалар бўйича учта канал орқали сотадилар: почта орқали, шу жумладан электрон почта орқали, телефон орқали, баъзи йирик чакана савдо дўконларида ишлайдиган воситачи буюртма столлари орқали сотишлари мумкин.

Почта буюртмаси компаниялари кўпинча ўйинлар, танловлар ва лотереялар ўтказадилар, улар доимий мижозлар орасида жуда оммалашган ҳисобланади. Ушбу тадбирлар товарларни реклама қилиш ва сотишни

рағбатлантиришнинг самарали воситаси сифатида, витриналар ёки товарларни кўрсатиш учун ускуналар мавжуд бўлмаган ҳолатда почта жўнатмалари кенг қўлланилади.

Кўпгина мамлакатларда жунатиш савдо корхоналари харидорларнинг буюртмаларини қабул қилиш, таклиф этилаётган маҳсулотларни реклама қилиш, мижозлар - ушбу тизим абонентлари фойдаланиши мумкин бўлган электрон каталогларни яратиш учун компютерлаштирилган абонент маълумотномаси ва ахборот тизимларидан фойдаланадилар. Обуначилар сони ортиб бориши билан почта жўнатмалари корхоналарига компютерлаштирилган маълумот-ахборот тизимларининг маиший терминаллари орқали юборилаётган буюртмалар сони ҳамда ушбу буюртмаларнинг почта жўнатмалари корхоналарининг умумий айланмасига қўшган ҳиссаси ҳам ортиб бормоқда.

Товарларни автоматлар орқали сотиш ҳам кенг ривожланган. Савдо автоматлари саноат корхоналарида оралиқ овқатланишни ташкил қилиш учун кенг қўлланилади, бу ерда умумий овқатланиш айланмасининг 15-20% шу тарзда сотилади. Ноозиқ-овқат маҳсулотларини автоматлар орқали сотиш ҳам маълум даражада ривожланмоқда. Улар витриналарда, меҳмонхоналарда, станцияларда, метрода (эркаклар кўйлаги, жинси шимлар, бош кийимлар, галантерея, китоблар, газеталар, журналлар савдоси) ўрнатилади.

Хорижий тажрибадан маълумки автоматик машиналар орқали савдонинг жадал ривожланишига дебет ёки кредит картасидан фойдаланган ҳолда товарлар учун тўловнинг замонавий шаклларини қўллаш савдо хизматлари самародорлигини оширишга ёрдам беради. Ушбу ҳисоблашнинг афзалликлари қуйидагилардан иборат:

- ✓ сотиб олиш жараёнини соддалаштириш;
- ✓ товарлар нархини ўзгартириш қулайлиги (нарх тангалар ва банкноталар номиналига боғлиқ эмас);

- ✓ даромадларни ўғирлаш хавфини камайтириш;
- ✓ тангалар ва банкнотларни инкассация қилиш ва ташиш харажатлари олинмайди;
- ✓ бухгалтерия ҳисоби ва ҳисоботини соддалаштириш.

Нақд пулсиз тўловни жорий қилиш учун автоматлар кредит карталарини қабул қилувчи махсус тўлов механизмлари билан жиҳозланган бўдади.

Автоматлар орқали савдо шаклининг муваффақиятли ишлаши автоматлар орқали сотиш учун товарлар ишлаб чиқариш, қадоқлаш, бир марталик махсус идишларни етказиб бериш, товарларни ташиш каби фаолият соҳалари ишини мувофиқлаштириш орқали кечади.

Сўнгги йилларда хорижий амалиёти электрон тижорат жадал суръатлар билан ривожланмоқда. Бунда кўплаб фирмалар савдо хизматлари турларини кўпайтиришга эътибор қаратмоқда. Шу муносабат билан корхоналарнинг ташкилий тузилмасида ноанъанавий хизматларни (тозалаш хизмати, юбилей, тўйларни видеоёзувга олиш, уй-жойни иситиш хизматлари кабилар) амалга ошириш ва таклиф қилиш бўйича алоҳида бўлимлар шаклланмоқда.

Савдо хизматларини кўрсатиш нафақат АҚШда, балки бошқа саноати ривожланган мамлакатларда ҳам савдо фирмалари фаолиятининг ажралмас қисми ҳисобланади. Савдо хизматлари харидорларга талабни яхшироқ қондириш ва фойдани кўпайтириш учун товарларни сотиб олиш, уларни ташиш ва ишлатишда ёрдам беришга қаратилган. Шу боис хорижий давлатлар тажрибасини пухта ўрганиш ва республикамиз савдо корхоналари амалиётида қўллаш мақсадга мувофиқ ҳисобланади.

Хулоса ва таклифлар. Юқоридагилардан келиб чиқиб савдо хизматларини ривожлантиришнинг хорижий тажрибаси асосида Ўзбекистон Республикасида мазкур хизматларни ривожлантиришда қуйидагиларга устиворлик бериш зарур ҳисобланади. Жумладан:

1. Савдо хизматлари амалиётида харидорлар талабидан келиб чиқиб сотиш учун мўлжалланган товарлар ассортиментига мос уларни жойлаштиришни тизимли ташкил этиш.

2. Савдо хизматларини кўрсатишда махсус мутахассис ходимлар томонидан харидор психологиясини ўрганишга алохида эътибор қаратиш ҳамда шу асосда савдо майдончаларини махсус дизайн асосида ташкил этиш.

3. Товар сотиладиган жойларда харидорларнинг анъаналарини, урф-одатларини ҳисобга олиш ҳамда шунга мос сотиш майдончалари ва жараёнини ташкил этиш.

4. Савдо хизматларини кўрсатишда сотиш майдончалари жойлашиш ҳолатидан келиб чиқиб сотиладиган товарларини хусусиятлари, зичлиги, ассортиментларини ҳисобга олиш ва бошқалардан иборат.

Фойданилган адабиётлар руйхати.

1. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма. // Ғ.Ҳ.Қудратов, Б.А.Абдукаримов, М.Қ.Пардаев, ва бошқалар. // И.ф.д., профессор М.Қ.Пардаевнинг умумий таҳрири остида. – Т.: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ” нашриёти, 2016. – 430 бет.

2. Philip Kotler: Marketing Essentials, 1984. / Филип Котлер: Основы маркетинга. Перевод на русский язык: В. Б. Бобров. — М., 1990.

3. Коваль, А.Г., Пецольд, К. Инновации в розничной торговле: технологии самообслуживания как путь повышения конкурентоспособности компаний. Инновации / А.К. Коваль, К. Пецольд. - 2012 - №7 - с. 78-81.

4. Салливан М., Эдкок Д. Маркетинг в розничной торговле. СПб.: «Нева», 2004. - 384 с.

5. WTO (2019), World Trade Report 2019: The Future of Services Trade, Geneva: WTO.

6. <http://statista.com>.
7. Dr.Kulmamat Mirzaev, Nargiz Sattarova, The factors affecting trade in the Republic of Uzbekistan Uzbekistan Philosophical Readings XIII.4 (2021), pp. 2111-2117. 2111 Info@philosophicalreadings.org 10.5281/zenodo.5599778
8. Surendar Singh & Ram Singh (2022) Economic Imperatives of Evolving National Digital Policy: A Call for a Modern Industrial Policy Framework in India, The International Trade Journal. Issue 5, pp.107-121
9. Simon Abendin, Duan Pingfang & Etse Nkukpornu (2022) Bilateral Trade in West Africa: Does Digitalization Matter?, The International Trade Journal, DOI: [10.1080/08853908.2021.2015488](https://doi.org/10.1080/08853908.2021.2015488)
10. Бойжигитов С. К. Маркетинговые стратегии повышения эффективности (на примере промышленного предприятия)/СК у. Бойжигитов //Маркетинг в России и за рубежом. – 2021. – Т. 1. – С. 95-97.
11. Boyjigitov Sanjarbek Komiljon O'G'Li MARKETING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI VA AMALIY IFODASI // JMBM. 2022. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-faoliyati-samaradorligini-baholashning-nazariy-asoslari-va-amaliy-ifodasi>