

РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ЧАКАНА САВДО КОРХОНАЛАРИДА РАҚОБАТБАРДОШЛИК

Султанова Нигина Уткуровна

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таянч-докторанти

Аннотация: Мазкур мақола рақамли иқтисодиёт шароитида янги ахборот технологияларининг жадал суръатлар билан ривожланиб бориши натижасида ижтимоий-иқтисодий соҳанинг кўп тармоқларида трансформациялашув жараёнларининг рўй бериши ҳақида бўлиб, хизмат кўрсатиш бозорида чакана хизмат кўрсатиш корхоналарининг рақобатбардошлигини таъминлаш бўйича корхоналарнинг рақобатбардошлик даражасини баҳолаш ва рақобатбардошликни таъминлашнинг стратегик йўналишларини амалга ошириш мақоланинг асосий мақсади сифатида ўрганилган.

Калит сўзлар: *Рақамли иқтисодиёт, ахборот-коммуникация технологиялар, рақобат, рақобатбардошлик, савдо хизматлари, чакана савдо хизматлари, корхона, стратегия.*

Аннотация: В данной статье речь идет о трансформационных процессах во многих отраслях социально-экономической сферы в результате бурного развития новых информационных технологий в условиях цифровой экономики, а так же в качестве основной цели статьи исследуется оценка уровня конкурентоспособности предприятий для обеспечения конкурентоспособности предприятий розничного обслуживания на рынке услуг и реализация стратегических направлений обеспечения конкурентоспособности.

Ключевые слова: *Цифровая экономика, информационно-коммуникационные технологии, конкуренция, конкурентоспособность, торговые услуги, розничные торговые услуги, предприятие, стратегия.*

Abstract: This article is about transformation processes in many sectors of the socio-economic sphere as a result of the rapid development of new information technologies in the conditions of the digital economy, and the assessment of the level of competitiveness of enterprises to ensure the competitiveness of retail service enterprises in the service market and the implementation of strategic directions for ensuring competitiveness are the main points of the article.

Key words: *Digital economy, information and communication technologies, competition, competitiveness, trade services, retail trade services, enterprise, strategy.*

Кириш

«XX асрнинг 70-йилларида рақамли иқтисодиётнинг шаклланишида бир қатор олимларнинг илмий тадқиқотлари муҳим рол ўйнади. Ахборот технологияларининг ривожланиши, компьютерни меҳнатнинг асосий воситасига

айланиши ҳамда маълумотлар узатиш тармоқларида глобал тармоқ, интернетнинг вужудга келиши ва шу каби омиллар рақамли иқтисодий ривожлантиришга сабаб бўлди»¹. Глобал ахборот-коммуникация технологияларини ривожлантириш натижасида электрон конъюктуранинг вужудга келганлиги ва ўз фаолиятида ушбу муҳитдан фойдаланадиган етарлича корхоналарни мавжудлиги республикамиз иқтисодийнинг ўзига хос хусусиятларидан бири ҳисобланади. Бу эса, замонавий тадбиркорлик соҳасида ахборот технологиялари имкониятларидан кенг фойдаланиш учун шарт-шароит яратмоқда.² Шу билан бирга, тадбиркорлик фаолиятида ушбу технологиялардан унумли фойдаланиш тадбиркорларнинг ички ва халқаро бозоридаги муваффақиятли фаолияти даражасини белгилайди.

Ҳозирги замонавий бизнеснинг кескин кураш шароитида ҳар қандай бошқарувчи шахс учун, ўзи бошқараётган компаниянинг тақдири шубҳасиз унинг рақобатбардошлигига боғлиқ.

Ўзбекистонда миллий иқтисодий тубдан ислоҳ қилиш жараёнида ижтимоий-иқтисодий сиёсатнинг устувор вазифаларидан бири хизмат кўрсатиш корхоналарининг рақобатбардошлигини ошириш, сифатли товарларни истеъмолчиларга ўз вақтида етказиб бериш ва сотишда замонавий савдо хизматларини ташкил қилиш, ахборот-коммуникация технологиялари имкониятларидан фойдаланишга асосланган савдо ҳамда ушбу хизмат имкониятларидан самарали фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Хизматлар таркибида энг катта улуш савдо хизматлари ҳиссасига тўғри келмоқда, яъни бу кўрсаткич 32,3% ни ташкил этмоқда.

Мамлакатимизда савдо хизматлари корхоналари рақобатбардошлигини таъминлаш учун асосий ёндашувларни қайта кўриб чиқиш зарурати асосан ички хизматлар бозорида хорижий корхоналарнинг мисли кўрилмаган юқори улуши билан боғлиқ.

Бугунги кунда инсон манфаатлари ҳамма нарсадан устун. Савдо ҳар бир минтақа ва умуман мамлакат миқёсида муҳим ижтимоий ва иқтисодий аҳамиятга эга. Демак, савдо - бу товарларни сотиб олиш ва сотиш, мижозларга хизматлар кўрсатиш билан чамбарчас боғлиқ бўлган тадбиркорлик фаолиятининг бир тури.

Чакана савдо хизмати – бу сотувчи ва харидор ўртасида тўғридан-тўғри ўзаро муносабат натижаси бўлиб, олди-сотди шартномаси бўйича тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ бўлмаган, фойдаланиш учун товарларни ўзлаштиришда

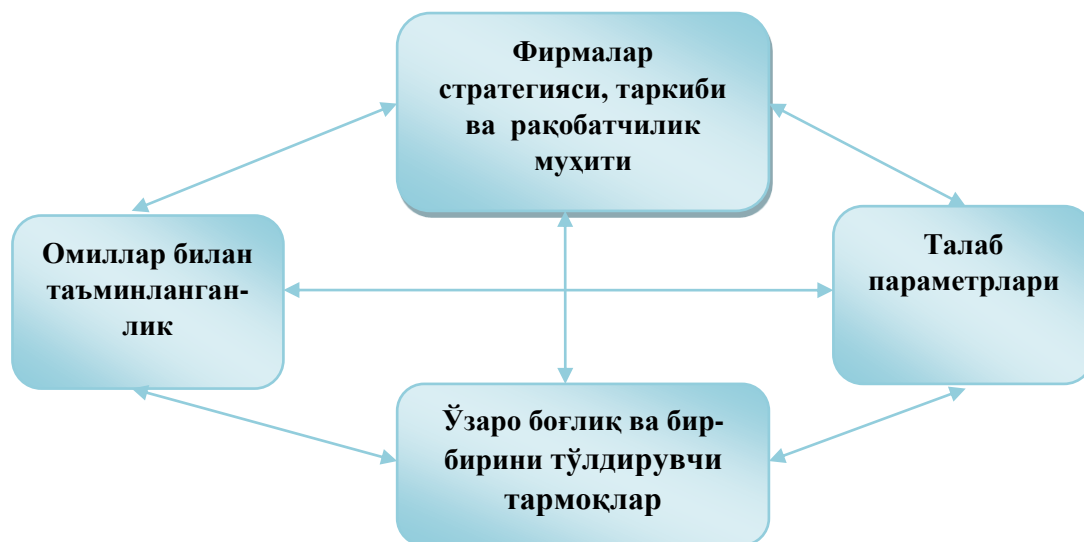
¹ Султонов Ш., Махмудов Л. ва бошқалар., «Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар», Монография. - Т.: «Фан ва технология», 2019. –188 с.

² Аюпов Р., Электрон тижорат асослари, электрон китоб, 2020 й. <https://kitobxon.com/uz/kitob/elektron-tijorat-asoslari>.

харидор талабини қондириш бўйича сотувчининг хусусий фаолияти ҳисобланади.³

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Америкалик олим Портер 1975-1980 йилларда иқтисодиётнинг кўпчилик тармоқларида ўсиш суръатининг пасайиши даврида рақобат стратегияси концепциясини ишлаб чиқди. Корхона диққат марказида нафақат харидорлар эҳтиёжини қондириш, балки бозордаги рақобат кучлари ҳам туради. Портер томонидан кўрсатилган рақобатни ҳаракатга келтирувчи бешта куч қуйидаги чизмада берилган.



1-расм. Рақобатни юзага келтирувчи кучлар.

Майкл Портер назариясига қараганда соҳани ривожланиши ва дунё миқёсида иқтисодий рақобат устунлигига эришиш инновацияларини ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлиб, соҳадаги технологияларни инновацион даражада янгилашни талаб этади. Бу борада ушбу технологияларни қўлланилиши уларни кластерлар юзасидан бошқарувини амалга ошириш йўналишини кўришимизни талаб этади. Бунда маҳсулот ишлаб чиқариш технологиясига тубдан инновацион ўзгартиришларни киритиш натижасида ва ушбу технологияларни бошқариш йўли билан соҳанининг ривожланишида юқори самарасига эришиш имкониятини яратади.

Шунингдек, М.Портер хусусиятлари ва функционал мақсадлари бўйича ўхшаш маҳсулотлар, яъни субститут товарлар ишлаб чиқарувчи корхоналарни ҳисобга олган ҳолда рақобат кучлари ва стратегия турларини ажратиб кўрсатди ҳамда саноатдаги рақобат даражаси бешта рақобат кучларига боғлиқлигини

³ Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие. М.: КНОРУС. 2016. 120 с.

аниқлади:⁴

бозордаги рақибларнинг ички кураши;
янги рақобатчилар хавфи;
ўринбосар, субститут товарларнинг пайдо бўлиши хавфи;
харидорларнинг савдолашиш қобилияти;
етказиб берувчиларнинг савдолашиш қобилияти.

Портернинг беш рақобат кучлари моделини таҳлил қилиш корхонанинг кучли ва заиф томонларини аниқлашга, стратегик ўзгаришлар бизнес самарадорлигини ошириш учун максимал натижаларни берадиган соҳаларни аниқлашга, бозордаги рақобат даражаси ва фирманинг рақобатдош устунлиги ўртасидаги боғлиқликни кўрсатадиган рақобат матричасини тузишга имкон беради.⁵

Ушбу матрицанинг квадрантлари тўртта рақобат стратегиясини ифодалайди:

харажатларни тежаш бўйича етакчилик стратегияси - моддий ресурслар, ишлаб чиқариш ҳамда товар ва хизматларни сотиш учун умумий харажатларни камайтиришни назарда тутаяди;

харажатларни муқобиллаштириш стратегияси - оптимал даражага харажатларни минималлаштиради, бу фойдали бозор сегментлари учун сифатли товарлар ва хизматларни ишлаб чиқаришнинг максимал ҳажмини олиш имконини беради;

дифференциация стратегияси - истеъмолчи талабидан келиб чиққан ҳолда ноёб товарлар ишлаб чиқаришнинг асосий мақсадини белгилайди;

йўналтирилган дифференциация стратегияси – истеъмолчиларни уларнинг диди ва талабларига энг мос келадиган товар ва хизматлар билан таъминлашга қаратилган.

Таҳлил ва натижалар

Олиб борилган тадқиқотлар шуни кўрсатдики, ҳозирги шароитда савдо корхоналари ўртасида харидор учун кураш кучаймоқда, бунинг натижасида бозорда етакчилик учун кураш максимал тезликка эришмоқда. Савдо концентрациясининг кучайиши кузатилиши оқибатида чакана нархлар белгиланиб, савдо фаолиятининг рентабеллиги пасаймоқда. Бундай шароитда сегментация мавжудлиги сабаб бозор тўйинганликни бошдан кечирмоқда. Шу билан биргаликда рақобат стратегияларининг аҳамияти ҳам ортиб бормоқда,

⁴ Porter M.E., Kramer M.R. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility [Текст] / М.Е. Портер.- Harvard Business Review, 2006 December., Pp. 78-92.

⁵ Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. - пер. с англ./ Под редакцией и с предисловием В.Д.Щетинина. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.

янги савдо форматларини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратилмоқда. Концентрациянинг кучайиши корхоналарнинг ўзгарувчан истеъмолчилар эҳтиёжларини ўрганиш учун молиялаштириш ҳажмининг ошишига олиб келади, бундан кўриниб турибдики, чакана сотувчилар истеъмолчиларнинг содиқлиги учун ўзаро курашни бошлайдилар. Рақобатнинг кучайиши савдо жараёнларининг рентабеллигини пасайтиради, бундай шароитда корхоналар ассортиментни оптималлаштиришга ва логистик самарадорликни оширишга мажбур бўлади.⁶

Бугунги кунда мамлакатимизда рақамли иқтисодиёт шароитида кўп форматли (йўналишли) савдо жадал ривожланмоқда, бу ерда ҳар бир формат миждога йўналтирилганлик ёндашуви билан ажралиб туради ва аҳолининг даромадлари, ёши ва бошқа бир қатор кўрсаткичлардан қатъий назар эҳтиёжларини тўлиқ қондиришга қаратилган. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 28.01.2022 йилдаги ПФ-60-сонли Фармонида мувофиқ «Ҳаракатлар стратегиясидан — Тараққиёт стратегияси сари» тамойилига асосан ишлаб чиқилган етти та устувор йўналишдан иборат 2022 — 2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг Тараққиёт стратегиясида миллий иқтисодиётни жадал ривожлантириш ва юқори ўсиш суръатларини таъминлаш бўйича вазифалар белгиланди, хусусан, **Иқтисодиёт тармоқларида барқарор юқори ўсиш суръатларини таъминлаш орқали келгуси беш йилда аҳоли жон бошига ялпи ички маҳсулотни — 1,6 баравар ва 2030 йилга бориб аҳоли жон бошига тўғри келадиган даромадни 4 минг АҚШ долларидан ошириш ҳамда «даромади ўртачадан юқори бўлган давлатлар» қаторига кириш учун замин яратиш, бунинг учун эса макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш ва йиллик инфляция даражасини 2023 йилда босқичма-босқич 5 фоизгача пасайтириш мақсад қилинди. Шунингдек, ҳудудларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларини ривожлантириш орқали кейинги 5 йилда хизмат кўрсатиш ҳажмини 3 бараварга ошириш ҳамда ушбу йўналишда жами 3,5 миллион янги иш ўринларини яратиш, шаҳар ва туманлар марказларида аҳолининг кундалик эҳтиёжи юқори бўлган маиший ва коммунал хизматларни ривожлантириш бўйича пуллик сантехника, электрик, уй жиҳозларини таъмирлаш, кейтеринг каби хизматларни кўрсатиш пунктларини ривожлантириш, республика ҳудудларида савдо ва йўлбўйи хизматларини ривожлантириш орқали 130 та замонавий бозорлар ва савдо комплекслари, шунингдек, йўлбўйи инфратузилмасини ривожлантириш бўйича 65 та йирик ҳамда 5000 та кичик хизмат кўрсатиш объектларини ташкил этиш, сервис соҳасида яширин иқтисодиёт улушини 3 бараварга қисқартириш, хизматлар соҳасининг жозибдорлигини ошириш мақсадида соҳадаги тадбиркорлик субъектларига қўшимча имтиёзлар тақдим этиш кўзда тутилган бўлиб, савдони ривожлантириш**

⁶ Дзахмишева И.Ш. Методика оценки конкурентоспособности услуг в розничной торговой сети / И. Ш. Дзахмишева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2004.-№3.-С. 93-108.

стратегияси орқали тармоқ ва масофавий савдони ривожлантиришни, шунингдек, таъминот занжири кенгайтиришни назарда тутди. Савдони ривожлантириш стратегиясига мувофиқ, ярмаркалар, қишлоқ хўжалиги ва улгуржи озиқ-овқат бозорлари давлат томонидан қўллаб-қувватланади, бу маҳаллий ишлаб чиқарувчиларга етказиб беришни диверсификация қилиш ва арзон товар тарқатиш каналларини олиш имконини беради.⁷

Хулоса

Рақамли иқтисодиёт шароитида савдо корхоналарининг рақобатбардош стратегияларини шакллантиришга мавжуд ёндашувларни кўриб чиқиш замонавий рақобат стратегияларини ишлаб чиқиш ва амалга оширишда сезиларли камчиликлар аниқлади: булардан бири - “рақобатбардошлик” ҳамда “рақобат стратегияси” доминант таърифлари ўзаро боғлиқлигининг ҳисобга олинмаслиги.⁸ Уларнинг ўртасидаги асосий боғланиш чакана савдо корхоналарининг стратегик салоҳияти бўлиб, у молиявий имкониятлар, савдо салоҳияти, сотилган маҳсулотларнинг рақобатбардошлиги, меҳнат салоҳияти, моддий-техника салоҳияти, бренд рақобатбардошлиги кабилар билан ифодаланади. Доминант таърифларнинг муносабати 2-расмда кўрсатилган.



2-расм. Доминант таърифларнинг муносабати (муаллиф томонидан асосида ишлаб чиқилган)

Ушбу инновацион стратегиялардан ҳар қандай корхона ўз фаолиятини кенгайтириш, рақобатбардошлигини ошириш мақсадида фойдаланиши мумкин. Агар, корхона ўзининг инновацион стратегиясини амалга оширишда, лойиҳадан унумли фойдалана олса, ўз мижозлари ва ҳамкорлари билан жуда самарали

⁷ Богданов М.С. Оценка конкурентоспособности предприятия сетевой розничной торговли // Теория и практика общественного развития. 2012. №8. С. 350-353.

⁸ Лукьяненко В.Н. Соотнесение понятий «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества» // Вестник ЗабГУ. 2014. №6. С. 114-120.

муносабатларни ўрнатиш имкониятига эга бўлади.⁹ Аммо, бу ҳолда, корхона корпоратив лойиҳалар сабаб ўзининг асосий фаолиятини тубдан ўзгартирмайди, аксинча, фаолиятини кенгайтириш учун имконият яратади. Шундан келиб чиқиб айтиш мумкинки, чакана савдо корхоналари ўзларининг инновацион фаолияти ва илмий-техник таъминотининг ҳақиқий ҳолатини ҳамда уни ривожлантириш имкониятларини таҳлилини амалга оширмасдан туриб, инновацион стратегиясини ишлаб чиқиши, стратегик мақсадлар ва умумий-иқтисодий стратегиясини амалга ошириши кутилган ижобий натижани бериш эҳтимоли жуда кам.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Дзахмишева И.Ш. Методика отценки конкурентоспособности услуг в розничной торговой сети / И. Ш. Дзахмишева // Маркетинг в России и за рубежом. - 2004.-№3.-С. 93-108.
2. Богданов М.С. Оценка конкурентоспособности предприятия сетевой розничной торговли // Теория и практика общественного развития. 2012. №8. С. 350-353.
3. Парамонова Т.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли: учебное пособие. М.: КНОРУС. 2016. 120 с.
4. Мариншоев М.М. Методические основы оценки показателей услуг розничной торговли // Синергия. 2017. № 5. С. 33-40.
5. Хлопенко О.В. Управление конкурентоспособностью услуг розничной торговли // Вестник ДГТУ. 2013. № 3-4. С. 150- 155
6. Лукьяненко В.Н. Соотнесение понятий «конкурентоспособность» и «конкурентные преимущества» // Вестник ЗабГУ. 2014. №6. С. 114-120.
7. Портер М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер. - пер. с англ./ Под редакцией и с предисловием В.Д.Щетинина. - М.: Международные отношения, 1993. - 896 с.
8. Султонов Ш., Шавкиев Э., Кувандиков Ш. ва бошқалар., «Хизмат кўрсатиш соҳасини модернизациялаш ва аҳоли фаровонлигини юксалтириш: муаммо ва ечимлар», Монография.- Т.: «Фан ва технология», 2019. –188 с.
9. Аюпов Р., Электрон тижорат асослари, электрон китоб, 2020 й. <https://kitobxon.com/uz/kitob/elektron-tijorat-asoslari>.

⁹ Мариншоев М.М. Методические основы оценки показателей услуг розничной торговли // Синергия. 2017. № 5. С. 33-40.