CHAKANA SAVDO TARMOQLARIDA XARIDORGA XIZMAT KO'RSATISH TAJRIBASINI BOSHQARISH ORQALI XIZMATLAR SAMARADORLIGINI OSHIRISH

Ibragimova Nilufar Ziyadullaevna
Sharof Rashidov nomidagi Samarqand davlat universiteti tadqiqotchisi
Tel.: +998 99 957-72-36, E-mail: ibragimovanilufar493@gmail.com

Annotatsiya. Tezisda O'zbekiston chakana savdosining 2025-yildagi tarkibiy o'zgarishlari asosida savdo tarmoqlarida xaridorga xizmat ko'rsatish tajribasini boshqarish zarurati asoslangan. Xizmat tajribasini xaridor yo'li bosqichlari bo'yicha baholashga mo'ljallangan ko'rsatkichlar tizimi, integral indeks va indeks darajalariga mos boshqaruv choralari taklif etilgan.

Kalit so'zlar: chakana savdo tarmog'i, xizmat ko'rsatish tajribasi, xaridor yo'li, xizmat sifati, o'rtacha chek, konversiya, integral indeks.

Аннотация. В тезисе на основе структурных изменений розничной торговли Узбекистана в 2025 году обоснована необходимость управления клиентским опытом обслуживания в торговых сетях. Предложены система показателей для оценки клиентского опыта по этапам пути покупателя, интегральный индекс и меры управления, соответствующие уровням индекса.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, клиентский опыт обслуживания, путь покупателя, качество обслуживания, средний чек, конверсия, интегральный индекс.

Abstract. Based on the structural changes in Uzbekistan's retail trade in 2025, the thesis substantiates the need to manage the customer service experience in retail chains. A system of indicators for assessing customer experience across the stages of the customer journey, an integral index and management measures corresponding to the index levels are proposed.

Keywords: retail chain, customer service experience, customer journey, service quality, average receipt, conversion rate, integral index.

O'zbekiston iqtisodiyotida chakana savdo aholining iste'mol talabini qondiruvchi va bandlikni ta'minlovchi asosiy tarmoqlardan biri hisoblanadi. 2025-yilning yanvar–dekabr oylarida respublikaning chakana savdo tovar aylanmasi 482 443,1 mlrd so'mni tashkil etib, 2024-yilga nisbatan 11,2 foizga o'sdi. Tarmoqda band bo'lganlar soni 1,5 mln kishidan oshgan bo'lib, ularning jami bandlikdagi ulushi 10,1 foizga teng.

"2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi"da xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish va aholiga ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Savdo faoliyatida onlayn nazorat-kassa texnikasi, fiskal cheklar va elektron hisobvaraq-fakturalarning keng qo'llanilishi tovar aylanmasining rasmiy hisobga olinish darajasini oshirdi. Natijada savdo tarmoqlarida xizmat ko'rsatish jarayonlarini raqamli ma'lumotlar asosida baholash uchun axborot bazasi shakllandi.

So'nggi yillarda chakana savdoning institutsional tarkibi sezilarli o'zgardi. Bozorlarning chakana tovar aylanmasidagi ulushi 2016-yildagi 69 foizdan 2025-yilda 48 foizga qisqargan, savdo korxonalarining ulushi esa 47 foizga yetgan. 2026-yilning yanvar–may oylarida chakana savdo tovar aylanmasi 210 243,1 mlrd. so'mni tashkil etib, o'tgan yilning mos davriga nisbatan 20,7 foizga o'sgan. O'sishning tezlashuviga savdo faoliyatining rasmiylashtirilishi va soliq rag'batlari ta'sir ko'rsatgan.

Tovar aylanmasining zanjirli savdo tarmoqlari tomon siljishi raqobatning narx omilidan xizmat ko'rsatish sifati omiliga o'tishini taqozo etadi. A.Parasuraman, V.Zeithaml va L.Berry xizmat sifatini

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

moddiy muhit, ishonchlilik, xizmatga tayyorlik, kafolat va xaridorga e'tibor o'lchovlari orqali baholashni taklif etgan. K.Lemon va P.Verhoef, D.Grewal, M.Levy va V.Kumar ishlarida xaridor tajribasi xaridorning tarmoq bilan barcha aloqa nuqtalarida shakllanadigan kognitiv, emotsional va ijtimoiy javoblari majmui sifatida talqin etiladi. Mahalliy tarmoqlar amaliyotida esa xizmat samaradorligi asosan tovar aylanmasi hajmi bilan baholanib, xaridor yo'lining alohida bosqichlaridagi xizmat natijalari hisobga olinmaydi. Mazkur tezisning maqsadi chakana savdo tarmoqlarida xizmat tajribasini boshqarishga asoslangan samaradorlik baholash tizimini ishlab chiqishdan iborat.

Xizmat tajribasini boshqarish ehtiyoji eng avvalo tarmoqlashgan, standartlashtirilgan xizmat ko'rsatishga qodir yirik savdo subyektlarida yuzaga keladi. Shu sababli chakana savdo tovar aylanmasining xo'jalik yurituvchi subyektlar kesimidagi tarkibi tahlil qilindi (1-jadval).

1-jadval

O'zbekiston Respublikasi chakana savdo tovar aylanmasining subyektlar kesimidagi tarkibi

Ko'rsatkich	**2025-yil, mlrd so'm**	**Ulushi 2024-yil, %**	**Ulushi 2025-yil, %**	**O'sish sur'ati 2025/2024, %**
Chakana savdo tovar aylanmasi, jami	482 443,1	100,0	100,0	111,2
Yirik korxonalar	81 939,9	15,8	17,0	119,8
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari	400 503,2	84,2	83,0	109,6

1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yilda yirik korxonalarning chakana tovar aylanmasi 19,8 foizga, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlariniki esa 9,6 foizga oshgan. O'sish sur'atlaridagi 10,2 foiz punktlik farq natijasida yirik korxonalarning ulushi bir yilda 15,8 foizdan 17,0 foizga ko'tarilgan. Kichik biznes tarkibidagi uyushmagan savdo 43 903,1 mlrd. so'mni yoki jami aylanmaning 9,1 foizini tashkil etgan. Demak, aylanmaning qariyb o'ndan bir qismi hali ham standartlashtirilgan xizmat ko'rsatish talablaridan tashqarida qolmoqda. Yetti yirik savdo tarmog'ining 2025-yil yanvar-may oylaridagi tovar aylanmasi 7,1 trln. so'mdan oshgan, o'rtacha chek esa 77,8 ming so'mga teng bo'lgan. Bu holat zanjirli tarmoqlarda bir xaridga to'g'ri keladigan tushum xizmat ko'rsatish sifatiga bevosita bog'liq ekanini ko'rsatadi.

Tarmoq samaradorligini faqat tovar aylanmasi bilan o'lchash xizmat ko'rsatishning qaysi bosqichida tushum yo'qotilayotganini aniqlash imkonini bermaydi. Xaridor yo'li to'rt bosqichdan iborat deb qaraladi. Xariddan oldingi bosqichda xaridor do'konga kiradi, tovarni izlaydi va tanlov qiladi. Xarid bosqichi tovarning javonda mavjudligi va kassada hisob-kitob jarayonini qamrab oladi. Xariddan keyingi bosqichda tovarni qaytarish, almashtirish va shikoyatlarni ko'rib chiqish xizmatlari ko'rsatiladi. Takroriy xarid bosqichida esa xaridorning tarmoqqa sodiqligi shakllanadi. Har bir bosqich uchun alohida ko'rsatkich belgilangan baholash tizimi taklif etildi (2-jadval).

2-jadval

Chakana savdo tarmog'ida xizmat tajribasi samaradorligini baholash ko'rsatkichlari tizimi

Xaridor yo'li bosqichi	**Ko'rsatkich**	**Hisoblash usuli**	**Vazni (w)**
Xariddan oldingi bosqich	Tashrifning xaridga aylanish darajasi (konversiya)	Cheklar soni / do'konga tashriflar soni × 100	0,25

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Xarid bosqichi	Kassada kutish me'yoriga rioya darajasi	3 daqiqagacha xizmat ko'rsatilgan xaridorlar / jami xaridorlar × 100	0,20
Xarid bosqichi	Tovar mavjudligi darajasi	Javonda mavjud assortiment pozitsiyalari / rejadagi pozitsiyalar × 100	0,20
Xariddan keyingi bosqich	Qaytarish va shikoyatlarni hal etish darajasi	Belgilangan muddatda hal etilgan murojaatlar / jami murojaatlar × 100	0,15
Takroriy xarid bosqichi	Sodiq xaridorlar ulushi	Oyda ikki va undan ortiq xarid qilgan sodiqlik kartasi egalari / faol karta egalari × 100	0,20

2-jadvalda keltirilgan ko'rsatkichlar xizmat tajribasini xaridorning tarmoq bilan aloqasi boshidan takroriy xaridgacha qamrab oladi. Konversiya darajasiga eng yuqori vazn (0,25) berilgan, chunki u do'konga tashrif buyurgan xaridorning ehtiyoji qondirilganini bevosita ifodalaydi. Kutish me'yori, tovar mavjudligi va sodiq xaridorlar ulushi teng vaznga (0,20) ega. Murojaatlarni hal etish ko'rsatkichining vazni (0,15) nisbatan past, chunki u xaridorlarning kichik qismiga taalluqli. Ko'rsatkichlarning barchasi tarmoqning kassa tizimi, tashriflarni hisoblash datchiklari va sodiqlik dasturi ma'lumotlari asosida oylik hisoblanadi. Ular asosida xizmat tajribasining integral indeksi aniqlanadi:

$I_{xt} = \Sigma\, w_i \cdot (x_i / x_i^{me'yor}), \quad \Sigma\, w_i = 1,$

bu yerda: I_{xt} – xizmat tajribasining integral indeksi; x_i – i-ko'rsatkichning haqiqiy qiymati; $x_i^{me'yor}$ – tarmoq tomonidan belgilangan me'yoriy qiymat; w_i – ko'rsatkich vazni; n – ko'rsatkichlar soni (n = 5).

Indeks qiymatiga ko'ra do'kon yoki tarmoqdagi xizmat tajribasi uch darajaga ajratiladi. Har bir daraja uchun alohida boshqaruv choralari ishlab chiqildi (3-jadval).

3-jadval

Xizmat tajribasi integral indeksining darajalari va boshqaruv choralari

Daraja	**Indeks qiymati**	**Xizmat holati**	**Boshqaruv choralari**
Yuqori	1,0 dan yuqori	Xizmat ko'rsatkichlari me'yordan oshgan	Do'kon tajribasini tarmoqning boshqa do'konlariga tarqatish, savdo zali xodimlarini rag'batlantirish
Me'yoriy	0,85-1,0	Ko'rsatkichlar me'yor atrofida, ayrimlari undan past	Me'yordan eng ko'p chetlashgan ko'rsatkich bo'yicha maqsadli tadbirlar rejasini tuzish
Past	0,85 dan past	Bir necha bosqichda tushum yo'qotilmoqda	Kassa va xodimlar sonini qayta taqsimlash, assortimentni tiklash, haftalik monitoring

3-jadvaldan ko'rinadiki, integral indeks faqat baholash vositasi bo'lib qolmay, boshqaruv qarorlarini tanlash mezoni vazifasini ham bajaradi. Past darajadagi do'konlarda choralar tezkor xarakterga ega bo'lib, monitoring davriyligi oylikdan haftalikka o'tkaziladi. Me'yoriy darajada resurslar faqat eng zaif ko'rsatkichga yo'naltiriladi. Shu tariqa tarmoq rahbariyati cheklangan moddiy va mehnat resurslarini xizmat ko'rsatishdagi eng zaif bo'g'inlarga qaratish imkoniga ega bo'ladi.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Taklif etilgan tizimni amaliyotga joriy etish uchun uchta shart bajarilishi lozim. Birinchidan, kassa tizimi, tashriflarni hisoblash datchiklari va sodiqlik dasturi ma'lumotlari yagona tahliliy bazaga birlashtirilishi kerak. Ikkinchidan, har bir ko'rsatkich uchun tarmoq miqyosida me'yoriy qiymatlar belgilanishi talab etiladi. Uchinchidan, indeks natijalari do'kon rahbarlari va savdo zali xodimlarining faoliyatini baholash tizimiga kiritilishi zarur.

Xulosa

O'tkazilgan tahlil asosida quyidagi xulosa va takliflar ishlab chiqildi.

1. 2025-yilda yirik korxonalar chakana tovar aylanmasining o'sish sur'ati (119,8 %) kichik biznes subyektlarinikidan (109,6 %) 10,2 foiz punktga yuqori bo'lgan. Bu chakana savdoda raqobatning xizmat ko'rsatish sifati omiliga ko'chayotganini ko'rsatadi.

2. Savdo tarmoqlarida xizmat samaradorligini baholashda tovar aylanmasi ko'rsatkichini xaridor yo'li bosqichlari bo'yicha xizmat natijalari bilan to'ldirish maqsadga muvofiq. Taklif etilgan besh ko'rsatkichli tizim va integral indeks tushum yo'qotilayotgan bosqichni do'kon darajasida aniqlash imkonini beradi.

3. Integral indeks darajalariga bog'langan boshqaruv choralari tarmoq resurslarini xizmat ko'rsatishning zaif bo'g'inlariga yo'naltirishni ta'minlaydi.

4. Indeksni hisoblash uchun tarmoqlarda kassa tizimi, tashriflarni hisoblash datchiklari va sodiqlik dasturi ma'lumotlarini yagona tahliliy bazaga birlashtirish lozim.

5. Indeks natijalarini savdo zali xodimlarini moddiy rag'batlantirish tizimiga bog'lash hamda kassada kutish vaqti, tovar mavjudligi va murojaatlarni hal etish muddati bo'yicha ichki xizmat ko'rsatish standartlarini joriy etish tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmoni.
2. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing. – 1988. – Vol. 64, No. 1. – P. 12-40.
3. Lemon K.N., Verhoef P.C. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey // Journal of Marketing. – 2016. – Vol. 80, No. 6. – P. 69-96.
4. Verhoef P.C., Lemon K.N., Parasuraman A. et al. Customer Experience Creation: Determinants, Dynamics and Management Strategies // Journal of Retailing. – 2009. – Vol. 85, No. 1. – P. 31-41.
5. Grewal D., Levy M., Kumar V. Customer Experience Management in Retailing: An Organizing Framework // Journal of Retailing. – 2009. – Vol. 85, No. 1. – P. 1-14.
6. O'zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati (2025-yil yanvar–dekabr). – Toshkent: Milliy statistika qo'mitasi, 2026. – https://stat.uz
7. O'zbekiston Respublikasida chakana va ulgurji savdo tovar aylanmasi (2026-yil yanvar–may). – Toshkent: Milliy statistika qo'mitasi, 2026. – https://stat.uz
8. Оборот розничной и оптовой торговли Республики Узбекистан (январь–декабрь 2025 г.): пресс-релиз. – Ташкент: Национальный комитет по статистике, 2026. – https://stat.uz
9. Retail trade in Uzbekistan. – Almaty: Halyk Finance, 2026. – https://halykfinance.kz

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.