

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/28.02.2022.I.18.01 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

BUXORO MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI

O'RINOV YIGITALI MURATOVICH

**CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA XIZMATLAR SIFATINI
BAHOLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti

**IQTISODIYOT FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD) DISSERTATSIYASI
AVTOREFERATI**

Samarqand – 2024

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi
avtoreferati mundarijasi**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)
по экономическим наукам**

**Content of dissertation abstract of Doctor of philosophy (PhD)
on economic sciences**

O‘rinov Yigitali Muratovich

Chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash tizimini

takomillashtirish 3

Уринов Йигитали Муратович

Совершенствование системы оценки качества услуг на предприятиях

розничной торговли 27

Urinov Yigitali Muratovich

Improving the system of assessment of the quality of services in retail trade

enterprises..... 53

E‘lon qilingan ishlar ro‘uxati

Список опубликованных работ

List of published works 57

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI
HUZURIDAGI ILMIY DARAJALAR BERUVCHI
PhD.03/28.02.2022.I.18.01 RAQAMLI ILMIY KENGASH**

BUXORO MUHANDISLIK-TEXNOLOGIYA INSTITUTI

O'RINOV YIGITALI MURATOVICH

**CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA XIZMATLAR SIFATINI
BAHOLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti

**IQTISODIYOT FANLARI BO'YICHA FALSAFA DOKTORI (PhD) DISSERTATSIYASI
AVTOREFERATI**

Samarqand – 2024

Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) mavzusi Oliy attestatsiya komissiyasida B2021.4.PhD/Iqt1929 raqam bilan ro'yxatga olingan.

Dissertatsiya ishi Buxoro muhandislik-texnologiya institutida bajarilgan.
Dissertatsiya avtoreferati uch tilda (o'zbek, rus, ingliz (rezyume)) ilmiy kengash veb-sahifasi (www.sies.uz) va "Ziyonet" Axborot-ta'lim portalida (www.ziyonet.uz) joylashtirilgan.

Ilmiy rahbar: **Nasimov Dilmurod Abdulloyevich**
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Rasmiy opponentlar: **Urazov Komil Bahromovich**
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Suyunov Dilmurod Xolmuradovich
iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Yetakchi tashkilot: **Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti**

Dissertatsiya himoyasi Samarqand iqtisodiyot va servis instituti huzuridagi ilmiy darajalar beruvchi PhD.03/30.12.2019.I.18.01 raqamli Ilmiy kengashning 2024-yil "23" 02 kuni soat 15:00__dagi majlisida bo'lib o'tadi. Manzil:140100, Samarqand shahri, Amir Temur ko'chasi, 9-uy. Tel.: (99866) 233-19-84; faks: (998 66) 231-12-53; e-mail: sies_info@edu.uz.

Dissertatsiya ishi bilan Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Axborot-resurs markazida tanishish mumkin (_072_raqami bilan ro'yxatga olingan). Manzil:140100, Samarqand shahri, Amir Temur ko'chasi, 9-uy. Tel.: (99866) 233-19-84; faks: (998 66) 231-12-53; e-mail: sies_info@edu.uz.

Dissertatsiya avtoreferati 2024-yil "10" 02 kuni tarqatildi.
(2024-yil "10" 02__dagi №_02__raqamli reestr bayonnomasi).

M.E.Po'latov
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash raisi, i.f.d., professor

Sh.A.Kuvandikov
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash ilmiy kotibi, i.f.d., dotsent

M.M.Muxammedov
Ilmiy darajalar beruvchi Ilmiy kengash qoshidagi Ilmiy seminar raisi, i.f.d., professor

KIRISH (falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahonda aholi turmush darajasi sifatini oshirishda an'anaviy tarzda chakana savdo muhim ahamiyat kasb etgan holda, ishlab chiqarishning ijtimoiylashuvi sharoitida shartli ravishda ishlab chiqarishni yakunlovchi va iste'molchi bilan uchrashuvni tashkil qiluvchi bo'g'in sifatida chakana savdoning ahamiyati yanada o'sib bormoqda. "Jahonda chakana savdo hajmi 2021-yildagi 24,2 trillion. AQSH dollari hajmidan 2025-yilga kelib, taxminan 31,7 trillion AQSH dollarini tashkil etishi prognoz qilingan bo'lib, globallashtirish va bozorlar hamda mamlakatlar o'rtasidagi turli shartnoma va kelishuvlar natijasida ko'plab chakana savdo korxonalari biznes yuritish imkoniyatiga ega bo'lishi kutilmoqda"¹. Bugungi kunda chakana savdo xizmatlarini rivojlantirish bilan bir qatorda, xizmat ko'rsatish sifatini baholashga ko'ra iste'molchilar talabini yuqori darajada qondirish muammolariga alohida ahamiyat qaratilmoqda.

Jahonda chakana savdoni rivojlantirish va savdo xizmatlari sifatini baholash tizimini takomillashtirishda aholi turmush darajasi sifatini oshirish sharoitida chakana savdoni innovatsion texnologiyalarga ko'ra rivojlantirish, savdo ishlab chiqarishini ratsional tashkil qilish, chakana savdo xizmatlari tarkibini kengaytirgan holda savdo xizmatlari sifatini integral baholash uslubiyatini takomillashtirishga yo'naltirilgan ilmiy tadqiqotlarga ustuvor darajada qaralmoqda. Bu borada elektron tijoratni samarali rivojlantirish, chakana savdo xizmatlari sifatini baholash uslubiyatini komplekslik darajasiga ko'ra takomillashtirish, savdo tizimining innovatsion rivojlanish yo'nalishlarini uslubiy jihatdan aniqlashtirgan holda uning samarali yo'llarini asoslash kabi mavzulardagi tadqiqotlar muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Yangi O'zbekiston iqtisodiyotida chakana savdo korxonalar faoliyatining barqaror va samarali rivojlanishi, xizmat sifati bilan bir qatorda xizmat madaniyatini oshirish, savdo korxonalarini sifatli mahsulotlar bilan to'ldirish, tarkibni optimallashtirish va assortimentni kengaytirish hamda savdo ishlab chiqarishini samarali tashkil qilish kabi yo'nalishlarda dasturiy chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. "Yurtimizda 2 mingdan ziyod mahalla xizmatlar sohasiga ixtisoslashgan. Bunday hududlarni ko'paytirish maqsadida, aholisi 20 mingdan oshadigan mahallalarda chakana savdo va xizmat ko'rsatish markazlari tashkil etiladi. Bu markazlar ham 5 yil muddatga yer va mol-mulk solig'idan ozod etiladi"². Bu vazifalarni hal etishda chakana savdo xizmatlari sifatini baholash uslubiyatini takomillashtirish, iste'molchilarning chakana savdo xizmatlariga talabini to'laroq qondirish, savdo tizimini innovatsion rivojlantirish kabi yo'nalishlarda ilmiy-tadqiqotlarni chuqurlashtirish maqsadga muvofiq.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 6-sentyabrdagi PF-5813-son "Savdo va xizmat ko'rsatish sohasidagi hisob-kitoblar tizimiga zamonaviy axborot

¹ <https://www.statista.com/statistics/report-content/statistic/443522>

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida 2022-yil 19-aprel kuni mahallabay ishlash tizimi natijadorligini oshirish hamda aholi bandligini ta'minlash masalalari yuzasidan videoselektor yig'ilishi. <https://president.uz/uz/lists/view/5133>

texnologiyalarini joriy qilish hamda ushbu sohada jamoatchilik nazoratini kuchaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”, 2021-yil 30-sentyabrdagi PF-6318-son “Xizmatlar sohasini qo‘llab-quvvatlashga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmonlari, Vazirlar Mahkamasining 2003-yil 13-fevraldagi 75-son “O‘zbekiston Respublikasida chakana savdo qoidalarini hamda O‘zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalarini tasdiqlash to‘g‘risida”gi qarori hamda mazkur sohaga tegishli boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda mazkur dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo‘nalishlariga mosligi. Dissertatsiya tadqiqoti respublika fan va texnologiyalar rivojlanishining I. “Demokratik va huquqiy jamiyatni ma‘naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish” ustuvor yo‘nalishga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o‘rganilganlik darajasi. Servis iqtisodiyotining rivojlanishi, iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlash, iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlik, inson kapitalini rivojlanishi muammolarining fundamental asoslari xorijlik olimlar³, jumladan, J.M.Keyns, A.Marshall, M.Fisher, K.X.Xaksever, B.R.Render, R.S.Rassel, R.G.Merdik, A.Pigu, Y.A.Shumpeter va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan.

Chakana savdo sohasida xizmatlar sifatini baholash masalalarining ilmiy-metodologik jihatlari xorijlik olimlar⁴, jumladan: N.A.Barkan, A.Vetitnev, I.Voinov, Yu.Ye.Gupanova, I.Sh.Dzaxmishева, V.F.Yegorovoy, E.Nyumen, N.Ye.Nikolaychuk, M.A.Nikolayeva, P.Kolen, S.V.Trusova, D.K.Shevchenko, O.V.Pamxbuxchiyans va boshqalar tomonidan tadqiq qilingan.

³ Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Пер. сангл. проф. Н.Н.Любимова, под. ред. д.э.н., проф. Л.П.Куракова. – М.: МИЭМП, 2010; Маршалл А. Принципы экономической науки / А.Маршалл: В 3 т. – М.: Прогресс-Т.3. 1984. –119 с.; Regional labor markets. Analytical contributions and cross-national comparisons. Ed. by. M.Fischer and P.Nijkamp. — Elsevier Science Publishing Co, 1987. -500 p.; Управление и организация в сфере услуг: теория и практика: Service Management and Operation – 2-е международ. изд. (пер. с англ под науч. ред. В.В.Кулибановой) / К.Х.Хаксевер, Б.Р.Рендер, Р.С.Рассел, Р.Г.Мердик. – СПб и др.: ПИТЕР бух, 2002. – 751 с.; Пигу А. Экономическая теория благосостояния / Пигу А.: В 2 т. – М.: Прогресс — Т.2- 1985. – 240 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / Й. Шумпетер: пер. с англ. предисл. В.С. Автономова. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

⁴ Баркан Н. А. Качество услуг и культура обслуживания населения / Н. А. Баркан, Я. С. Дцгаров. — М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984; Ветитнев А. Методология оценки качества услуг организации санаторно-курортной сферы/ А.Ветитнев, О.Малова // Маркетинг. – 2003. -№6 (73). – С. 79-89; Воинов И. Качество как концепция развития услуг / И.Воинов // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. — № 1. – С. 251-255; Гупанова Ю.Е. Формирование методологии управления качеством / Ю. Е. Гупанова // Вестник ИНЖЭКОНА. Сер. Экономика. – 2009. — № 7. – С. 123-133; 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; Егоров В.Ф. Организация торговли: учебник / В.Ф.Егоров. – СПб.: Питер, 2006. – 352 с.; Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис / Н. Е.Николайчук. – СПб.: Питер, 2005. – 608 с.; Ньюмен Э. Розничная торговля: организация и управление / Э.Ньюмен, П.Колен, СПб.: Питер, 2005. — 416 с.; Памбухчианц О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчианц. – М.: Дашков и Ко, 2004. – 442 с.; Трусова С.В. Современные подходы к оценке качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли / С.В.Трусова // Сегодня и завтра российской экономики. – 2009. – Вып. 27. – С. 142-148; Шевченко Д.К. Организация и управление качеством: монография / Д.К.Шевченко, В.В. Груздев. – Владивосток: 1998. – 221 с.

Ushbu muammolarni o‘rganishga o‘zbekistonlik olimlardan⁵ B.A.Abdukarimov, M.Q.Pardayev, B.I.Isroilov, M.M.Muxammedov, R.I.Altinbayev, A.T.Kutbetdinov, I.K.Yo‘ldoshev, K.B.O‘razov, N.A.Komilova, F.B.Abdukarimov va boshqalarning ilmiy ishlari bag‘ishlangan.

Ammo yuqorida keltirilgan mualliflarning ishlarida chakana savdoda xizmatlar sifatini o‘rganish muammosini yaxlit baholash asosida turli bozor subyektlari manfaatlarini hisobga olgan holda, uning ayrim jihatlari o‘rganilgan. Shuningdek, chakana savdo korxonalarini va bozor subyektlarining ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligini oshirish mexanizmini ishlab chiqishdagi turli motivlarni nazarda tutib, chakana xizmatlar sifatini har tomonlama va tabaqalashtirilgan baholash imkonini beruvchi yangicha ilmiy yondashuvlarni tadqiq etish muhim ahamiyatga ega. Bu esa chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash tizimini takomillashtirish bilan bog‘liq tadqiqotlar yetarli darajada emasligi ushbu mavzuda chuqur ilmiy-uslubiy izlanishlarni amalga oshirishni talab etadi.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta‘lim muassasasining ilmiy-tadqiqot ishlari rejalari bilan bog‘liqligi. Mazkur tadqiqot Buxoro muhandislik-texnologiya instituti ilmiy-tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq “Innovatsion iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish sohasi tarmoqlarini rivojlantirishning nazariy va amaliy muammolari” mavzusidagi ilmiy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi sharoitida chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash tizimini takomillashtirish bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

“chakana savdo xizmatlari” kategoriyasining iqtisodiy mohiyatini ilmiy-nazariy tahlil qilish hamda mualliflik yondashuvini shakllantirish;

chakana savdo xizmatlari turlarining muayyan yo‘nalishlari va xususiyatlariga ko‘ra tasnifini ishlab chiqish;

chakana savdo korxonalarini xizmatlari sifatiga qo‘yiladigan talablar, ularning xususiyatlari hamda xizmatlar sifatining besh bosqichli modelini tasniflash;

respublikamizda chakana savdoning rivojlanish holatini dinamik tahlilini amalga oshirish;

chakana savdo korxonalarining xizmatlar sifatini baholashga turli xil yondashuvlar tahlilini o‘tkazish;

chakana savdo korxonalarining xizmatlar sifatini baholash usullarini tadqiq etish;

⁵ Abdukarimov B.A. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик I – қисм, – Тошкент: «Иқтисод-молия» 2010.; Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Савдо корхоналарининг иқтисодий таҳлили. Ўқув қўлланма, 1-2-қисм, – Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2001; Мухаммедов М.М., Алтинбаев Р.И., Кутбетдинов А.Т., Абдукаримов Б.А. «Экономика торговли». Учебное пособие. – Самарканд. 1998; Йўлдошев И.К. Савдо корхоналари иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. – Т. ТДИУ, 2005; Ўразов К.Б. «Савдода бухгалтерия ҳисоби ва солиққа тортиш», Ўқув қўлланма. – Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2004; Абдукаримов Б.А., Комилова Н.А., Абдукаримов Ф.Б. Актуальные вопросы развития торговли в Узбекистане. Монография. – Т.: «Иқтисодиёт», 2010; Фаттахов А.А. Рыночные механизмы и интенсификация оптовой торговли. Монография. – Т.: ТГЭУ, 2002.

chakana savdo korxonalarida savdo xizmatlari sifatini baholash uslubiyatini takomillashtirish;

chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini integral baholash usulini takomillashtirish;

chakana savdo korxonalarida innovatsion xizmatlar ko'rsatishning asosiy yo'nalishlari bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti sifatida O'zbekiston Respublikasidagi chakana savdo korxonalarining xo'jalik-iqtisodiy faoliyati olingan.

Tadqiqotning predmeti bo'lib chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash tizimini takomillashtirish bilan bog'liq iqtisodiy munosabatlar hisoblanadi.

Tadqiqotning usullari. Dissertatsiyada tizimli tahlil, guruhlash, induksiya va deduksiya, statistik va solishtirma tahlil, abstrakt-mantiqiy yondashuv, integral baholash kabi usullardan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

chakana savdo tizimida sifatli xizmat ko'rsatish va ehtiyojni to'laroq qondirish xususiyatiga ko'ra tizimda qo'shimcha xizmatlar ko'rsatishning tarkibi sotuvda mavjud bo'lmagan tovarlarga buyurtmalarni keng qabul qilish va xarid qilingan tovarlarni sotuvdan keyingi sinovdan o'tkazish (kafolatlash) xizmatlariga ko'ra takomillashtirilgan;

savdo xizmatlari sifatini baholash (boshqarish)ning uslubiy yondashuvi xizmat ko'rsatishdagi bo'shliqlar (beshta bo'shliq) bevosita bir-birini olib kelishi va ularni tizimli bartaraf etish yuzasidan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqishga ko'ra takomillashtirilib, savdo xizmatlarini ko'rsatishning sifat modeli taklif etilgan;

iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish va savdo madaniyatining yuksalib borishi sharoitida chakana savdo xizmatlari sifatining integral samarasini baholashning an'anaviy talablari tarkibiga "xizmat ko'rsatish moddiy sharoitlari"ni kiritishning maqsadga muvofiqligi asoslanib, iste'molchiga ko'ra xizmatlar sifatini

$I_{xs} = \sqrt[5]{I_{ts} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$ integral baholash taklif qilingan;

chakana savdo tizimini intensiv rivojlantirishda savdo korxonasi faoliyatiga innovatsiyalarni joriy etish loyihasining tashkiliy, tadqiqot, rejalashtirish va boshqarish samaradorligini oshirish bo'yicha o'zaro faoliyat loyiha guruhini shakllantirishning maqsadga muvofiqligi asoslangan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

"xizmat" va "chakana savdo korxonalarida xizmatlari" kategoriyalarining iqtisodiy mazmunini ifodalovchi mualliflik yondashuv ishlab chiqilgan;

chakana savdo xizmatlari sifatiga qo'yiladigan talablar funksional, ijtimoiy, mehnat sharoitlari, estetik va texnologik jihatlari bo'yicha hamda xavfsizlik va atrof-muhit muhofazasi bilan bog'liq umumiy va maxsus xususiyatlariga ko'ra guruhlarga ajratilib tasniflangan;

chakana savdo xizmatlari sifatining integral koeffitsiyenti mijozlar talablarini qondirish darajasi, chakana savdo xizmatlarini ko'rsatish darajasi, xizmat ko'rsatuvchi korxonalar parametrlarini baholash ko'rsatkichlari asosida takomillashtirilgan.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Tadqiqot natijalarining ishonchliligi,

qoʻllanilgan yondashuvlar va usullarning maqsadga muvofiqligi, maʼlumotlarning rasmiy manbalardan, jumladan, Oʻzbekiston Respublikasi Davlat statistika qoʻmitasining statistik maʼlumotlaridan olingani hamda taklif etilgan xulosa va tavsiyalarning vakolatli tashkilotlar tomonidan amaliyotga joriy qilinganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalardan chakana savdo korxonalarida xizmatlar turlarining muayyan yoʻnalishlari va xususiyatlariga koʻra tasnifi ishlab chiqilganligi, savdo xizmatlari koʻrsatishning sifat modeli taklif etilganligi, chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini integral baholash usulining takomillashtirilganligi, chakana savdo korxonalarida innovatsion xizmatlar koʻrsatishning asosiy yoʻnalishlari ishlab chiqilganligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash uslubiyatini takomillashtirish, chakana savdo korxonalarini raqobatbardoshligini oshirish, sohaga oid meʼyoriy hujjatlarni tayyorlash, shuningdek, chakana savdo korxonalarini innovatsion rivojlanishiga yoʻnaltirilgan chora-tadbirlar majmuyini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash tizimini takomillashtirish boʻyicha olingan ilmiy natijalar asosida:

chakana savdo tizimida sifatli xizmat koʻrsatish va ehtiyojni toʻlaroq qondirish xususiyatiga koʻra tizimda qoʻshimcha xizmatlar koʻrsatishning tarkibini sotuvda mavjud boʻlmagan tovarlarga buyurtmalarni keng qabul qilish va xarid qilingan tovarlarni sotuvdan keyingi sinovdan oʻtkazish (kafolatlash) xizmatlariga koʻra takomillashtirish boʻyicha taklif Oʻzbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tomonidan “2023–2024-yillarda xizmat koʻrsatish sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish” dasturini ishlab chiqishda foydalangan (Oʻzbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasining 2023-yil 5-apreldagi 11/03-15-3874-sonli maʼlumotnomasi). Ushbu taklifdan foydalanish chakana savdo korxonalarida qoʻshimcha xizmatlar turlarini uslubiy jihatdan guruhlash aniqligini oshirishga koʻra qoʻshimcha xizmatlar turini boyitish va xizmat koʻrsatish sifatini oshirishga xizmat qilgan;

savdo xizmatlari sifatini oshirish (baholash, boshqarish)ning uslubiy yondashuvi xizmat koʻrsatishdagi boʻshliqlar (beshta boʻshliq) bevosita bir-birini olib kelishi va ularni tizimli bartaraf etish yuzasidan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish va savdo xizmatlarini koʻrsatishning sifat modeli boʻyicha takliflar Oʻzbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tomonidan “2023–2024-yillarda xizmat koʻrsatish sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish” dasturini ishlab chiqishda foydalanib, uning hududiy tuzilmalari amaliyotiga joriy qilingan (Oʻzbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasining 2023-yil 5-apreldagi 11/03-15-3874-sonli maʼlumotnomasi). Ushbu takliflardan foydalanish xizmatlar sifatini oshirish bilan bir qatorda mahsulotlarni xarid qilish vaqtini qisqartirishga, isteʼmolchilarning xizmatlardan qoniqish darajasini oshirishga xizmat qilgan;

iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish va savdo madaniyatining yuksalib borishi sharoitida chakana savdo xizmatlari sifatining integral samarasini baholashning an'anaviy talablari tarkibiga "xizmat ko'rsatish moddiy sharoitlari"ni kiritishning maqsadga muvofiqligi asoslanib, iste'molchi fikriga ko'ra xizmatlar sifatining integral samarasini $I_{xs} = \sqrt[5]{I_{ts} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$ orqali ifodalash taklifi O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tomonidan "2023–2024-yillarda xizmat ko'rsatish sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish" dasturini ishlab chiqishda foydalanib, uning hududiy tuzilmalari amaliyotiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasining 2023-yil 5-apreldagi 11/03-15-3874 sonli ma'lumotnomasi). Ushbu taklifdan foydalanish sotsiologik so'rov natijalari bo'yicha chakana savdo korxonalarida xizmatlari sifatini baholash orqali korxonalar iqtisodiy samaradorligini 1,25 martaga oshirish imkonini bergan;

chakana savdo tizimini intensiv rivojlantirishda savdo korxonasi faoliyatiga innovatsiyalarni joriy etish loyihasining tashkiliy, tadqiqot, rejalashtirish va boshqarish samaradorligini oshirish bo'yicha o'zaro faoliyat loyiha guruhini shakllantirish taklifi O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi tomonidan "2023–2024-yillarda xizmat ko'rsatish sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish" dasturini ishlab chiqishda foydalanib, "Yuniko Plyus" chakana savdo korxonasi faoliyatiga joriy qilingan (O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasining 2023-yil 5-apreldagi 11/03-15-3874-sonli ma'lumotnomasi). Mazkur taklifdan foydalanish chakana savdo korxonalarida marketing tadqiqotlarini o'tkazish asosida innovatsiyalarni joriy etish va tijoratlashtirish natijasida korxonalar raqobatbardoshligini oshirish imkonini bergan.

Tadqiqot natijalarining aprobatsiyasi. Tadqiqot natijalari 7 ta, jumladan, respublika miqyosidagi 4 ta va 3 ta xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyada muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 15 ta ilmiy ish, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasi Oliy attestatsiya komissiyasining doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish bo'yicha tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 6 ta maqola, jumladan, 3 tasi respublika va 3 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Ishning umumiy hajmi 148 betni tashkil etgan.

DISSERTATSIYANING ASOSIY MAZMUNI

Kirish qismida dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati asoslangan, tadqiqotning maqsadi va asosiy vazifalari, obyekt va predmeti shakllantirilgan, respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga bog'liqligi ko'rsatilgan, tadqiqotning ilmiy yangiligi va amaliy natijalari bayon qilingan, olingan natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati yoritib berilgan, tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy qilishning sinovdan o'tganligi, nashr etilgan ishlar va dissertatsiya tuzilishi bo'yicha ma'lumotlar keltirilgan.

Dissertatsiya ishining **“Iqtisodiyotning transformatsiyalashuvi sharoitida chakana savdo korxonalarini xizmatlari sifatini baholashning nazariy asoslari”** deb nomlangan birinchi bobida xizmat ko‘rsatish sohasida chakana savdo xizmatlari rivojlanishining nazariy yondashuvlarini ilmiy jihatdan tahlil etish asosida “xizmat”, “chakana savdo korxonalarini xizmatlari” kategoriyalarining iqtisodiy mazmuniga oid mualliflik ta’rifi ishlab chiqildi hamda chakana savdo korxonalarida ko‘rsatiladigan xizmatlar turlari, alohida belgilari va yo‘nalishlari bo‘yicha tasniflandi. Shuningdek, chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifati va xususiyatlari, nazariy-metodologik asoslari tadqiq qilingan.

Chakana savdo korxonalarini iste‘mol bozori infratuzilmasining asosiy elementlaridan biri bo‘lib, uning rivojlanishi, bir tomondan, iste‘molchilarning turli xil tovarlar va xizmatlarga bo‘lgan talabini yanada ko‘proq, sifatliroq qondirishga imkon bersa, ikkinchi tomondan, iste‘mol bozorining samarali faoliyat yuritishiga xizmat qiladi.

Mamlakat iqtisodiyotida, shu jumladan savdo sohasida bozor munosabatlarining rivojlanishi chakana savdoning takror ishlab chiqarish jarayonidagi o‘rnini sezilarli darajada o‘zgartirdi, bu esa tovar aylanmasi hajmi bo‘yicha bozor jarayonlariga faol ta’sir qila boshladi. Zamonaviy sharoitlarda chakana savdo xizmatlarining rivojlanishi iqtisodiyotdagi tarkibiy o‘zgarishlarga, iste‘mol talabiga muvofiq iste‘mol tovarlari ishlab chiqarishni faollashtirishga, mintaqalararo va davlatlararo munosabatlarni rivojlantirishga, iste‘mol bozorida mahsulot taklifini shakllantirishga imkon beradi hamda ehtiyojlarni qondirish orqali aholi turmush sifatini yaxshilashga shart-sharoit yaratadi. Shunga ko‘ra, hozirgi sharoitda chakana savdo xizmatlari sifatini baholash masalasi tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda va bu boradagi ilmiy ishlanmalarni yanada takomillashtirishga zarurat sezmoqda.

Xizmat – bu faoliyat ko‘rinishidagi iqtisodiy natija sifatidagi harakat bo‘lib, uni ko‘rsatish jarayonida bajaruvchi hamda iste‘molchi o‘rtasida yuzaga keladigan o‘zaro munosabatlar orqali uning xususiyatlariga qo‘yiladigan talablarga muvofiq mijoz talabini qondirish bo‘yicha taqdim etiladigan, mulk bilan bog‘liq bo‘lmagan nomoddiy ne‘matlardir.

Chakana savdo korxonalarini xizmatlari – bu bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmatlarning foydaliligi xususiyati va uni chakana savdo korxonalarining foydali faoliyati shaklidagi ijtimoiy foydalanish qiymati sifatida belgilaydigan, bozor subyektlari talabini va xizmatlarni sotib olish va sotish orqali sotuvchining iqtisodiy foydasini ta’minlashga mo‘ljallangan o‘ziga xos mahsulotdir.

Xizmatlar turlarini tasniflashning asosiy xususiyatlaridan biri qondiriladigan ehtiyojlarning xususiyati, bunda chakana savdo korxonalarining xizmatlari tovarlarni sotish bo‘yicha asosiy hamda xaridorga xarid qilish bo‘yicha ko‘maklashish va ulardan foydalanish; axborot va maslahat xizmatlari ko‘rsatish; xaridorlarga tovarlarni xarid qilish, sotib olishda qulayliklar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha xizmatlardan tashkil topadi. Shunga ko‘ra, tovarlarni realizatsiya qilish, ularni xarid qilish, tovarlardan foydalanish, axborot-maslahat hamda tovarlar xaridining qulayliklari asosida ehtiyojlarni qondirish xususiyatiga ko‘ra chakana savdo tizimida qo‘shimcha xizmatlar ko‘rsatishning tarkibiy elementlari asoslandi.

Chakana savdo xizmatlari turlarini tasniflashning muhim xususiyati ularni amalga oshirish vaqti bo‘lib, bizning fikrimizcha, bunda xizmatlar quyidagi asosiy turlarga bo‘linadi: sotishdan oldingi xizmatlar, sotish jarayonidagi xizmatlar, kafolatli xizmatlar va kafolatsiz xizmatlar (pullik) (1-rasm).



1-rasm. Chakana savdo korxonalarida xizmatlarining amalga oshirish muddatiga qarab turlari va tarkibi⁶

Chakana savdo korxonalarida ko‘rsatiladigan savdo xizmatlari ro‘yxati ma’muriyat tomonidan realizatsiya qilinadigan tovarlarning assortimentiga qarab, korxonaning ixtisoslashuvi, joylashishi, xizmat ko‘rsatilayotgan hududning o‘ziga xosligi va xizmatlarning muvofiqligi asosida kengaytirilishi mumkin.

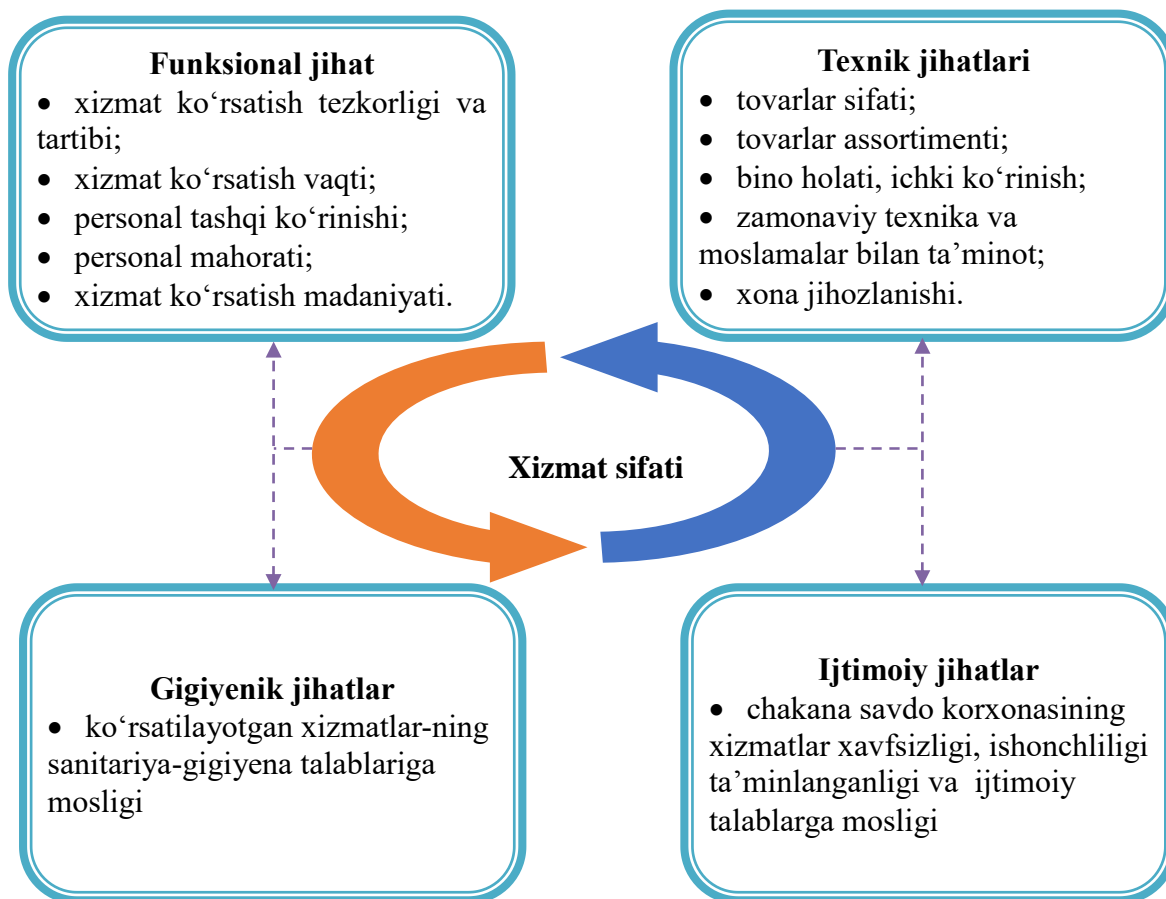
Hozirgi vaqtda “sifat” kategoriyasining kelib chiqishini funksional va integral tushunish keng tarqalgan bo‘lib, bu turli xil omillar ta’sirida uni har tomonlama baholash imkonini beradi.

Chakana savdo xizmatlarini ko‘rsatish “foydalilik” iqtisodiy kategoriyasi bilan bevosita bog‘liq bo‘lib, bu iste’molchining tovar foydaliligini oshiradigan tovar va xizmatlar iste’molidan qoniqishidir. Xizmatlar realizatsiyasi qo‘shilgan naflilik qonuniga bo‘ysunadi, unga muvofiq muayyan bir mahsulot iste’molining o‘sishi

⁶ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

bilan boshqa tovarlar iste'moli o'zgarishsiz qolsa, umumiy naflilik oshadi, lekin kichikroq miqyosda amalga oshadi.

Chakana savdo xizmatlari undan foydalanish jarayonida ma'lum bir foydali xususiyatga ega va shu bilan birga, chakana savdo korxonalariga tashrif buyurgan mijozlar ularni nafaqat iste'mol tovarlarini sotib olish nuqtayi nazaridan, balki xizmatlarga bo'lgan boshqa ehtiyojlarini qondirish nuqtayi nazaridan ham qabul qiladilar. Chakana savdo korxonalarini xizmat ko'rsatish sifatining to'rt jihati ko'rib chiqilishi zarur (2-rasm).

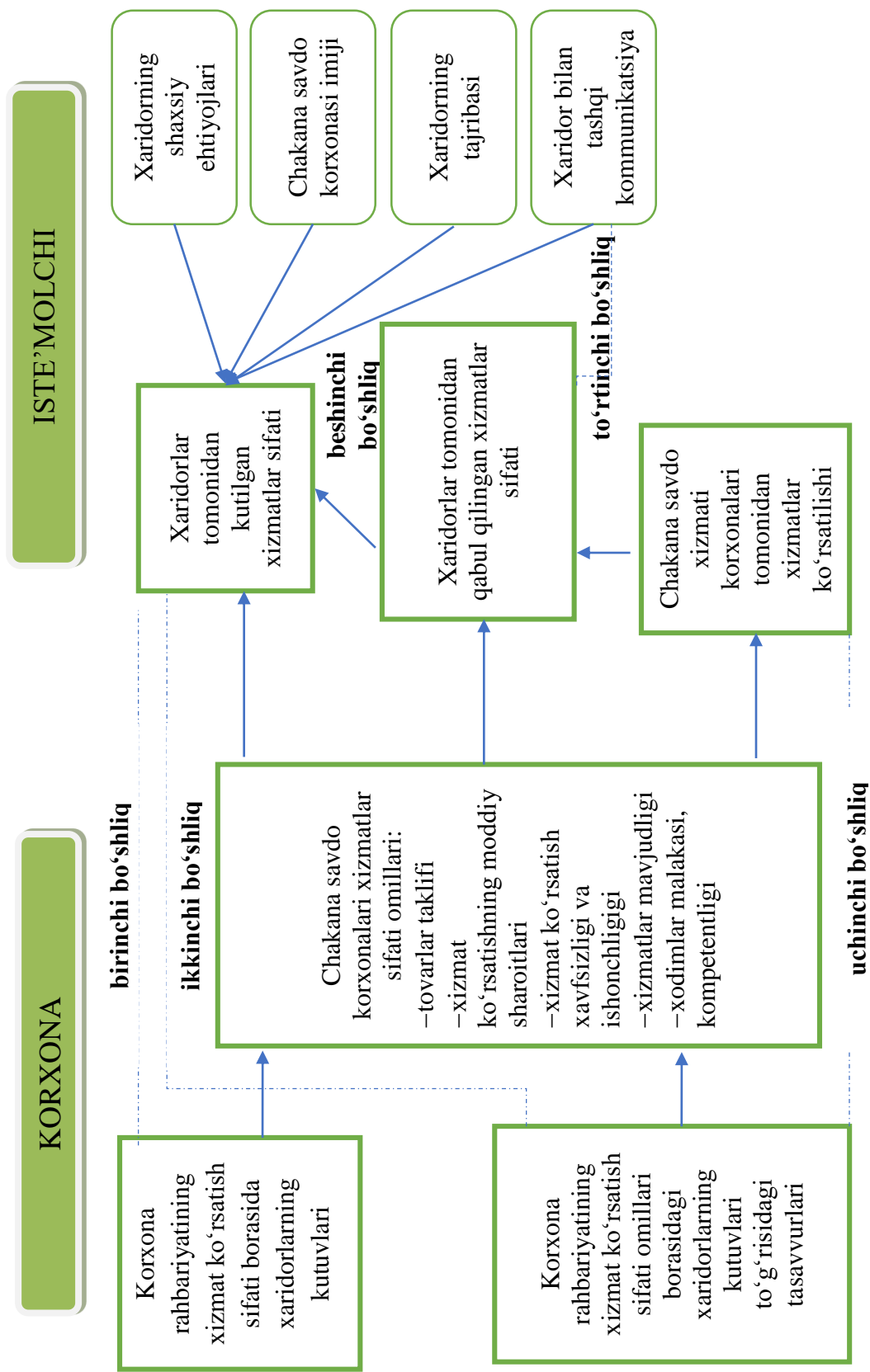


2-rasm. Chakana savdo xizmatlari sifatining xususiyatlari⁷

Ta'kidlash lozimki, xizmatlarning barcha to'rtta sifati bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Yangi zamonaviy chakana savdo uskunalari o'rnatish (texnik jihat) xizmat ko'rsatish tezligini oshiradi, sotish texnikasini takomillashtirish va xaridorga xizmatni olish vaqtini qisqartirish imkonini beradi (funksional jihat). Xizmatlar sifati etnik jihatida uzoq muddatda muhim ahamiyatga egadir, chunki xaridorlar uchun zararli holatlarni oldini olishga qaratilgan bo'lib, bino va inshootlar holatiga, sotilayotgan tovarlar sifatiga va assortimentiga bog'liqdir (texnik jihat).

Chakana savdo korxonasining tovarlarni xarid qilish vaqtini qisqartirish, iste'molchilarni xizmatlardan qoniqish darajasini oshirish hamda xodimlar kompetensiyasi indikatorlari tasnifini shakllantirish asosida savdo xizmatlari ko'rsatishning sifat modeli ishlab chiqildi (3-rasm).

⁷ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.



3-rasm. Chakana savdo korxonalari xizmatlari sifatining modeli⁸

⁸ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Taklif etilgan chakana savdo xizmatlari sifati modeliga ko'ra, ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati bilan mijoz noroziligini aniqlashda quyidagi muammolar aniqlandi: birinchi bo'shliq tadbirkorning iste'molchilar kutuvlari to'g'risidagi tasavvurlari noto'g'riligi; ikkinchi bo'shliq savdo korxonasi (yoki boshqa boshqaruv tuzilmalari) rahbariyatining tasavvurlari va iste'molchilar tomonidan kutilayotgan xizmatlar sifati belgilovchi omillar o'rtasidagi farq mavjudligi; uchinchi bo'shliq – xizmat ko'rsatish sifati va chakana savdo xizmatchilari tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarni belgilovchi omillar o'rtasidagi farq; to'rtinchi bo'shliq iste'molchilarning xizmat ko'rsatishning kutilgan sifati va haqiqiy ko'rsatilgan xizmatlar o'rtasidagi tashqi kommunikatsiyalar (reklama, rasm, dizayn va boshqalar) ta'sirida farqni belgilaydi; beshinchi bo'shliq mijozlar tomonidan kutilgan va haqiqiy chakana savdo xizmatlari sifati o'rtasidagi farqni tavsiflaydi. Ushbu bo'shliqlar bir-biriga bevosita bog'liqdir, 1-bo'shliqning paydo bo'lishi 2 va 3-bo'shliqlarning paydo bo'lishiga olib keladi.

Chakana savdo xizmatlari sifati baholashda yuqorida mavjud bo'lishi mumkin bo'lgan kamchiliklarni tahlil qilish ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati oshirishga va chakana savdo korxonalarini faoliyati samaradorligini oshirishga qaratilgan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish imkonini beradi.

Dissertatsiya ishining **“O'zbekistonda chakana savdo korxonalarining rivojlanish holati va ularda xizmatlar sifati baholash yondashuvlar tahlili”** deb nomlangan ikkinchi bobida ryepublikada chakana savdo korxonalarining rivojlanish holati va tendensiyalari hamda chakana savdo korxonalarining xizmatlar sifati baholashga yondashuvlar tahlili amalga oshirilgan. Shuningdek, chakana savdo korxonalarining xizmatlar sifati baholash usullari tadqiq qilingan.

Chakana savdo faoliyati sotuvchining daromad olish bo'yicha manfaatlari va xaridorning yuqori sifatli tovarlar va xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini birlashtiradi. Aynan chakana savdo faoliyati orqali mahalliy ishlab chiqaruvchilar ishlab chiqarishni maksimal darajada jamiyat talablarini hisobga olishga yo'naltiradi.

Chakana savdo faoliyati shaxsiy tanlov nazariyasiga asoslanadi, bu esa iste'molchining ustuvor ekanligi tamoyiliga asoslanadi va jamiyat hayot sifatining ijtimoiy ifodasi sifatida namoyon bo'ladi.

Bugungi kunda chakana savdo sohasi mamlakatimiz iqtisodiyotining jadal sur'atlar bilan rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Hozirgi kunda ko'plab chakana savdo korxonalarini tovar aylanmasi barqaror rivojlanish tendensiyasiga ega bo'lmoqda va alohida yirik chakana savdo korxonalarining aylanmasi nufuzli sanoat korxonalarining ishlab chiqarish hajmlariga solishtiriladigan bo'ldi. Chakana savdo tarmog'i ta'minot zanjiri bo'ylab boshqa tarmoqlarga, shu jumladan xaridorlar, distribyutorlar va ishlab chiqaruvchilar bilan tobora kuchayib bormoqda.

Buxoro viloyatida chakana savdo aylanmasi hajmi bo'yicha tahliliy ma'lumotlarga nazar solsak, jami 2022-yilda 18190,3 mlrd. so'mni tashkil qilgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2018-yilga nisbatan 2,2-martaga oshgan. Viloyat hududlarida chakana savdo aylanmasi hajmi deyarli ikki martadan ortiq, uch martaga yaqin o'sish dinamikasiga ega bo'lgan. Hududlar kesimida chakana savdo aylanmasi

hajmi bo‘yicha Buxoro tumanining ulushi yuqori salmoqqa ega bo‘lib, 2018-yildagi ko‘rsatkichga nisbatan deyarli 3,0 mataga oshgan (1-jadval).

1-jadval

Buxoro viloyatida chakana savdo aylanmasi hajmi (mlrd. so‘m)⁹

| Hududlar | 2018 y. | 2019 y. | 2020 y. | 2021 y. | 2022 y. | 2018-2022 y.y. o‘sish |
|------------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Buxoro shahri | 2799,8 | 3431,3 | 4046,0 | 4807,4 | 6430,1 | 2,3-marta |
| G‘ijduvon tumani | 1436,8 | 1844,1 | 2153,8 | 2737,4 | 3314,5 | 2,3 marta |
| Buxoro tumani | 399,6 | 473,3 | 617,7 | 873,9 | 1189,7 | 3,0-marta |
| Kogon shahri | 319,2 | 459,1 | 386,2 | 440,4 | 625,1 | 195,8 % |
| Vobkent tumani | 480,7 | 602,1 | 640,7 | 717,7 | 986,3 | 2,0 marta |
| Romitan tumani | 509,4 | 582,6 | 726,9 | 816,3 | 1069,4 | 2,1-marta |
| Qorako‘l tumani | 785,2 | 1081,8 | 898,7 | 1007,1 | 1157,5 | 147,4 % |
| Peshku tumani | 260,8 | 256,8 | 394,5 | 481,2 | 559,6 | 2,1 marta |
| Jondor tumani | 485,7 | 544,0 | 695,9 | 801,0 | 922,9 | 190,0 % |
| Olot tumani | 200,1 | 265,8 | 259,7 | 320,8 | 418,4 | 2,1-marta |
| Shofirkon tumani | 329,5 | 412,7 | 480,1 | 544,3 | 706,5 | 2,1 marta |
| Kogon tumani | 165,7 | 167,2 | 280,4 | 401,8 | 473,8 | 2,8 marta |
| Qorovulbozor tumani | 134,2 | 158,9 | 231,4 | 429,6 | 336,5 | 2,5 marta |
| Viloyat bo‘yicha jami | 8306,7 | 10279,7 | 11812,0 | 14378,9 | 18190,3 | 2,2-marta |

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatmoqdaki, chakana savdo sohasida raqobat kurashi turli xil yo‘nalishlarda olib boriladi. Biz, ushbu yo‘nalishlardan uch turini ajratdik: 1. Xaridorlarga xizmat ko‘rsatish shakllari o‘rtasida (masalan, ilg‘or o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish savdo do‘konlari va eskirgan shakldagi oziq-ovqat do‘konlari). 2. Ishlab chiqaruvchilar va sotuvchilar o‘rtasida (ishlab chiqaruvchining brendi ostida o‘zlarining chakana savdo do‘konlarining ishlab chiqarish korxonalarida paydo bo‘lishi). 3. Yangi bozorlarda (masalan, Amerika va Xitoy kompaniyalari Yevropa bozorida o‘zlarini namoyon qilishga intiladi, G‘arbiy Yevropa kompaniyalari Markaziy va Sharqiy Yevropa bozorlarini egallashga harakat qiladilar).

Buxoro viloyatida chakana savdo rivojlanishi xizmat ko‘rsatish sohasining asosiy tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Buxoro viloyatida faoliyat ko‘rsatayotgan chakana savdo korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari tahliliga e‘tibor bersak, “BUXORO DORI DARMON” MCHJ va “YUNIKO PLYUS” MCHJ chakana savdo korxonalarida chakana savdo aylanmasi hajmi yuqori bo‘lib, 2022-yilda bu korxonalarda chakana savdo aylanmasi mos ravishda 358,8 mlrd. so‘m va 224,8 mlrd. so‘mni tashkil qilgan. Ushbu korxonalarda sof foyda hajmi tahlil etilayotgan boshqa chakana savdo korxonalariga nisbatan yuqori bo‘lgan. Mazkur korxonalarda ishlayotgan jami xodimlar soniga nazar solsak, 2022-yilda “BUXORO DORI DARMON” MCHJ da 247 nafarni, “YUNIKO PLYUS” MCHJ 157 nafarni tashkil qilgan. Qolgan korxonalarda faoliyat yurituvchi xodimlar soni ularning xo‘jalik faoliyati hajmidan kelib chiqqan holda nisbatan ancha kam hisoblanadi. Mehnat unumdorligi tahlil qilinayotgan barcha korxonalarda deyarli bir-biriga yaqin ko‘rsatkichlardan iborat bo‘lgan. 2022-yilda fondlar qaytimi yuqori bo‘lgan korxonalar sifatida “BUXORO DORI DARMON” MCHJ (1,58 so‘m), “YUNIKO

⁹ Jadvalda keltirilgan korxonalarining yillik statistik hisobotlari asosida hisoblangan.

PLYUS” MCHJ (1,58 so‘m), “BUXORO BAHOR SAVDO” MCHJ (1,64 so‘m), “GRAND GAZ SERVICE” MCHJ (1,58 so‘m)larni keltirish mumkin. 2022-yilda mahsulot sotish rentabelligi “KOPILKA” MCHJda (21,2%) eng yuqori ko‘rsatkichga ega bo‘lgan (2-jadval).

Ma’lumki, aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan chakana savdo aylanmasi hajmi bevosita aholi daromadligi darajasiga bog‘liq bo‘lib, aholi bandligi darajasi va o‘rtacha daromadlar miqdoriga bog‘liqdir. Xaridor o‘z ehtiyojlarini qondirish uchun mo‘ljallangan mahsulotni xarid qilmasdan turib, chakana savdo xizmatini to‘liq yakuniga yetgan deb hisoblash mumkin emas, ya’ni chakana savdo xizmatlari mahsulot (tovar) bilan xizmat ko‘rsatishdir.

2-jadval

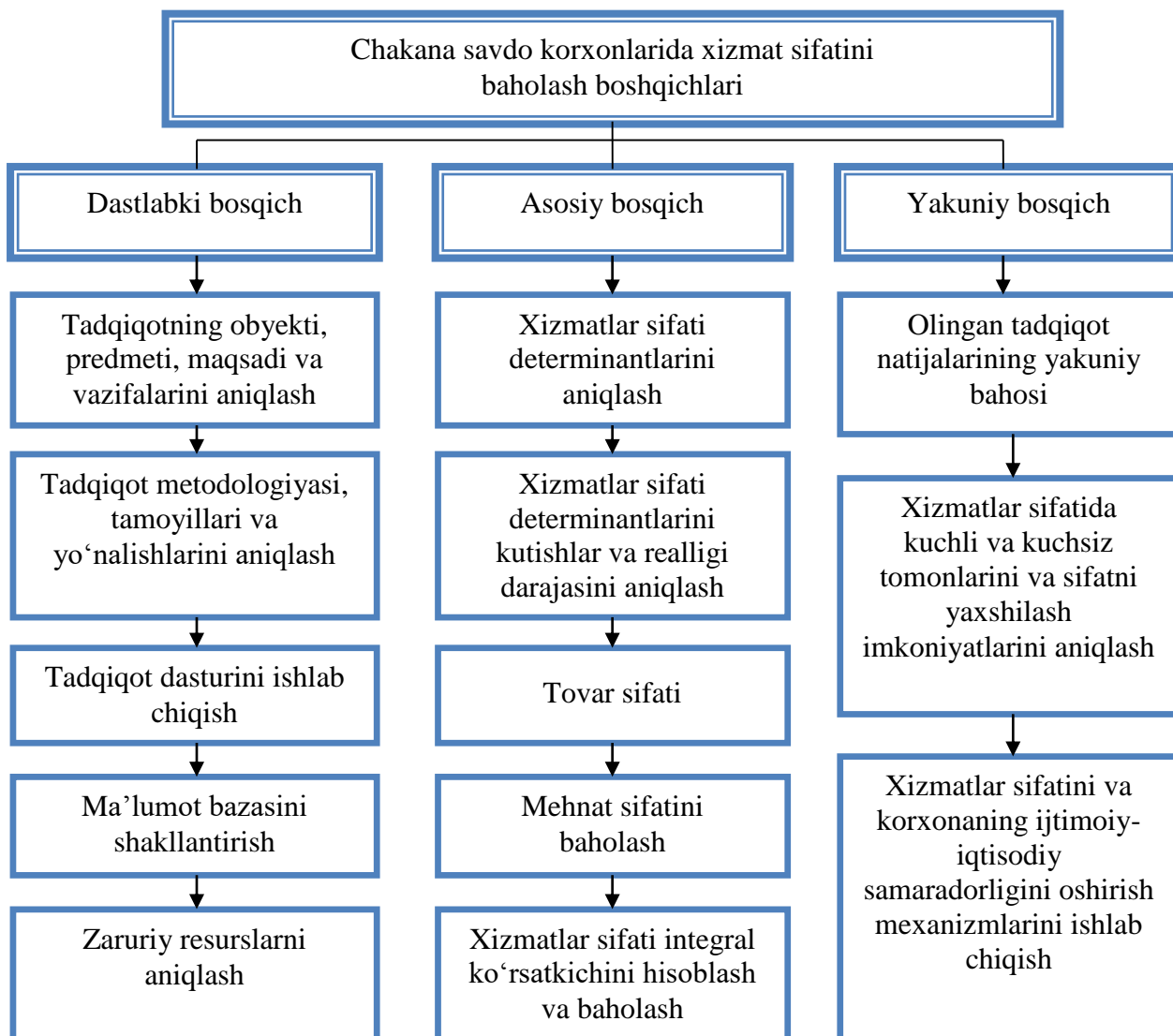
Buxoro viloyatida faoliyat ko‘rsatayotgan chakana savdo korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari, mlrd. so‘m¹⁰

| Ko‘rsatkichlar | Korxonalar nomi | “BUXORO DORI DARMON” MCHJ | “YUNIKO PLYUS” MCHJ | “BUXORO BAHOR SAVDO” MCHJ | “DOMOVOY” MCHJ | “PROGRESS” MCHJ | “AS IN FARMA” MCHJ | “GRAND GAZ SERVICE” MCHJ | “KOPILKA” MCHJ |
|---|-----------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|----------------|-----------------|--------------------|--------------------------|----------------|
| | Yillar | | | | | | | | |
| Chakana savdo aylanmasi hajmi, mlrd. so‘m | 2021 | 286,1 | 177,3 | 37,5 | 25,0 | 30,8 | 27,8 | 19,3 | 17,8 |
| | 2022 | 358,8 | 224,8 | 48,2 | 30,3 | 39,0 | 34,7 | 24,1 | 22,7 |
| Mahsulot tannarxi mlrd. so‘m | 2021 | 228,7 | 141,8 | 30,0 | 20,0 | 24,5 | 22,2 | 15,4 | 14,5 |
| | 2022 | 287,3 | 179,8 | 38,6 | 24,2 | 31,2 | 27,9 | 19,3 | 17,9 |
| Sof daromad, mlrd. so‘m | 2021 | 57,4 | 35,5 | 7,5 | 5,0 | 6,4 | 5,6 | 3,8 | 3,5 |
| | 2022 | 71,6 | 45,0 | 9,6 | 6,1 | 7,8 | 6,7 | 4,8 | 4,7 |
| Sof foyda, mlrd. so‘m | 2021 | 32,1 | 24,7 | 5,4 | 3,3 | 4,7 | 3,8 | 2,1 | 2,2 |
| | 2022 | 45,6 | 31,6 | 7,5 | 4,5 | 6,2 | 4,9 | 3,2 | 3,8 |
| Jami ishchi-xodimlar soni, birlik | 2021 | 219 | 117 | 25 | 18 | 22 | 23 | 12 | 12 |
| | 2022 | 247 | 157 | 32 | 21 | 27 | 24 | 16 | 15 |
| Mehnat unumdorligi, mln. so‘m | 2021 | 1306 | 1515 | 1500 | 1389 | 1400 | 1209 | 1608 | 1483 |
| | 2022 | 1453 | 1432 | 1506 | 1443 | 1444 | 1446 | 1506 | 1513 |
| Fondlar qaytimi, so‘m | 2021 | 1,53 | 1,52 | 1,61 | 1,29 | 1,13 | 1,40 | 1,57 | 1,30 |
| | 2022 | 1,58 | 1,58 | 1,64 | 1,35 | 1,14 | 1,44 | 1,58 | 1,42 |
| Mahsulot sotish rentabelligi, % | 2020 | 14,0 | 17,4 | 18,0 | 16,5 | 19,2 | 17,1 | 13,6 | 15,2 |
| | 2021 | 15,9 | 17,6 | 19,4 | 18,6 | 19,9 | 17,6 | 16,6 | 21,2 |
| Korxonaning joriy likvidiligi, % | 2021 | 0,28 | 0,23 | 0,24 | 0,24 | 0,27 | 0,23 | 0,22 | 0,21 |
| | 2022 | 0,29 | 0,25 | 0,26 | 0,25 | 0,28 | 50,22 | 0,23 | 0,22 |

Hozirgi vaqtda chakana savdo korxonalarini xizmatlari sifatini baholash metodologiyasi to‘liq va keng qamrovli ishlab chiqilmagan, bu esa xizmatlar sifatini belgilovchi omillarni har tomonlama tahlil qilish va ularga yaxlit baho berish imkonini beradi. Bu esa hozirgi sharoitda chakana savdo korxonalarini faoliyatining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda ushbu soha korxonalarini xizmatlari sifatini tadqiq qilish va ularni muvofiqlashtirish bo‘yicha qarashlarni, uslubiy yondashuvlarni tizimlashtirishni talab etadi.

¹⁰ Jadvalda keltirilgan korxonalarining yillik statistik hisobotlari asosida hisoblangan.

Dissertatsiya ishimizning oldingi paragraflarida keltirilgan ma'lumotlar tahlili asosida, biz tomonimizdan, chakana savdo korxonalarida xizmatlari sifatini o'rganish va baholashning uch bosqichli usuli taklif etiladi, bular: dastlabki, asosiy va yakuniy. Chakana savdo korxonalarida xizmatlari sifatini baholashda biz tomonimizdan o'ziga xos ketma-ketlik taklif etilmoqda (4-rasm).



4-rasm. Chakana savdo korxonalarida xizmatlari sifatini baholashning bosqichli algoritmi¹¹

Chakana savdo korxonalarida xizmatlari sifatini baholashning dastlabki bosqichida quyidagilar amalga oshiriladi:

1. Dastlabki tahlilning maqsadi chakana savdo xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalarining xizmatlar sifatini o'rganish va baholash hisoblanadi. Ushbu maqsaddan kelib chiqib, tahlillarning quyidagi vazifalari belgilab olingan: xizmat sifatini belgilovchi omillarni aniqlash va baholash; chakana sotuvchilar tomonidan sotiladigan tovarlar, mahsulotlar yetkazib berish sifatini tahlil qilish; chakana savdo xizmatlarini ko'rsatish jarayonining sifatini baholash; chakana savdo xizmatlari sifatini yaxlit baholash; chakana savdo korxonalarining tashqi va ichki muhitining

¹¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

hozirgi sharoitida ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini va samaradorligini oshirish uchun zaxiralarni aniqlash yo'llarini ishlab chiqish.

2. Tahlilning obyekti va predmeti aniqlanadi. Ushbu tahlil jarayonida chakana savdo korxonalarini tomonidan xizmatlarni sotish va ularning sifatini baholash jarayonida yuzaga keladigan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar predmeti hamda oziq-ovqat mahsulotlarini sotuvchi turli chakana savdo korxonalarini subyekti sifatida namoyon bo'ladi.

3. Tadqiqot metodologiyasi, tamoyil va strategiyalari ishlab chiqiladi.

4-jadval

Iste'mol tovarlari yetkazib beruvchilari nuqtayi nazaridan alohida determinantlar guruhi doirasida chakana savdo korxonalarini xizmatlari sifati ko'rsatkichlarini integral baholash¹²

| Ko'rsatkich nomi | Ko'rsatkichni hisoblash usuli |
|--|---|
| Chakana savdo korxonalarida mahsulotlar taklifi sifati integral ko'rsatkichi | $I_{ts} = \frac{T_1 \times A_1 + T_2 \times A_2 + \dots + T_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, bu yerda T_1, T_2 va boshqalar – mahsulotlar taklifi sifati alohida, xususiy ko'rsatkichining “a'lo” va “yaxshi” baholagan respondentlar ulushi, %da; A_1, A_2 va boshqalar – mahsulotlar taklifi sifati ko'rsatkichini alohida, xususiy ko'rsatkichining ahamiyati, %da |
| Xizmatlar ko'rsatishning axborot ta'minoti integral ko'rsatkichi | $I_{at} = \frac{AT_1 \times A_1 + AT_2 \times A_2 + \dots + AT_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, bu yerda AT_1, AT_2 va boshqalar – axborot ta'minoti alohida, xususiy ko'rsatkichining “a'lo” va “yaxshi” baholagan respondentlar ulushi, %da; A_1, A_2 va boshqalar xizmat ko'rsatishning axborot ta'minoti ko'rsatkichini alohida, xususiy ko'rsatkichining ahamiyati, %da |
| Xizmatlar ko'rsatishning ishonchliligi integral ko'rsatkichi | $I_{ish} = \frac{IS_1 \times A_1 + IS_2 \times A_2 + \dots + IS_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, bu yerda IS_1, IS_2 va boshqalar – xizmat ko'rsatish ishonchliligi alohida, xususiy ko'rsatkichining “a'lo” va “yaxshi” baholagan respondentlar ulushi, %da; A_1, A_2 va boshqalar – xizmat ko'rsatishning ishonchliligi ko'rsatkichini alohida, xususiy ko'rsatkichining ahamiyati, %da |
| Xizmatlardan foydalanish osonligi integral ko'rsatkichi | $I_o = \frac{O_1 \times A_1 + O_2 \times A_2 + \dots + O_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, bu yerda O_1, O_2 va boshqalar – xizmatdan foydalanish osonligi ko'rsatish ishonchliligi alohida, xususiy ko'rsatkichining “a'lo” va “yaxshi” baholagan respondentlar ulushi, %da; A_1, A_2 va boshqalar – xizmatdan foydalanish osonligi ko'rsatkichini alohida, xususiy ko'rsatkichining ahamiyati, %da |
| Xodimlarning malakasi integral ko'rsatkichi | $I_o = \frac{MK_1 \times A_1 + MK_2 \times A_2 + \dots + MK \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, bu yerda MK_1, MK_2 va boshqalar – xodimlar malakasi alohida, xususiy ko'rsatkichining “a'lo” va “yaxshi” baholagan respondentlar ulushi, %da; A_1, A_2 va boshqalar – xizmatdan foydalanish osonligi ko'rsatkichini alohida, xususiy ko'rsatkichining ahamiyati, %da |

¹² Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Tadqiqot jarayonida chakana savdo xizmatlari sifatini tovarlar taklifi sifati, xizmat ko‘rsatish moddiy sharoitlari, xizmatlardan foydalanish qulayligi, savdo xizmati sifati hamda xaridning to‘liqligini iste’molchilar fikriga ko‘ra baholash ko‘rsatkichi ($I_{xs} = \sqrt[5]{I_{its} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$) orqali ifodalash taklifi asoslandi.

Chakana savdo xizmatlarini ko‘rsatish jarayonining sifatini tovarlarni yetkazib beruvchilar nuqtayi nazaridan baholashni ham shu usulda baholash taklif etilmoqda. So‘rovnoma asosida aniqlangan har bir determinant guruhi bo‘yicha (chakana savdoda tovarlar taklifining sifati, axborot mazmuni, xizmatlar ko‘rsatishning ishonchliligi, xizmatlardan foydalanish osonligi, xodimlarning malakasi), har bir alohida ko‘rsatkich bo‘yicha ball belgilanadi va reyting tuziladi. Ushbu metodika yordamida xizmatlar sifatini baholashning integral ko‘rsatkichini har bir determinant guruhi uchun (4-jadval) hamda chakana savdo korxonalarining alohida turlari uchun hisoblash imkonini beradi.

Taklif etilayotgan metodikaning asosiy bosqichining yakuniy yo‘nalishi ushbu ko‘rsatkichning asosiy tarkibiy qismlarini o‘rganish asosida chakana savdo xizmatlari sifatining integral ko‘rsatkichini hisoblash va baholashdan iborat.

Taklif etilayotgan metodikaga asosan tadqiqotning muhim yo‘nalishi bu xaridorlar nuqtayi nazaridan xaridning to‘liqligini tahlil qilishdir. Xaridning to‘liqligi darajasi ma‘lum turdagi chakana savdo do‘koniga maqsadli tashrifi davomida zaruriy iste’mol tovarlarini sotib olgan xaridorlarning ushbu do‘konda ma‘lum bir mahsulotni sotib olishni rejalashtirgan 100 kishiga nisbati bilan aniqlanadi. Xaridning to‘liqligini baholash uchun, biz, quyidagi ko‘rsatkichlar jadvalini taklif qilamiz (5-jadval).

5-jadval

Chakana savdo korxonalarida xaridning to‘liqligini baholash¹³

| Ko‘rsatkich | Ko‘rsatkichni hisoblash tartibi | Xaridning to‘liqligi darajasi | | |
|---|--|-------------------------------|-------------|-----------------|
| | | yuqori | o‘rta | past |
| Xaridning to‘liqligi ko‘effitsiyenti ($K_{x.t.}$) | Xarid qilgan iste’molchilar | 90 kishi | 70–80 kishi | 70 kishidan kam |
| | Chakana savdo korxonasiga maqsadli tashrif buyurish paytida xarid qilishni rejalashtirayotgan xaridorlar | 0,9 va yuqori | 0,71–0,89 | 0,7 dan kam |

Dastlab yuqorida ko‘rsatilgan baholash yo‘nalishlarining har biri uchun chakana savdo xizmatlari sifatini baholashning alohida, xususiy komponentlari aniqlandi hamda ushbu guruhlarning har birida so‘rovnoma asosida har bir xususiy ko‘rsatkichni xaridor uchun ahamiyati kamayishi tartibida tartiblandi. Uni besh balli shkala bo‘yicha chakana savdo korxonalarining turlari va shakllari bo‘yicha baholash amalga oshirildi va bu birinchi navbatda xizmatlar sifatining individual determinantlari uchun integral ko‘rsatkichlarni hisoblash imkonini beradi.

Dissertatsiya ishining **“Chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholash va samaradorligini oshirishning asosiy yo‘nalishlari”** deb nomlangan

¹³ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

uchinchi bobida chakana savdo korxonalarida savdo xizmatlari sifatini baholash uslubiyati va xizmatlar sifatini integral baholash usuli takomillashtirilgan hamda chakana savdo korxonalarida innovatsion xizmatlar ko'rsatishning asosiy yo'nalishlari aniqlangan.

Tadqiqotning asosiy bosqichi doirasida uchta sifat belgilovchi kontekstida chakana savdoda savdo xizmatlari sifatini tavsiflovchi xususiy, yagona ko'rsatkichlar tizimi aniqlandi.

1. Savdo xizmatiga sarflangan vaqt: mahsulotni qidirish va tanlash uchun sarflangan vaqt; maslahat va xizmat ko'rsatishni kutish uchun sarflangan vaqt; kassa xizmatlariga sarflangan vaqt, tovarlar uchun to'lov.

2. Savdo xizmatlarida xavfsizlik ko'rsatkichi: xaridorning xavfsizligi: sovitish tizimining mavjudligi, yong'in xavfsizligi, savdo maydonchasi va chiqish joylarida xavfsizlik va boshqalar; xodimlarning xavfsizligi: sanitariya-gigiyenik talablar bajarilishi va boshqalar; shaxsiy buyumlarning xavfsizligi: korxonada videokuzatuv tizimining mavjudligi, qo'riqlanadigan shkaflar va boshqalar.

3. Xizmat ko'rsatish madaniyati ko'rsatkichlari: xodimlarning tashqi ko'rinishi: maxsus kiyim, sanitariya-gigiyenik talablarga muvofiqligi va boshqalar; sotuvchi xodimlarning xaridorga munosabati: korxonada xodimlari va xaridorlar o'rtasida ishonch va o'zaro tushunish muhitining mavjudligi, korxonada xodimlarining xaridorlarga nisbatan xushmuomalaligi va do'stona munosabati; zarur ma'lumotlarni xaridorlarga qulay shaklda taqdim etish; xodimlarning malakasi: kompaniya mijozlarga individual yondashuvni ko'rsatadi; xodimlar asosiy va qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish uchun zarur kompetensiyalarga ega; korxonada xodimlari mijozlarning xohish-istaklari va talablarini tahlil qilish va oldindan bilish qobiliyati; savdo xodimlari o'z ishlarida mijozlar muammolariga e'tibor qaratishi; xodimlar mijozlarning so'rovlariga javob berish tezkorligi.

Chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini integral baholashni taklif qilamiz. Ushbu yondashuvda iste'molchilar nuqtayi nazaridan dastlabki baholash beshta xususiy ko'rsatkichlar (tovarlar sifati, xizmat ko'rsatish uchun moddiy sharoitlar, savdo xizmati sifati, xizmatlarning mavjudligi, xaridning to'liqligi ko'rsatkichlari) doirasida chakana savdo korxonalarining har bir determinantlari doirasida integral ko'rsatkichlarini va har xil turdagi va shakllardagi xizmatlar sifatining integral ko'rsatkichlari orqali hisoblash amalga oshirildi.

Buxoro viloyatida oziq-ovqat do'konlari, minimarketlar (65,9%) hamda dehqon bozorlari (68,6%) xodimlar malakasi integral ko'rsatkichi bo'yicha eng quyi ballga ega bo'lgan. Bunda barcha xususiy, alohida ko'rsatkichlar respondentlar tomonidan past baholangan. Respondentlar tomonidan Buxoro shahrida oziq-ovqat mahsulotlari savdosi bilan shug'ullanuvchi chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatining integral ko'rsatkichini baholashda (6-jadval) yuqori integral ko'rsatkich maxsus do'konlar (77,9%) va gipermarketlar (77,1%) kuzatildi.

Eng quyi integral ko'rsatkichlar oziq-ovqat do'konlari, minimarketlar (51,1%) va dehqon bozorlari (58,1%) kuzatilgan (6-jadval).

Shunday qilib, chakana savdo korxonalarida xizmatlari sifatini integral baholash bizga nafaqat mijozlarning xizmatlar sifati bilan qoniqish darajasining umumiy tavsifini aniqlashga, balkim har bir xususiy, alohida sifat ko'rsatkichini turli

guruhlar nuqtayi nazaridan baholash, bozor subyektlari, shu asosda chakana savdo xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalarining har xil turlari, shakllarida faoliyatining zaif va kuchli tomonlarini, tahdidlari va imkoniyatlarini aniqlash hamda ijtimoiy va iqtisodiy samaradorlikni oshirish uchun ularning bozordagi faoliyati yo'nalishlarini ishlab chiqish imkonini beradi.

Innovatsiyalarni boshqarishning ekspertlar guruhini shakllantirish, ishlarni rejalashtirish, innovatsiyalarni tadqiq etish va tijoratlashtirish hamda samaradorligini baholash bosqichlarini shakllantirish orqali chakana savdo tizimida marketing tadqiqotlari asosida innovatsiyalarni joriy etishning maqsadga muvofiqligi asoslandi.

6-jadval

Buxoro shahrida chakana savdo korxonalarida xizmatlar sifatini baholashning integral ko'rsatkichi (mahsulotlarni yetkazib beruvchilar o'rtasidagi so'rovnom natijalari asosida, %da)¹⁴

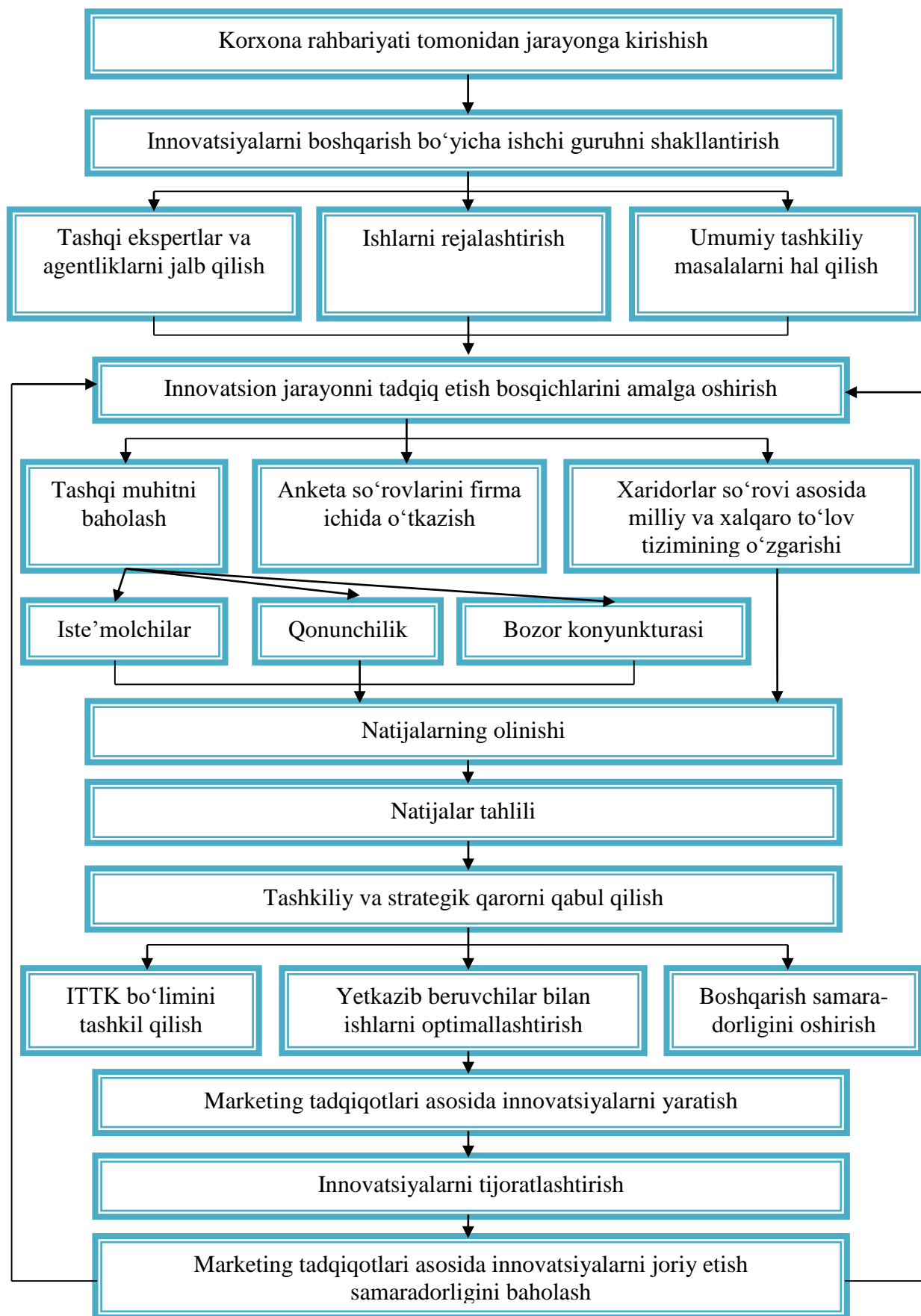
| Xususiy, birlamchi ko'rsatkichlar | Axborot ta'minoti ko'rsatkichining xususiy, yagona ko'rsatkichini "a'lo" va "yaxshi" deb baholagan iste'molchilar ulushi | | | | | |
|---|---|------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------|------------------|
| | Gipermarket | Supermarket, universal | Gastronom, oziq-ovqat do'konlar | Maxsus do'konlari | Oziq-ovqat do'konlari | Dehqon bozorlari |
| Tovarlar taklifi sifati | 86,1 | 80,0 | 76,8 | 79,6 | 38,6 | 66,3 |
| Xizmatlar ko'rsatishning axborot ta'minoti | 69,7 | 65,3 | 45,0 | 72,5 | 29,5 | 32,9 |
| Xizmatlar ko'rsatishning ishonchliligi | 79,9 | 78,2 | 70,7 | 84,9 | 65,0 | 64,0 |
| Xizmatlar mavjudligi | 75,1 | 73,3 | 70,8 | 75,6 | 74,8 | 68,4 |
| Xodimlar malakasi | 75,5 | 72,5 | 69,4 | 78,1 | 65,9 | 68,6 |
| Xizmatlar sifatini baholashning integral ko'rsatkichi | 77,1 | 73,8 | 66,1 | 77,9 | 51,1 | 58,1 |

Respublikamiz chakana savdo tizimida innovatsiyalarni rivojlantirish yo'llarini aniqlash uchun muhim asos sifatida yuqorida sanab o'tilgan tashqi muhit omillaridan foydalangan holda, biz, chakana biznesda innovatsion jarayonni amalga oshirishda innovatsion marketing tizimini yaratishga qaratilgan innovatsion marketing salohiyatini aniqlashimiz kerak.

Chakana sotuvchilar uchun innovatsion marketingni amalga oshirishning takomillashgan uslubiyati quyidagi 5-rasmda keltirilgan. Bu, bizning tadqiqotimiz natijalarini umumlashtiradi va sintez qiladi.

Shubhasiz, bugungi kunda chakana biznesdagi innovatsiyalar, asosan, elektron tijoratning yangi turlarini, jumladan, onlayn-do'konlarni, jamoat joylaridagi virtual vitrinalarni joriy etish bilan bog'liq bo'ladi, ular orqali uyda xaridlarga buyurtma berish, savdo maydonchasini tashkil etishning yangi shakllarini kiritish mumkin.

¹⁴ Jadvalda keltirilgan korxonalarining yillik statistik hisobotlari asosida hisoblangan.



5-rasm. Chakana savdo tizimida marketing tadqiqotlari asosida innovatsiyalarni joriy qilish¹⁵

¹⁵ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Chakana savdoga innovatsiyalarni joriy qilishda ularni tarqatish va tijoratlashtirish usullaridan ham foydalanish kerak. Buning uchun tajriba asosida chakana savdo obyektida, masalan, chakana savdo tarmog'ining bir qismi bo'lgan bir yoki bir nechta do'konlarda innovatsiya birinchi marta sinovdan o'tkazilganda, eksperimental yondashuvdan foydalanish tavsiya etiladi. Bundan tashqari, muvaffaqiyatga erishgan taqdirda, u tijoratlashtiriladi. Innovatsiyalarning tarqalishi reklama orqali amalga oshiriladi, bu esa maqsadli xaridorlarni yangilik haqida xabardor qiladi va ularni uning qiymati va afzalliklari bilan tanishtiradi.

Innovatsion faoliyatning muhim jihati bo'lib, kompleks marketing tadqiqotlarini o'tkazish asosida innovatsiyalarni joriy etish, tijoratlashtirish va iqtisodiy samaradorligini baholash hisoblanadi. Ushbu o'lchov chakana savdo korxonasida tijoratlashtirish jarayoni tugaganidan so'ng muayyan vaqt o'tgach muvofiq usulga mos keladigan hisob-kitoblarni amalga oshirish uchun muhim ma'lumotlar bazasi to'plangan holda amalga oshirilishi tavsiya etiladi. Taklif etilayotgan usulning ushbu bosqichi garchi u yakuniy bo'lsa-da, ayni paytda u yangi innovatsion siklning boshlanishini anglatadi, chunki innovatsiyani faqat bitta jarayon bilan cheklab bo'lmaydi.

Respublikamizda chakana savdo korxonalari turlari tasnifining xilma-xilligi chakana savdoda innovatsiyalarni ishlab chiqish va qo'llash bo'yicha ko'plab yondashuvlar mavjudligini ifodalaydi.

Bugungi kunda mamlakatimizda chakana savdoning innovatsion yo'nalishlaridan biri – bu elektron savdo hisoblanadi. Uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar mavjud bo'lib, bizning fikrimizcha, ular quyidagilardan iborat:

- geografik omillar (makro darajada iqtisodiy integratsiyani talab qiladigan hududlar va milliy bozor subyektlarining uzoqligi bilan bog'liq cheklovlarni iqtisodiy faoliyatga ta'sirini kamaytirish);

- jahon axborot tizimi va xalqaro iqtisodiy jarayonlarga respublikamizning integratsiyalashuv darajasini oshirish zarurati;

- oliy ta'lim muassasalarida ta'limning yuqori darajasini doimiy ravishda qo'llab-quvvatlash;

- jahon bozorida milliy tovarlarimiz raqobatbardoshligini oshirish maqsadida jami savdo xarajatlarini qisqartirish hamda savdo tizimining iqtisodiy munosabatlarini nazorat qilishni takomillashtirish, davlat byudjetini ko'paytirish maqsadida moliyaviy tashkilotlarning savdo operatsiyalarini va nazoratni tartibga solish;

- dunyo axborot oqimiga qo'shilish, axborot almashish tarmoqlari, telekommunikatsiya vositalarini yetarli darajadagi rivojlanish darajasiga erishish, kompyuter texnologiyasi va zamonaviy axborot almashish vositalarini amaliyotga to'liq joriy etishni nazarda tutuvchi zaruriy texnik va texnologik imkoniyatlarni tadrijiy rivojlanishi;

- banklararo va mijozlarga masofaviy xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan ma'lum bank texnologiyalarining muayyan ishlanmalarini mavjudligi;

- savdo munosabatlari ishtirokchilari (ishlab chiqaruvchilar, mahsulotlar, xaridorlar, banklar, sug'urta kompaniyalari va boshqalar)ning axborot xavfsizligi va

axborotlarni kriptografik himoyasini ta'minlash vositalari hamda texnik yechimlarni mavjudligi.

XULOSA

Dissertatsiya ishida o'tkazilgan tadqiqotlar natijasida quyidagi ilmiy xulosa, takliflar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

1. Dissertatsiyada "chakana savdo korxonalarini xizmatlari" kategoriyasining mohiyati va mazmuniga oid mualliflik ta'rifi ishlab chiqildi. Chakana savdo korxonalarini xizmatlari – bu bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmatlarning foydaliligi xususiyati va uni chakana savdo korxonalarining foydali faoliyati shaklidagi ijtimoiy foydalanish qiymati sifatida belgilaydigan, bozor subyektlari talabini va xizmatlarni sotib olish va sotish orqali sotuvchining iqtisodiy foydasini ta'minlashga mo'ljallangan o'ziga xos mahsulot.

2. Chakana savdo xizmatlari turlari xizmat ko'rsatish shartlari, moddiylik darajasi, iste'mol qilish tartibi, ijrochilarning tashkiliy shakllari, mijozning ijtimoiy mavqei, xizmat ko'rsatish xarajatlari, xizmat ko'rsatish texnologiyasi, kapital qo'yilmalar darajasi, sotish jarayoniga bog'liqligi, faoliyat yo'nalishlari, standarti va joylashuviga ko'ra tasnifi ishlab chiqildi.

3. Chakana savdo xizmatlarining ehtiyojlarni qondirish xususiyatiga ko'ra, tovarlarni realizatsiya qilish, xaridorlarga tovarlarni xarid qilish, ulardan foydalanishga ko'maklashish, axborot-maslahat hamda tovarlarni xarid qilishda qulayliklarni yaratish bo'yicha qo'shimcha xizmatlar turlari alohida guruhlar bo'yicha tasniflandi.

4. Chakana savdo xizmatlari turlari sotishdan oldingi xizmatlar, sotish jarayonidagi xizmatlar, kafolatli xizmatlar va kafolatsiz xizmatlar guruhlari tasnifi ishlab chiqildi.

5. Chakana savdo korxonalarini xizmatlari sifatiga qo'yiladigan talablar funksional, ijtimoiy, mehnat sharoitlari, estetik va texnologik jihatlari bo'yicha hamda xavfsizlik va atrof-muhit muhofazasi bilan bog'liq umumiy va maxsus xususiyatlariga ko'ra guruhlariga ajratilib tasniflandi.

6. Chakana savdo korxonasining tovarlarni xarid qilish vaqtini qisqartirish, iste'molchilarni xizmatlardan qoniqish darajasini oshirish hamda xodimlar kompetensiyasi indikatorlari tasnifini shakllantirish asosida chakana savdo xizmatlari ko'rsatishning sifat modeli taklif etildi.

7. Chakana savdo xizmatlari sifatining integral koeffitsiyenti mijozlar talablarini qondirish darajasi, chakana savdo xizmatlarini ko'rsatish darajasi, xizmat ko'rsatuvchi korxonalar parametrlarini baholash ko'rsatkichlari asosida takomillashtirildi.

8. Chakana savdo korxonalarida savdo xizmatlari sifatini baholash tizimi uning xususiy ko'rsatkichlarini tizimlashtirish, ko'rsatkichlarning vaznini aniqlash, xizmatlar sifatini baholashning integral ko'rsatkichlarini hisoblash hamda savdo xizmatlari bo'yicha xulosalar ishlab chiqishning asosiy bosqichlarini shakllantirish asosida takomillashtirildi.

9. Chakana savdo tizimida marketing tadqiqotlari bo'yicha innovatsiyalarni joriy qilish bosqichlari loyiha guruhini shakllantirish, ishlarni rejalashtirish, innovatsiyalarni tadqiq etish hamda innovatsiyalarni joriy etish samaradorligini baholash asosida takomillashtirildi.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ РнD.03/28.02.2022.I.18.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ САМАРКАНДСКОМ ИНСТИТУТЕ
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА**

БУХАРСКИЙ ИНЖЕНЕРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ

УРИНОВ ЙИГИТАЛИ МУРАТОВИЧ

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ
НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

08.00.05 – Экономика сферы обслуживания

**АВТОРЕФЕРАТ ДИССЕРТАЦИИ
ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (РнD) ПО ЭКОНОМИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Самарканд – 2024

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией за номером B2021.4.PhD/Iqt1929.

Диссертация выполнена в Бухарском инженерно-технологическом институте.
Автореферат диссертации размещён на трех языках (узбекском, русском и английском (резюме)) на веб-странице Научного совета (www.siyes.uz) и информационном образовательном портале «ZiyoNet» (www.ziyo.net).

| | |
|-------------------------------|---|
| Научный руководитель: | Насимов Дилмурод Абдуллоевич доктор экономических наук, профессор |
| Официальные оппоненты: | Уразов Комил Бахромович доктор экономических наук, профессор Суюнов Дилмурод Холмурадович доктор экономических наук, профессор |
| Ведущая организация: | Ташкентский государственный экономический университет |

Защита диссертации состоится « 23 » _____ 02 _____ 2024 г. в 15:00 часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2019.I.18.01 по присуждению учёной степени при Самаркандском институте экономики и сервиса. Адрес: 140100, г. Самарканд, ул. Амир Темур, 9. Тел.: (998 66) 233-19-84, Факс: (998 66) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

С диссертацией доктора философии (PhD) по экономическим наукам можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Самаркандского института экономики и сервиса (зарегистрировано за № 072). Адрес: 140100, г. Самарканд, ул. Амир Темур, 9. Тел.: (998 66) 233-34-76; Факс: (998 66) 231-12-53; e-mail: sies_info@edu.uz.

Автореферат диссертации разослан « 10 » _____ 02 _____ 2024 года.
(реестр протокола рассылки № 02 _____ от « 10 » _____ 02 _____ 2024 года).

М.Э.Пулатов
Председатель научного совета по присуждению ученых степеней,
д.э.н., профессор

Ш.О.Кувандиков
Ученый секретарь научного совета по присуждению ученых степеней,
д.э.н., доцент

М. М.Мухаммедов
Председатель научного семинара при научном совете по присуждению ученых степеней,
д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации (PhD) доктора философии)

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мире традиционно розничная торговля имеет большое значение в повышении качества жизни населения, в условиях социализации производства все больше возрастает значение розничной торговли как звена, завершающего производство и организующего встречу с потребителем. "По прогнозам объем розничной торговли в мире с 24,2 трлн. долларов США в 2021 году к 2025 году составит примерно 31,7 триллиона долларов США, и как следствие в результате глобализации и различных контрактов и соглашений между рынками и странами многие предприятия розничной торговли получают возможность ведения бизнеса."¹⁶ На сегодня наряду с развитием розничных торговых услуг, особое внимание уделяется проблемам удовлетворения потребительского спроса на высоком уровне по оценке качества услуг.

В мире в развитии розничной торговли и совершенствовании системы оценки качества торговых услуг на приоритетном уровне рассматриваются научные исследования, направленные на развитие розничной торговли на основе инновационных технологий, рациональную организацию торгового производства, совершенствование методологии интегральной оценки качества торговых услуг посредством расширения структуры услуг розничной торговли в условиях повышения качества жизни населения. В связи с этим исследования по таким темам, как эффективное развитие электронной коммерции, совершенствование методики оценки качества услуг розничной торговли по уровню комплексности, обоснование эффективных путей инновационного развития системы торговли при уточнении методических аспектов приобретают все большее значение.

В экономике Нового Узбекистана реализуются программные меры по таким направлениям, как стабильное и эффективное развитие предприятий розничной торговли, повышение культуры обслуживания наряду с качеством обслуживания, пополнение торговых предприятий качественной продукцией, оптимизация состава и расширение ассортимента и эффективная организация торгового производства. «Более 2 тысяч махаллей в стране специализируются на услугах. В связи с этим подчеркнута необходимость организации в махаллях с населением более 20 тысяч человек центров розничной торговли и услуг. Эти центры также будут освобождены от уплаты налога на землю и имущество сроком на 5 лет»¹⁷. При решении этих задач целесообразно углубление научных исследований в таких направлениях, как совершенствование методологии оценки качества услуг розничной торговли, полное удовлетворение спроса потребителей на услуги розничной торговли, инновационное развитие торговой системы.

Данное диссертационное исследование в определенной мере служит

¹⁶ <https://www.statista.com/statistics/report-content/statistic/443522>

¹⁷ Видеоселекторное совещание под председательством Президента Шавката Мирзиёева 19 апреля 2022 года состоялось по вопросам повышения результативности системы работы в разрезе махаллей и обеспечения занятости населения. <https://president.uz/ru/lists/view/513>

реализации задач, определенных в Указах и Постановлениях Президента Республики Узбекистан от 6 сентября 2019 года за №УП-5813 «О мерах по внедрению современных информационных технологий в систему расчетов в сфере торговли и оказания услуг, а также усилению общественного контроля в данной сфере», от 30 сентября 2021 года за №УП-6318 «О дополнительных мерах по поддержке сферы услуг», Постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан от 13 февраля 2003 года за №-75 «Об утверждении правил розничной торговли в республике узбекистан и правил производства и реализации продукции (услуг) общественного питания в Республике Узбекистан» и других нормативно-правовых документах, относящихся к этой сфере.

Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики. Исследование диссертации проводилось в соответствии с приоритетным направлением развития науки и техники республики I. «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

Степень изученности проблемы. Фундаментальные основы развития сферы услуг, обеспечения экономической стабильности, экономической и социальной эффективности, развития человеческого капитала исследованы зарубежными учёными¹⁸, в том числе Кейнсом Дж.М., Маршаллом А., Фишером М., Хаксевером К.Х., Рендером Б.Р., Расселом Р.С., Мердиком Р.Г., Пигу А., Шумпетером Ю.А. и другими.

Научно-методологические аспекты вопросов оценки качества услуг в сфере розничной торговли исследованы зарубежными учеными¹⁹, в том числе: Барканом Н.А., Ветитневым А., Воиновым И., Гупановой Ю.Е., Дзахмишевой И.Ш., Егоровой В.Ф., Николайчуком Н. Е., Николаевой М.А., Ньюманом Э., Коленом П., Трусовой С.В., Памхбуччянс О.В., Шевченко Д.К. и другими.

¹⁸ Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег / Пер. сангл. проф. Н.Н.Любимова, под. ред. д.э.н., проф. Л.П.Куракова. – М.: МИЭМП, 2010; Маршалл А. Принципы экономической науки / А.Маршалл: В 3 т. – М.: Прогресс-Т.3. 1984. –119 с.; Regional labor markets. Analytical contributions and cross-national comparisons. Ed. by. M.Fischer and P.Nijkamp. — Elsevier Science Publishing Co, 1987. -500 p.; Управление и организация в сфере услуг: теория и практика: Service Management and Operation – 2-е международ. изд. (пер. с англ под науч. ред. В.В.Кулибановой) / К.Х.Хаксевер, Б.Р.Рендер, Р.С.Рассел, Р.Г.Мердик. – СПб и др.: ПИТЕР, ПИТЕР бух, 2002. – 751 с.; Пигу А. Экономическая теория благосостояния / Пигу А.: В 2 т. – М.: Прогресс — Т.2-1985. – 240 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / Й. Шумпетер: пер. с англ. предисл. В.С. Автономова. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

¹⁹ Баркан Н. А. Качество услуг и культура обслуживания населения / Н. А. Баркан, Я. С. Дцгаров. — М.: Легкая и пищевая промышленность, 1984; Ветитнев А. Методология оценки качества услуг организации санаторно-курортной сферы/ А.Ветитнев, О.Малова // Маркетинг. – 2003. -№6 (73). – С. 79-89; Воинов И. Качество как концепция развития услуг / И.Воинов // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. — № 1. – С. 251-255; Гупанова Ю.Е. Формирование методологии управления качеством / Ю. Е. Гупанова // Вестник ИНЖЭКОНА. Сер. Экономика. – 2009. — № 6. – С. 123-133; 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; Егоров В.Ф. Организация торговли: учебник / В.Ф.Егоров. – СПб.: Питер, 2006. – 352 с.; Николайчук Н.Е. Маркетинг и менеджмент услуг. Деловой сервис / Н. Е.Николайчук. – СПб.: Питер, 2005. – 608 с.; Ньюмен Э. Розничная торговля: организация и управление / Э.Ньюмен, П.Колен, СПб.: Питер, 2005. — 416 с.; Памбуччянц О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбуччянц. – М.: Дашков и Ко, 2004. – 442 с.; Трусова С.В. Современные подходы к оценке качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли / С.В.Трусова // Сегодня и завтра российской экономики. – 2009. – Вып. 27. – С. 142-148; Шевченко Д.К. Организация и управление качеством: монография / Д.К.Шевченко, В.В. Груздев. – Владивосток: 1998. – 221 с.

Среди узбекистанских ученых²⁰ данным проблемам посвящены научные труды Абдукаримова Б.А., Пардаева М.К., Исраиловым Б.И., Мухаммедовым М.М., Алтынбаевым Р.И., Кутбетдиновым А.Т., Юлдошевым И.К., Уразовым К.Б., Комиловой Н.А., Абдукаримовым Ф.Б. и других.

Однако в работах вышеупомянутых авторов на основе целостной оценки проблемы изучения качества услуг в розничной торговле изучены некоторые ее аспекты с учетом интересов различных субъектов рынка. К тому же важным является также исследование новых научных подходов, позволяющих комплексно и дифференцированно оценивать качество розничных услуг с учетом различных мотивов при разработке механизмов повышения социально-экономической эффективности предприятий розничной торговли и субъектов рынка. Как следствие, исследования, связанные с совершенствованием системы оценки качества обслуживания на предприятиях розничной торговли, недостаточны и требуют проведения глубоких научных и методических исследований по данной тематике.

Связь темы диссертации с научно – исследовательскими работами высшего учебного заведения, где выполнена диссертация. Исследование данной диссертации проводилось в соответствии с планом научно-исследовательской работы Бухарского инженерно-технологического института по теме «Теоретические и практические проблемы развития отраслей сферы услуг в условиях инновационной экономики».

Цель исследования заключается в разработке предложений и рекомендаций по совершенствованию системы оценки качества услуг на предприятиях розничной торговли в условиях инновационного развития экономики.

Задачи исследования:

научно-теоретический анализ экономической сущности категории «услуги розничной торговли» и формирование авторского подхода;

разработка классификации розничных услуг по конкретным направлениям и характеристикам;

классификация требований к качеству услуг предприятий розничной торговли, их характеристики и пятиуровневая модель качества услуг;

проведение динамического анализа состояния развития розничной торговли в нашей республике;

анализ различных подходов к оценке качества услуг предприятий розничной торговли;

исследование методов оценки качества услуг предприятий розничной торговли;

²⁰ Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик I – қисм, – Тошкент, «Иқтисод-молия» 2010.; Пардаев М.К., Исраилов Б.И. Савдо корхоналарининг иқтисодий таҳлили. Ўқув кўлланма, 1-2 қисм, – Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2001; Мухаммедов М.М., Алтынбаев Р.И., Кутбетдинов А.Т., Абдукаримов Б.А. «Экономика торговли». Учебное пособие. – Самарканд. 1998; Юлдошев И.К. Савдо корхоналари иқтисодиёти. Ўқув кўлланма. – Т. ТДИУ, 2005; Уразов К.Б. «Савдода бухгалтерия хисоби ва солиққа тортиш», Ўқув кўлланма. – Т.: «Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси» нашриёт уйи, 2004; Абдукаримов Б.А., Комилова Н.А., Абдукаримов Ф.Б. Актуальные вопросы развития торговли в Узбекистане. Монография. – Т., «Иқтисодиёт», 2010; Фаттахов А.А. Рыночные механизмы и интенсификация оптовой торговли. Монография. – Т., ТГЭУ, 2002.

совершенствование методики оценки качества торговых услуг на предприятиях розничной торговли;

совершенствование метода интегральной оценки качества услуг на предприятиях розничной торговли;

разработка научно обоснованных предложений и рекомендаций по основным направлениям предоставления инновационных услуг на предприятиях розничной торговли.

Объектом исследования является экономическая деятельность предприятий розничной торговли Республики Узбекистан.

Предметом исследования являются экономические отношения, связанные с совершенствованием системы оценки качества услуг на предприятиях розничной торговли.

Методы исследования. В диссертации использованы такие методы, как системный анализ, группировка, индукция и дедукция, статистический и сравнительный анализ, абстрактно-логический подход, интегральная оценка.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

усовершенствован состав оказываемых дополнительных услуг в системе розничной торговли по характеру предоставления качественного обслуживания и полного удовлетворения потребностей системы путем широкого приема заказов на товары, отсутствующие в продаже, и послепродажного тестирования (гарантийное) обслуживание приобретаемых товаров;

предложена модель качества оказания торговых услуг на основе совершенствования методического подхода оценки (управления) качеством торговых услуг с учетом того, что пробелы в оказании услуг (пяти частей) непосредственно приводят друг к другу и выработке управленческих решений по их системному устранению;

в условиях инновационного развития экономики и роста торговой культуры предложена интегральная оценка качества услуг потребителем $I_{xs} = \sqrt[5]{I_{us} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$, основанная на целесообразности включения «материальных условий обслуживания» в традиционные требования к оценке стоимости услуг;

обоснована целесообразность формирования межфункциональной проектной группы для повышения организационной, исследовательской, плановой и управленческой эффективности проекта внедрения инноваций в деятельность торгового предприятия в условиях интенсивного развития системы розничной торговли.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

разработан авторский подход, отражающий экономическое содержание категорий «услуга» и «услуги предприятий розничной торговли»;

классифицированы требования к качеству розничных услуг на группы по функциональным, социальным, условиям труда, эстетическим и технологическим аспектам, а также общим и особым признакам, связанным с безопасностью и охраной окружающей среды;

усовершенствован интегральный коэффициент качества услуг розничной торговли исходя из уровня удовлетворения требований потребителей, уровня услуг розничной торговли и параметров поставщика услуг.

Достоверность результатов исследования. Достоверность результатов исследования, целесообразность используемых подходов и методов определяется тем, что информация получена из официальных источников, в том числе статистических данных Агентства Статистики при Президенте Республики Узбекистан, и внедрением предложенных выводов. и рекомендации в практику уполномоченными органами.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования объясняется разработкой классификации видов услуг предприятий розничной торговли по конкретным направлениям и характеристикам, предложенной моделью качества оказания торговых услуг, совершенствованием метода интегральной оценки качество услуг на предприятиях розничной торговли, основными направлениями инновационных услуг на предприятиях розничной торговли.

Практическая значимость результатов исследования объясняется тем, что они могут быть использованы для совершенствования методики оценки качества услуг на предприятиях розничной торговли, повышения конкурентоспособности предприятий розничной торговли, подготовки нормативных документов, связанных с отраслью, а также разработки комплекса мер, направленных на инновационное развитие предприятий розничной торговли.

разработан авторский подход, отражающий экономическое содержание категорий «услуга» и «услуги предприятий розничной торговли»;

требования к качеству розничных услуг классифицируются на группы по функциональным, социальным, условиям труда, эстетическим и технологическим аспектам, а также общим и особым признакам, связанным с безопасностью и охраной окружающей среды;

интегральный коэффициент качества услуг розничной торговли совершенствуется исходя из уровня удовлетворения требований потребителей, уровня услуг розничной торговли и параметров поставщика услуг.

Внедрение результатов исследований. На основе полученных научных результатов по совершенствованию системы оценки качества услуг на предприятиях розничной торговли:

предложение по совершенствованию состава оказываемых дополнительных услуг в системе розничной торговли по характеру предоставления качественного обслуживания и полного удовлетворения потребностей системы путем широкого приема заказов на товары, отсутствующие в продаже, и послепродажного тестирования. (гарантийное) обслуживание приобретаемых товаров использовано Торгово-промышленной палатой Республики Узбекистан при разработке программы «Развитие предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг на 2023-2024 гг.»

(Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 5 апреля 2023 года за №11/03-15-3874). Использование данного предложения послужило обогащению разновидностей дополнительных услуг и повышению качества обслуживания, повышению точности методической группировки дополнительных услуг на предприятиях розничной торговли;

предложения по модели качества оказания торговых услуг на основе совершенствования методического подхода оценки (управления) качеством торговых услуг с учетом того, что пробелы в оказании услуг (пяти частей) непосредственно приводят друг к другу и выработке управленческих решений по их системному устранению было использовано Торгово-промышленной палатой Республики Узбекистан при разработке программы «Развитие предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг на 2023-2024 гг.» (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 5 апреля 2023 года за №11/03-15-3874). Использование данных предложений послужило повышению качества услуг, а также сокращению времени приобретения продукции, повышению уровня удовлетворенности потребителей услугами;

предложенная интегральная оценка качества услуг потребителем, выраженная в $I_{xs} = \sqrt[5]{I_{us} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$ в условиях инновационного развития экономики и роста торговой культуры, основанная на целесообразности включения «материальных условий обслуживания» в традиционные требования к оценке стоимости услуг была использована Торгово-промышленной палатой Республики Узбекистан при разработке программы «Развитие предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг на 2023-2024 гг.» и внедрено в практику его региональными структурами (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 5 апреля 2023 года за №11/03-15-3874). Использование данного предложения позволило повысить экономическую эффективность предприятия в 1,25 раза за счет оценки качества услуг предприятий розничной торговли по результатам социологического опроса;

предложение формирования межфункциональной проектной группы для повышения организационной, исследовательской, плановой и управленческой эффективности проекта внедрения инноваций в деятельность торгового предприятия в условиях интенсивного развития системы розничной торговли использовано Торгово-промышленной палатой Республики Узбекистан при разработке программы «Развитие предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг на 2023-2024 гг.» и внедрено в деятельность предприятия розничной торговли “Yuniko Plyus” (Справка Торгово-промышленной палаты Республики Узбекистан от 5 апреля 2023 года за №11/03-15-3874). Использование данного предложения позволило повысить конкурентоспособность предприятия в результате внедрения и коммерциализации инноваций на основе маркетинговых исследований на предприятиях розничной торговли.

Апробация результатов исследования. Результаты исследования обсуждались на 7, в том числе на 4 республиканских и 3 международных научно-практических конференциях

Публикация результатов исследования. По теме диссертации опубликовано всего 15 научных работ, в том числе 6 статей в научных изданиях, рекомендованных к публикации основных научных результатов докторских диссертаций ВАК Республики Узбекистан, в том числе 3 в республиканских и 3 в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы составил 148 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность и востребованность темы диссертации, формируются цель и основные задачи, объект и предмет исследования, показана ее связь с приоритетными направлениями развития науки и техники республики, изложены научная новизна и практические результаты исследования, освящены научная и практическая значимость полученных результатов, представлены результаты исследования, сведения о внедрении, апробации, опубликованных работах и структуре диссертации.

В первой главе диссертации «**Теоретические основы оценки качества услуг предприятий розничной торговли в условиях трансформации экономики**» на основе научного анализа теоретических подходов к развитию розничных торговых услуг в сфере оказания услуг разработано авторское определение экономического содержания категорий «услуга», «услуги предприятий розничной торговли», исследовано и классифицировано по видам услуг, оказываемых на предприятиях розничной торговли, специальным признакам и направлениям. Также были исследованы качество и характеристики услуг на предприятиях розничной торговли, а также их теоретические и методологические основы.

Предприятия розничной торговли являются одним из основных элементов инфраструктуры потребительского рынка, и ее развитие, с одной стороны, позволяет больше и качественнее удовлетворять спрос потребителей на различные товары и услуги, а с другой стороны, служит эффективным функционированием потребительского рынка.

Развитие рыночных отношений в экономике страны, в том числе торговли, существенно изменило место розничной торговли в процессе воспроизводства, которая стала активно влиять на рыночные процессы с точки зрения объемов товарооборота. Развитие сферы розничных услуг в современных условиях позволяет осуществить структурные изменения в экономике, активизировать производство потребительских товаров в соответствии с потребительским спросом, развивать межрегиональные и межгосударственные связи, формировать товарное предложение на потребительском рынке, создает условия для повышения качества жизни

населения за счет удовлетворения его потребностей. Соответственно, в современных условиях вопрос оценки качества розничных услуг становится все более актуальным, и возникает необходимость дальнейшего совершенствования научных разработок в этом направлении.

Услуга – это действие как экономический результат в форме деятельности, а также нематериальная выгода, не связанная с имуществом, предоставляемая для удовлетворения спроса потребителя в соответствии с требованиями к его характеристикам посредством взаимодействия исполнителя и потребителя.

Услуги предприятий розничной торговли представляют собой специфический товар, определяющий полезность услуги в условиях рыночной экономики и ценность социального использования в виде полезной деятельности предприятий розничной торговли, призванную удовлетворить спрос субъектов рынка и экономическая выгода продавца от покупки и продажи услуг.

Одной из основных характеристик классификации видов услуг является характер потребностей, подлежащих удовлетворению, при котором услуги предприятий розничной торговли связаны преимущественно с реализацией товаров и содействием покупателю в их приобретении и использовании; предоставление информационных и консультационных услуг; состоит из дополнительных услуг для клиентов по приобретению товаров и созданию удобства при покупке. Соответственно, структурные элементы оказания дополнительных услуг в системе розничной торговли основаны на характеристиках удовлетворения потребностей, основанных на реализации товаров, их покупке, использовании товаров, информации и консультировании, удобстве приобретения товаров.

На наш взгляд, важной особенностью классификации видов розничных услуг является время их осуществления, услуги делятся на следующие основные виды: предпродажное обслуживание, обслуживание в процессе продажи, гарантированное обслуживание и негарантированное обслуживание (платное) (рис.1).

Перечень торговых услуг, оказываемых предприятиями розничной торговли, может быть расширен в зависимости от ассортимента реализуемых администрацией товаров, исходя из специализации предприятия, его местонахождения, специфики зоны обслуживания и пригодности услуг.

В настоящее время широко распространено функциональное и интегральное понимание происхождения категории «качество», позволяющее всесторонне оценить ее под воздействием различных факторов.

Оказание розничных услуг напрямую связано с экономической категорией «полезность», которая представляет собой удовлетворенность потребителя потреблением товаров и услуг, повышающих полезность товара. Реализация услуг подчиняется закону добавленной полезности, согласно которому с увеличением потребления определенного продукта, если потребление других товаров остается неизменным, общая полезность увеличивается, но в меньших масштабах.



Рис.1. Виды и состав услуг предприятий розничной торговли в зависимости от срока реализации ¹⁹

Услуги розничной торговли обладают определенной полезностью в процессе их использования, и в то же время покупатели, посещающие предприятия розничной торговли, принимают их не только с точки зрения приобретения товаров народного потребления, но и с точки зрения удовлетворения других потребностей в розничной торговле. услуги. Следует учитывать четыре аспекта качества розничных услуг (рис. 2).

Следует отметить, что все четыре качества услуг тесно связаны друг с другом. Установка нового современного торгового оборудования (технический аспект) увеличивает скорость обслуживания, совершенствует технику продаж и позволяет сократить время получения обслуживания покупателем (функциональный аспект). Технический аспект качества обслуживания важен в долгосрочной перспективе, так как направлен на предотвращение вредных ситуаций для клиентов и зависит от состояния зданий и сооружений, качества и ассортимента реализуемых товаров (технический аспект).

¹⁹ Разработано автором.



Рис.2. Особенности качества услуг розничной торговли²⁰

Модель качества торговых услуг разработана на основе сокращения времени приобретения товаров розничного предприятия, повышения уровня удовлетворенности потребителей услугами и формирования классификации показателей компетентности сотрудников (рис. 3).

Согласно предложенной модели качества розничных услуг выявлены следующие проблемы определения неудовлетворенности клиентов качеством предоставляемых услуг: первый пробел - неправильное восприятие предпринимателем потребительских ожиданий; второй пробел – существование разницы между представлениями руководства коммерческого предприятия (или других управленческих структур) и факторов, определяющих ожидаемое потребителями качество услуг; третий пробел – разница между качеством обслуживания и факторами, определяющими услуги, оказываемые работниками розничной торговли; четвертый пробел определяет разницу между ожидаемым качеством услуги и реальной услугой, оказываемой потребителями под воздействием внешних коммуникаций (рекламы, имиджа, дизайна и т. д.); пятый пробел описывает разницу между ожидаемым и фактическим качеством розничных услуг. Эти пробелы напрямую связаны друг с другом, создание пробела 1 приводит к созданию пробелов 2 и 3.

²⁰ Разработано автором.

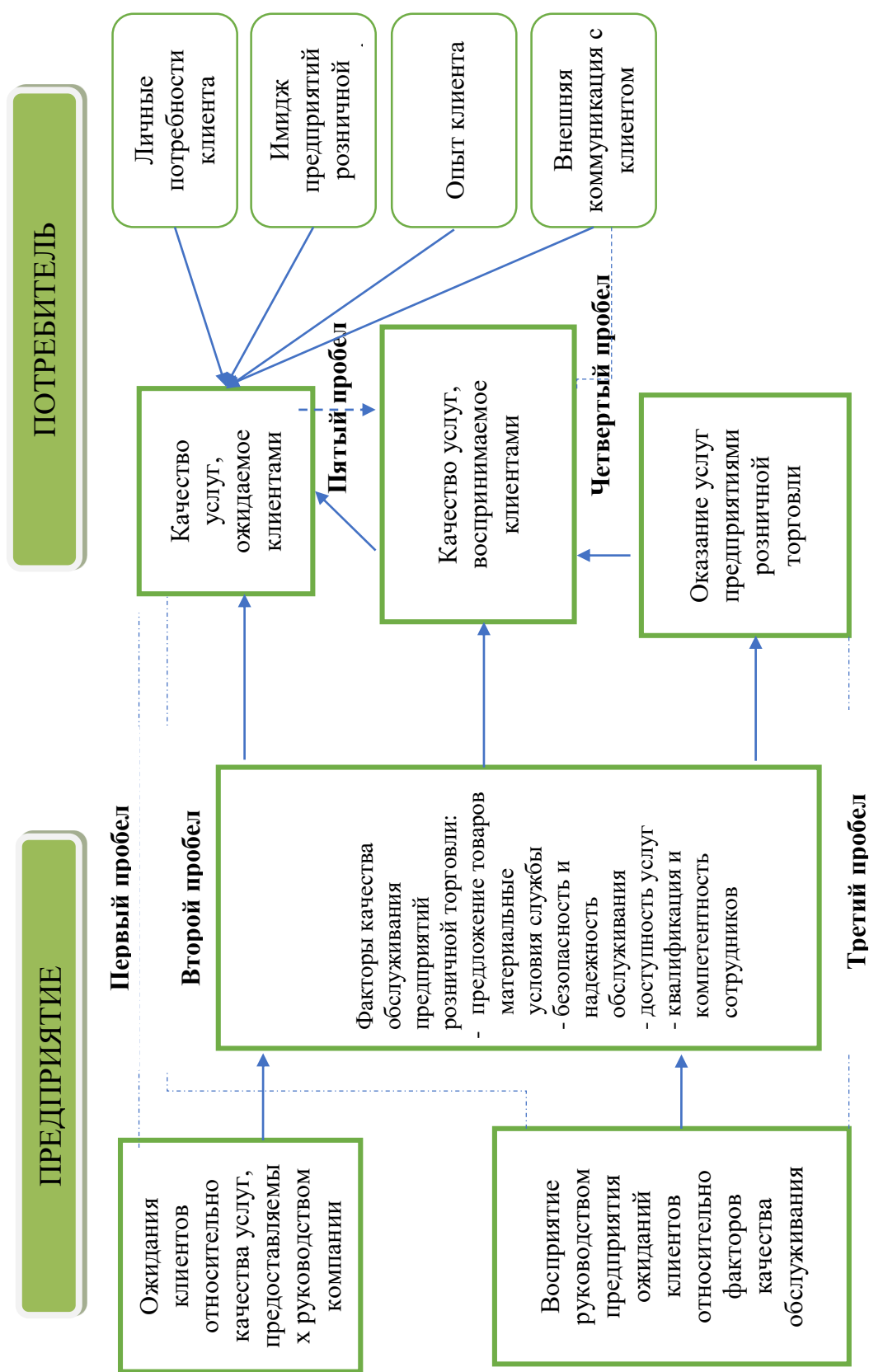


Рис.3. Модель качества услуг предприятий розничной торговли²³

²³ Разработано автором.

Анализ недостатков, которые могут присутствовать при оценке качества услуг розничной торговли, позволяет выработать управленческие решения, направленные на улучшение качества предоставляемых услуг и повышение эффективности деятельности предприятий розничной торговли.

Во второй главе диссертации **«Состояние развития предприятий розничной торговли в Узбекистане и анализ подходов к оценке качества их услуг»** проведен анализ состояния и тенденций развития предприятий розничной торговли в республике и подходов. проведена оценка качества услуг предприятий розничной торговли. Также были изучены методы оценки качества услуг предприятий розничной торговли.

Розничная торговля сочетает в себе интересы прибыли продавца с потребностью покупателя в качественных товарах и услугах. Именно посредством розничной деятельности местные производители направляют производство на максимальный учет запросов общества.

Розничная деятельность базируется на теории личного выбора, в основе которой лежит принцип, согласно которому потребитель является приоритетом, а общество выступает как социальное выражение качества жизни.

Сегодня розничная торговля является одной из быстро развивающихся отраслей экономики нашей страны. В настоящее время оборот многих предприятий розничной торговли имеет устойчивую тенденцию развития, а оборот отдельных крупных предприятий розничной торговли стал сопоставим с объемами производства престижных промышленных предприятий. Розничная торговля все больше связана с другими секторами цепочки поставок, включая покупателей, дистрибьюторов и производителей.

Если обратиться к аналитическим данным по объему оборота розничной торговли в Бухарской области, то общая сумма в 2022 году составила 18190,3 миллиарда сумов, этот показатель увеличился в 2,2 раза по сравнению с 2018 годом. Объем розничного товарооборота в регионах области увеличился почти с двух до трех раз. Доля Бухарского района в объеме розничного товарооборота в разрезе регионов имеет высокий вес и увеличилась почти в 3,0 раза по сравнению с показателем 2018 года (табл. 1).

Исследования показывают, что конкуренция в розничной торговле ведется по разным направлениям. Мы выделяем три типа этих направлений: 1. Между формами обслуживания покупателей (например, передовые магазины самообслуживания и устаревшие продуктовые магазины). 2. Между производителями и продавцами (появление у производственных предприятий собственных розничных магазинов под брендом производителя). 3. На новых рынках (например, американские и китайские компании пытаются представить себя на европейском рынке, западноевропейские компании пытаются занять рынки Центральной и Восточной Европы).

Развитие розничной торговли в Бухарской области является одной из основных отраслей сферы услуг. Если обратить внимание на анализ социально-экономических показателей предприятий розничной торговли, действующих в Бухарской области, то объем розничной торговли на

предприятиях розничной торговли ООО «BUXORO DORI DARMON» и ООО «YUNIKO PLYUS» высок, а в В 2022 году оборот розничной торговли на этих предприятиях составит соответственно 358,8 млрд. сумов и 224,8 млрд. сумов.

Таблица 1

Объем товарооборота в Бухарской области(млрд.сум)²⁴

| Регионы | 2018 г. | 2019 г. | 2020 г. | 2021 г. | 2022 г. | Рост в 2018-2022 гг. |
|-------------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------------------|
| Город Бухара | 2799,8 | 3431,3 | 4046,0 | 4807,4 | 6430,1 | 2,3 раз |
| Гиждуванский район | 1436,8 | 1844,1 | 2153,8 | 2737,4 | 3314,5 | 2,3 раз |
| Бухарский район | 399,6 | 473,3 | 617,7 | 873,9 | 1189,7 | 3,0-раз |
| Каганский район | 319,2 | 459,1 | 386,2 | 440,4 | 625,1 | 195,8 % |
| Вабкетский район | 480,7 | 602,1 | 640,7 | 717,7 | 986,3 | 2,0 раз |
| Рамитанский район | 509,4 | 582,6 | 726,9 | 816,3 | 1069,4 | 2,1 раз |
| Каракульский район | 785,2 | 1081,8 | 898,7 | 1007,1 | 1157,5 | 147,4 % |
| Пешкинский район | 260,8 | 256,8 | 394,5 | 481,2 | 559,6 | 2,1 раз |
| Джондорский район | 485,7 | 544,0 | 695,9 | 801,0 | 922,9 | 190,0 % |
| Олотский район | 200,1 | 265,8 | 259,7 | 320,8 | 418,4 | 2,1 раз |
| Шофирконский район | 329,5 | 412,7 | 480,1 | 544,3 | 706,5 | 2,1 раз |
| Каганский район | 165,7 | 167,2 | 280,4 | 401,8 | 473,8 | 2,8 раз |
| Каравулбазарский район | 134,2 | 158,9 | 231,4 | 429,6 | 336,5 | 2,5 раз |
| Всего по области | 8306,7 | 10279,7 | 11812,0 | 14378,9 | 18190,3 | 2,2 раз |

Объем чистой прибыли у этих предприятий был выше по сравнению с другими анализируемыми предприятиями розничной торговли. Если посмотреть на общее количество сотрудников, работающих на этих предприятиях, то в 2022 году в ООО «BUXORO DORI DARMON» работало 247 человек, а в ООО «YUNIKO PLYUS» — 157 человек. Численность работников, работающих на остальных предприятиях, относительно невелика по объему их экономической деятельности. Фондоотдача на всех анализируемых предприятиях состояла из практически одинаковых показателей. ООО ««BUXORO DORI DARMON» (1,58 сум), ООО « YUNIKO PLYUS» (1,58 сум), ООО «BUXORO BANOR SAVDO» (1,64 сум), «GRAND GAZ SERVICE» (1,58 сум). В 2022 рентабельностью реализации продукции была самой высокой у ООО «КОПИЛКА» (21,2%) (табл. 2).

Известно, что объем розничного товарооборота на душу населения напрямую зависит от уровня доходов населения, зависит от уровня занятости

²⁴ Сведения в таблицы, рассчитаны на основе годовых статистических отчетностей предприятий.

населения и величины среднего дохода. Розничное обслуживание не может считаться завершенным без приобретения покупателем продукта, предназначенного для удовлетворения его потребностей, то есть розничное обслуживание представляет собой оказание услуг продукцией (товарами).

Таблица 2

Социально-экономические показатели предприятий розничной торговли, действующих в Бухарской области, млрд.сум ²⁵

| Ko'rsatkichlar | Korxononomi | OOO"BUXORO DORI DARMON" | OOO"YUNIKO PLYUS" | OOO"BUXORO VAHOR SAVDO" | OOO"ДОВОЙ" | OOO"PROGRESS" | OOO"AS IN FARMA" | OOO"GRAND GAZ SERVICE" | OOO"КОПКА" |
|---|-------------|-------------------------|-------------------|-------------------------|------------|---------------|------------------|------------------------|------------|
| | Yillar | | | | | | | | |
| Розничный товароборот, млрд.сум | 2021 | 286,1 | 177,3 | 37,5 | 25,0 | 30,8 | 27,8 | 19,3 | 17,8 |
| | 2022 | 358,8 | 224,8 | 48,2 | 30,3 | 39,0 | 34,7 | 24,1 | 22,7 |
| Себестоимость продукции, млрд.сум | 2021 | 228,7 | 141,8 | 30,0 | 20,0 | 24,5 | 22,2 | 15,4 | 14,5 |
| | 2022 | 287,3 | 179,8 | 38,6 | 24,2 | 31,2 | 27,9 | 19,3 | 17,9 |
| Чистый доход, млрд.сум | 2021 | 57,4 | 35,5 | 7,5 | 5,0 | 6,4 | 5,6 | 3,8 | 3,5 |
| | 2022 | 71,6 | 45,0 | 9,6 | 6,1 | 7,8 | 6,7 | 4,8 | 4,7 |
| Чистая прибыль, млрд.сум | 2021 | 32,1 | 24,7 | 5,4 | 3,3 | 4,7 | 3,8 | 2,1 | 2,2 |
| | 2022 | 45,6 | 31,6 | 7,5 | 4,5 | 6,2 | 4,9 | 3,2 | 3,8 |
| Всего рабочих, чел. | 2021 | 219 | 117 | 25 | 18 | 22 | 23 | 12 | 12 |
| | 2022 | 247 | 157 | 32 | 21 | 27 | 24 | 16 | 15 |
| Производительность труда, млн.сум | 2021 | 1306 | 1515 | 1500 | 1389 | 1400 | 1209 | 1608 | 1483 |
| | 2022 | 1453 | 1432 | 1506 | 1443 | 1444 | 1446 | 1506 | 1513 |
| Фондоотдача, сум | 2021 | 1,53 | 1,52 | 1,61 | 1,29 | 1,13 | 1,40 | 1,57 | 1,30 |
| | 2022 | 1,58 | 1,58 | 1,64 | 1,35 | 1,14 | 1,44 | 1,58 | 1,42 |
| Рентабельность реализованной продукции, % | 2020 | 14,0 | 17,4 | 18,0 | 16,5 | 19,2 | 17,1 | 13,6 | 15,2 |
| | 2021 | 15,9 | 17,6 | 19,4 | 18,6 | 19,9 | 17,6 | 16,6 | 21,2 |
| Текущая ликвидность предприятия, % | 2021 | 0,28 | 0,23 | 0,24 | 0,24 | 0,27 | 0,23 | 0,22 | 0,21 |
| | 2022 | 0,29 | 0,25 | 0,26 | 0,25 | 0,28 | 50,22 | 0,23 | 0,22 |

²⁵ Сведения в таблицы, рассчитаны на основе годовых статистических отчетностей предприятий.

В настоящее время методология оценки качества услуг предприятий розничной торговли полностью и всесторонне не разработана, что позволяет провести комплексный анализ факторов, определяющих качество услуг, и дать их целостную оценку. Это требует систематизации взглядов и методических подходов по исследованию качества услуг предприятий данной отрасли и их координации с учетом особенностей деятельности предприятий розничной торговли в современных условиях.

На основе анализа данных, представленных в предыдущих параграфах нашей диссертационной работы, мы предлагаем трехэтапный метод изучения и оценки качества услуг предприятий розничной торговли: предварительный, основной и итоговый. Мы предлагаем конкретную последовательность оценки качества услуг предприятий розничной торговли (рис. 4).



Рис. 4. Пошаговый алгоритм оценки качества услуг предприятий розничной торговли²⁶

²⁶ Разработано автором

На предварительном этапе оценки качества услуг предприятий розничной торговли осуществляется:

1. Целью предварительного анализа является изучение и оценка качества услуг предприятий, оказывающих розничные услуги. Исходя из поставленной цели, были определены следующие задачи анализа: выявление и оценка факторов, определяющих качество услуги; анализ качества доставки товаров и продукции, реализуемой розничными продавцами; оценка качества процесса оказания розничных услуг; целостная оценка качества розничных услуг; разработка способов выявления резервов повышения качества и эффективности предоставляемых услуг в современных условиях внешней и внутренней среды предприятий розничной торговли.

2. Определяется объект и предмет анализа. В ходе данного анализа предметом анализа являются социально-экономические отношения, возникающие в процессе реализации услуг и оценки их качества предприятиями розничной торговли, а также предметом различных предприятий розничной торговли, реализующих продовольственные товары.

3. Разработаны методология, принципы и стратегии исследования.

В ходе исследования предложено выразить качество розничных услуг посредством качества товарного предложения, материальных условий обслуживания, легкости использования услуг, качество обслуживания продаж и полноту закупок на основе мнений потребителей с помощью оценочного показателя ($I_{xs} = \sqrt[5]{I_{ts} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{st}}$).

Предлагается таким образом оценивать качество процесса оказания розничных услуг с точки зрения поставщиков товаров. По каждой группе детерминантов, определенных на основе анкетирования (качество предложения товаров в розничной торговле, информативность, надежность оказания услуг, легкость использования услуг, компетентность сотрудников), по каждому отдельному показателю определяется балл и выставляется рейтинг. С помощью этой методики, можно рассчитать интегральный показатель оценки качества обслуживания для каждой группы детерминантов (табл. 4), а так же для отдельных видов предприятий розничной торговли.

Завершающим направлением основного этапа предлагаемой методики является расчет и оценка интегрального показателя качества розничных услуг на основе исследования основных составляющих этого показателя.

На основе предложенной методики важным направлением исследований является анализ полноты покупки с точки зрения покупателей. Степень полноты покупки определяется соотношением покупателей, купивших необходимые потребительские товары при целевом посещении розничного магазина определенного типа, к 100 людям, планировавшим приобрести в этом магазине определенный товар. Для оценки полноты покупки предлагаем следующую таблицу показателей (табл. 5).

Комплексная оценка показателей качества услуг предприятий розничной торговли в пределах группы отдельных детерминантов с точки зрения поставщиков потребительских товаров²⁷

| Наименование показателя | Метод расчета показателя |
|--|---|
| Интегральный показатель качества товарного предложения на предприятиях розничной торговли. | $I_{ts} = \frac{T_1 \times A_1 + T_2 \times A_2 + \dots + T_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, здесь T_1, T_2 и другие – процент респондентов, оценивших качество товарного предложения на «отличное» и «хорошее», в %; A_1, A_2 и другие – значимость отдельного показателя качества товарного предложения, в %. |
| Интегральный показатель информационного предоставления услуг | $I_{at} = \frac{AT_1 \times A_1 + AT_2 \times A_2 + \dots + AT_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, здесь AT_1, AT_2 и другие – процент респондентов, оценивших индивидуальный, частный показатель предоставления информации на «отлично» и «хорошо», в %; A_1, A_2 и другие значимость отдельного, частного показателя информационного обеспечения услуг, в %. |
| Интегрированный показатель надежности предоставления услуг | $I_{ish} = \frac{IS_1 \times A_1 + IS_2 \times A_2 + \dots + IS_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, здесь IS_1, IS_2 и другие – Процент респондентов, оценивших индивидуальный, частный показатель надежности обслуживания на «отлично» и «хорошо», в %; A_1, A_2 и другие – значимость отдельного, частного показателя показателя надежности услуги, в %. |
| Интегрированный показатель легкости использования сервисов | $I_o = \frac{O_1 \times A_1 + O_2 \times A_2 + \dots + O_n \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, здесь O_1, O_2 и другие – процент респондентов, оценивших легкость использования сервиса на «отлично» и «хорошо» как отдельный, частный показатель, в %. A_1, A_2 и другие – значимость показателя удобства использования сервиса, в %. |
| Интегрированный показатель квалификации сотрудников | $I_o = \frac{MK_1 \times A_1 + MK_2 \times A_2 + \dots + MK \times A_n}{\sum_{i=1}^n A_n}$, здесь MK_1, MK_2 и другие – доля респондентов, оценивших отдельный частный показатель квалификации работников на «отлично» и «хорошо», в %; A_1, A_2 и другие – значимость показателя легкости использования сервиса, в %. |

²⁷ Разработано автором

Оценка укомплектованности покупки на предприятиях розничной торговли²⁸

| Показатель | Расчет показателя | Уровень укомплектованности покупки | | |
|---|---|------------------------------------|---------------|---------------|
| | | высокий | средний | низкий |
| Коэффициент укомплектованности и покупки ($K_{х.т.}$) | Потребители, совершившие покупку | 90 чел. | 70–80 Чел. | Менее 70 чел. |
| | Покупатели, планирующие совершить покупку во время целевого посещения | 0,9 и выше | 0,71–0,89 | Менее 0,7 |

Для каждого из вышеуказанных направлений оценки были определены отдельные, частные компоненты оценки качества розничных услуг, и в каждой из этих групп на основе анкетирования каждый частный показатель был ранжирован в порядке убывания значимости для покупателя. Она оценивалась по видам и формам предприятий розничной торговли по пятибалльной шкале, что позволяет, прежде всего, рассчитать интегральные показатели по отдельным детерминантам качества обслуживания.

В третьей главе диссертации **«Основные направления оценки качества услуг и повышения их эффективности на предприятиях розничной торговли»** рассмотрен метод оценки качества торговых услуг на предприятиях розничной торговли и усовершенствован метод интегральной оценки качества услуг и определены основные направления предоставления инновационных услуг на предприятиях розничной торговли.

В рамках основного этапа исследования определена частная единая система показателей, характеризующих качество розничных услуг в контексте трех показателей качества.

1. Время, потраченное на торговую услугу: время, потраченное на поиск и выбор товара; время, потраченное на ожидание совета и обслуживание; время, потраченное на кассовое обслуживание, оплату товара.

2. Показатель безопасности в сфере торговых услуг: безопасность покупателя: наличие системы охлаждения, пожарная безопасность, безопасность в торговом зале и на выходах и т.д.; безопасность сотрудников: соблюдение санитарно-гигиенических требований и т.д.; безопасность личных вещей: наличие системы видеонаблюдения на предприятии, охраняемых шкафчиков и т.д.

²⁸ Разработано автором.

3. Показатели культуры обслуживания: внешний вид сотрудников: специальная одежда, соблюдение санитарно-гигиенических требований и т.п.; отношение торгового персонала к покупателю: наличие атмосферы доверия и взаимопонимания между сотрудниками компании и покупателями, вежливость и доброжелательность сотрудников компании по отношению к покупателям; предоставление необходимой информации клиентам в удобной форме; квалификация персонала: компания проявляет индивидуальный подход к клиентам; сотрудники обладают необходимыми компетенциями для оказания основных и дополнительных услуг; способность сотрудников предприятия анализировать и предвидеть пожелания и требования клиентов; сотрудники отдела продаж в своей работе уделяют внимание проблемам клиентов; скорость, с которой сотрудники реагируют на запросы клиентов.

Предлагается комплексная оценка качества услуг на предприятиях розничной торговли. При таком подходе первоначальная оценка с точки зрения потребителей строится на основе пяти конкретных показателей (качество товара, материальные условия обслуживания, качество торгового обслуживания, доступность услуг, показатели полноты покупки) в рамках каждого детерминанта розничной торговли предприятий и интегральных показателей качества услуг различных видов и форм проводился расчет с использованием интегральных показателей качества.

В Бухарской области наименьший балл по интегральному показателю квалификации работников наблюдались в продовольственных магазинах, минимаркетах (65,9%) и фермерских рынках (68,6%). При этом все частные, отдельные показатели были низко оценены респондентами. При оценке интегрального показателя качества обслуживания респондентами на предприятиях розничной торговли, осуществляющих продажу продовольственных товаров города Бухары (табл. 6), высокий интегральный показатель наблюдался у специализированных магазинов (77,9%) и гипермаркетов (77,1%).

Самые низкие интегральные показатели наблюдались в продуктовых магазинах, минимаркетах (51,1%) и фермерских рынках (58,1%) (табл. 6).

Таким образом, комплексная оценка качества услуг предприятий розничной торговли позволяет не только определить общую характеристику уровня удовлетворенности клиентов качеством услуг, но и оценить каждый частный, индивидуальный показатель качества с точки зрения рассмотрения на этой основе различных групп, субъектов рынка, различных типов предприятий, оказывающих услуги розничной торговли, позволяет выявить слабые и сильные стороны, угрозы и возможности их деятельности и разработать направления их деятельности на рынке с целью повышения социально-экономической эффективности.

Обоснована целесообразность внедрения инноваций на основе маркетинговых исследований в систему розничной торговли путем формирования экспертной группы управления инновациями, планирования работы, исследования и коммерциализации инноваций, а также этапов оценки их эффективности.

Таблица 6

Интегральный показатель оценки качества услуг на предприятиях розничной торговли города Бухары (по результатам опроса поставщиков продукции, в %)²⁹

| Частный, первичный индикаторы | Доля потребителей, оценивающих частный единый показатель предоставления информации на «отлично» и «хорошо» | | | | | |
|---|--|------------------------|--------------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| | Гипермаркет | Супермаркет, универсам | Гастроном, продовольственный магазин | Специальные магазины | Продовольственные магазины | Дехканские базары |
| Качество товарного предложения | 86,1 | 80,0 | 76,8 | 79,6 | 38,6 | 66,3 |
| Информационное предоставление услуг | 69,7 | 65,3 | 45,0 | 72,5 | 29,5 | 32,9 |
| Надежность оказания услуг | 79,9 | 78,2 | 70,7 | 84,9 | 65,0 | 64,0 |
| Наличие услуг | 75,1 | 73,3 | 70,8 | 75,6 | 74,8 | 68,4 |
| Квалификация работников | 75,5 | 72,5 | 69,4 | 78,1 | 65,9 | 68,6 |
| Интегрированный показатель оценки качества обслуживания | 77,1 | 73,8 | 66,1 | 77,9 | 51,1 | 58,1 |

Используя вышеперечисленные факторы внешней среды как важную основу для определения путей развития инноваций в системе розничной торговли нашей республики, нам необходимо определить инновационный маркетинговый потенциал, направленный на создание инновационной маркетинговой системы при реализации инновационного процесса в розничный бизнес.

Усовершенствованная методология внедрения инновационного маркетинга для розничных торговцев представлена ниже на рис.5. В нем обобщены результаты наших исследований.

²⁹ Сведения в таблицы, рассчитаны на основе годовых статистических отчетностей предприятий.



Рис. 5. Внедрение инноваций в систему розничной торговли на основе маркетинговых исследований

Несомненно, на сегодняшний день инновации в розничном бизнесе в основном связаны с внедрением новых видов электронной коммерции, в том числе интернет-магазинов, виртуальных витрин в общественных местах, с помощью которых можно заказывать покупки на дому, а также внедрением новых форм организации торгового зала. При внедрении инноваций в розничную торговлю следует также использовать методы распространения и коммерциализации. Для этого рекомендуется использовать экспериментальный подход, когда инновация впервые апробируется на объекте розничной торговли, например, в одном или нескольких магазинах, входящих в розничную сеть. Кроме того, в случае успеха он будет коммерциализован. Распространение инноваций осуществляется посредством рекламы, которая информирует целевых потребителей об инновации и знакомит их с ее ценностью и преимуществами.

Хотя этот этап предлагаемого метода является заключительным, он также знаменует собой начало нового инновационного цикла, поскольку инновации не могут ограничиваться одним процессом.

Разнообразие классификации типов предприятий розничной торговли в нашей республике означает, что существует множество подходов к разработке и применению инноваций в розничной торговле.

Сегодня одним из инновационных направлений розничной торговли в нашей стране является электронная торговля. Существуют факторы, влияющие на его развитие, к которым, на наш взгляд, относятся следующие:

- географические факторы (снижение влияния ограничений на экономическую деятельность из-за удаленности регионов и субъектов национального рынка, требующих экономической интеграции на макроуровне);

- необходимость повышения уровня интеграции нашей республики в мировую информационную систему и международные экономические процессы;

- постоянная поддержка высокого уровня образования в высших учебных заведениях;

- в целях повышения конкурентоспособности наших отечественных товаров на мировом рынке, снижения совокупных торговых издержек и совершенствование контроля за экономическими отношениями торговой системы, повышения регулирования торговых операций финансовых организаций на достаточный уровень и рационализация контроля в целях увеличения государственного бюджета;

- прогрессивное развитие необходимых технических и технологических возможностей, обеспечивающее включение в мировой информационный поток, достаточный уровень развития сетей обмена информацией, телекоммуникационных средств, полное внедрение компьютерных технологий и современных средств обмена информацией;

- наличие конкретных разработок отдельных банковских технологий, направленных на межбанковское и дистанционное обслуживание клиентов;
- наличие средств и технических решений для обеспечения информационной безопасности и криптографической защиты участников торговых отношений (производителей, продукции, покупателей, банков, страховых компаний и т.п.).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследований, проведенных в диссертационной работе, были разработаны следующие научные выводы, предложения и практические рекомендации:

1. В диссертации разработано авторское определение сущности и содержания категории «услуги предприятий розничной торговли». Услуги предприятий розничной торговли – это специфический товар, определяющий полезность услуги в условиях рыночной экономики и ценность общественного использования в виде полезной деятельности предприятий розничной торговли, призванную удовлетворить спрос субъектов рынка и экономического сектора. выгода продавца посредством покупки и продажи услуг.

2. Виды розничных услуг классифицируются по условиям обслуживания, уровню материальности, порядку потребления, организационным формам исполнителей, социальному статусу клиентов, затратам на услуги, технологии обслуживания, уровню капитальных вложений, зависимости от процесса продаж, направлениям деятельности, стандарту и местоположение.

3. Классифицированы в отдельные группы по характеру розничной торговли услуги по удовлетворению потребностей, виды дополнительных услуг, связанных с реализацией товаров, приобретением товаров покупателям, содействием в их использовании, информацией и консультациями, а также созданием удобства в приобретение товаров.

4. Разработана классификация видов розничных услуг, предпродажных услуг, услуг в процессе продажи, групп гарантированных услуг и негарантированных услуг.

5. Требования к качеству услуг предприятий розничной торговли разделены на группы по функциональным, социальным, условиям труда, эстетическим и технологическим аспектам, а также общим и особенностям, связанным с безопасностью и охраной окружающей среды.

6. Предложена модель качества услуг розничной торговли, основанная на сокращении времени приобретения товаров розничного предприятия, повышении уровня удовлетворенности потребителей услугами и формировании классификации показателей компетентности сотрудников.

7. Усовершенствован интегральный коэффициент качества услуг розничной торговли на основе уровня удовлетворенности требований клиентов, уровня услуг розничной торговли и параметров поставщика услуг.

8. Усовершенствована система оценки качества торговых услуг на предприятиях розничной торговли на основе систематизации ее частных показателей, определения веса показателей, расчета интегральных показателей оценки качества услуг, формирования основных этапов разработки заключений по торговым услугам.

9. Усовершенствованы этапы внедрения инноваций в маркетинговых исследованиях в системе розничной торговли на основе формирования проектной группы, планирования работ, исследования инноваций и оценки эффективности внедрения инноваций.

**SCIENTIFIC COUNCIL ON AWARDING THE SCIENTIFIC DEGREES
UNDER THE NUMBER PhD.03/28.02.2022.I.18.01 AT THE
SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE**

BUKHARA ENGINEERING TECHNOLOGICAL INSTITUTE

URINOV YIGITALI MURATOVICH

**IMPROVING THE SYSTEM OF ASSESSMENT OF THE QUALITY
OF SERVICES IN RETAIL TRADE ENTERPRISES**

08.00.05 - Economics of service sphere branches

**ABSTRACT OF THE DISSERTATION
OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD) ON ECONOMIC SCIENCES**

The theme of doctoral dissertation (PhD) was registered under number B2021.4.PhD/Iqt1929 at the Supreme Attestation Commission.

Doctoral dissertation has been prepared at Bukhara engineering technological institute
The abstract of dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian and English) on the website www.siyes.uz and on the website of «Ziyonet» information and educational portal www.ziyonet.uz.

Scientific adviser: **Nasimov Dilmurid Abdulloyevich**
Doctor of economics, professor

Official opponents: **Urazov Komil Bakhromovich**
Doctor of economic sciences, professor

Suyunov Dilmurod Kholmuradovich
Doctor of economic sciences, professor

Leading organization: **Tashkent State University of Economics**

The defense of the thesis will take place on « 23 » _____ 02 _____, 2024 at 15:00 at a meeting of Scientific Council on awarding the scientific degrees under the number PhD.03/30.12.2019.I.18.01 at the Samarkand Institute of Economics and Service. Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (998 66) 233-19-84, fax: (+998 66) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

A typescript of the doctoral thesis is available at the Informational-resource center of Samarkand Institute of Economics and Service (registered under №__072__). Address: 140100, Samarkand city, Amir Temur street, 9. Tel.: (+998 66) 233-34-76, fax: (+998 66) 231-12-53, e-mail: sies_info@edu.uz.

The abstract of doctoral thesis was circulated on « 10 » _____ 02 _____, 2024.
(mailing report №__02_____ on « 10 » _____ 02 _____ 2024)

M.E.Pulatov
Chairman of the Scientific Council
awarding scientific degrees, Doctor of
Economic Sciences, Professor

Sh.O.Kuvandikov
Scientific Secretary of Scientific
Council awarding scientific degrees,
Doctor of Economic Sciences, Associ-
ate professor

M.M.Mukhammadov
Chairman of Scientific seminar under
the Scientific Council awarding scien-
tific degrees, Doctor of Economic
Sciences, Professor

INTRODUCTION (PhD thesis annotation)

The aim of the research is to develop proposals and recommendations for improving the system for assessing the quality of services at retail trade enterprises in the conditions of innovative economic development.

The object of the research is the economic activity of retail trade enterprises of the Republic of Uzbekistan.

The subject of the study is economic relations related to improving the system for assessing the quality of services at retail enterprises.

The scientific novelty of the research results included the followings:

the composition of additional services provided in the retail trade system has been improved in terms of the provision of quality service and full satisfaction of the needs of the system through the widespread acceptance of orders for goods that are not on sale, and post-sale testing (warranty) service of purchased goods;

a model of the quality of trade services is proposed based on improving the methodological approach to assessing (managing) the quality of trade services, taking into account the fact that gaps in the provision of services (five parts) directly lead to each other and the development of management decisions to systematically eliminate them;

in the conditions of innovative economic development and the growth of trade culture, an integral assessment of the quality of services $I_{xs} = \sqrt[5]{I_{ts} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$ by the consumer has been proposed, based on the advisability of including “material conditions of service” in the traditional requirements for assessing the cost of services;

the feasibility of forming a cross-functional project group is substantiated to increase the organizational, research, planning and management efficiency of the project for introducing innovations into the activities of a trading enterprise in the conditions of intensive development of the retail trade system.

Implementation of the research results. Based on the scientific results obtained on improving the system for assessing the quality of services at retail enterprises:

a proposal to improve the composition of additional services provided in the retail trade system by the nature of providing quality service and fully satisfying the needs of the system through the widespread acceptance of orders for goods that are not on sale and post-sale testing (warranty) service for purchased goods was used by the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan when developing the program “Development of entrepreneurial activity in the provision of services for 2023-2024.” (Reference of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan dated April 5, 2023, No. 11/03-15-3874). The use of this proposal served to enrich the variety of additional services and improve the quality of service, increasing the accuracy of the methodological grouping of additional services at retail enterprises;

proposals for a quality model for the provision of trade services based on improving the methodological approach to assessing (managing) the quality of trade

services, taking into account the fact that gaps in the provision of services (five parts) directly lead to each other and the development of management decisions to systematically eliminate them was used by the Commercial and Industrial Chamber of the Republic of Uzbekistan when developing the program “Development of entrepreneurial activity in the provision of services for 2023-2024.” (Reference of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan dated April 5, 2023, No. 11/03-15-3874). The use of these proposals served to improve the quality of services, as well as reduce the time for purchasing products, and increase the level of consumer satisfaction with services;

the proposed integral assessment of the quality of services by the consumer, expressed $I_{xs} = \sqrt[5]{I_{ts} \times I_{msh} \times I_q \times I_s \times K_{xt}}$ in the conditions of innovative economic development and the growth of trade culture, based on the advisability of including “material conditions of service” in the traditional requirements for assessing the cost of services, was used by the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan when developing the program “Development of Entrepreneurial Activity in the provision of services for 2023-2024.” and put into practice by its regional structures (Reference of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan dated April 5, 2023, No. 11/03-15-3874). The use of this proposal made it possible to increase the economic efficiency of the enterprise by 1.25 times by assessing the quality of services of retail enterprises based on the results of a sociological survey;

the proposal to form a cross-functional project group to increase the organizational, research, planning and management efficiency of the project for introducing innovations into the activities of a trading enterprise in the conditions of intensive development of the retail trade system was used by the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan when developing the program “Development of entrepreneurial activity in the provision of services for 2023- 2024.” and introduced into the activities of the retail trade enterprise “Yuniko Plyus” (Reference of the Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Uzbekistan dated April 5, 2023 No. 11/03-15-3874). The use of this proposal made it possible to increase the competitiveness of the enterprise as a result of the introduction and commercialization of innovations based on marketing research at retail enterprises.

The outline of the dissertation. The structure of the dissertation consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of references and appendix. The total volume of the dissertation is 148 pages.

E'LON QILINGAN ILMIY ISHLAR RO'YXATI
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I bo'lim (часть II; I part)

1. Urinov Y.M., Quality of Service and its Characteristics in Retail Enterprises // American Journal of Social and Humanitarian Research. V.3 I.10 Oct-2022. –P 26-28 (Impact factor: SJIF=6.7).
2. O'rinov Y.M. Chakana savdo korxonalarida xizmat ko'rsatishning ahamiyati va xususiyatlari // Iqtisod va moliya №8(156). – Toshkent. 2022. – B. 8-17. (08.00.00 №18).
3. O'rinov Y.M. Chakana savdo korxonalarida xizmatlar turlari va ularning tasnifi // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali № 5, Jurnal. – Toshkent, 2022. – B. 365-380. (08.00.00; №11).
4. O'rinov Y.M. O'zbekistonda chakana savdo korxonalarining rivojlanish holati va dinamikasi // Biznes-Ekspert № 9, Jurnal. –Toshkent, 2022. – B. 70-74. (08.00.00 №3).
5. Urinov Y.M. Development Of Retail Trade Enterprises In Uzbekistan // Eurasian Scientific Herald, Volume 12, September 2022. –P 90-93 (Impact factor: SJIF=6.5).
6. Urinov Y.M. Chakana savdo korxonalarida innovatsion xizmatlar ko'rsatishning asosiy yo'nalishlari // “Mamlakatda investitsiya muhitini yanada yaxshilash va uning jozibadorligini oshirish” mavzusida respublika ilmiy-amaliy anjuman, to'plam, 2023-yil 12-may, TMI., 2023 – B. 175-178.
7. O'rinov Y.M. Chakana savdo korxonalarida innovatsion xizmatlar ko'rsatishning asosiy yo'nalishlari // “Innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirish asosida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish masalalari” mavzusidagi respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari (II-qism). 2023-yil 20-sentyabr. Samarqand, SamISI, 2023. – B. 211–216.
8. O'rinov Y.M. Chakana savdo korxonalarida savdo xizmatlari sifatini baholashning innovatsion yondashuvlari // “O'zbekistonda uchinchi renessans va innovatsion jarayonlar” xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami. Andijon, 2023. – B. 256–261.
9. Urinov Y.M. Development of the retail sector in the Republic of Uzbekistan “Progressive research in the modern world” Proceedings of VIII International Scientific and Practical Conference Boston, USA 27–29 April 2023, Boston, USA 2023. – P. 426-430.

II bo'lim (часть II; II part)

10. O'rinov Y.M. Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash masalalari // “Mintaqa ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti va innovatsion tadbirkorlik” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjumani, 26–27-may 2022, to'plam 1-qism, Turon nashriyoti, 2022. – B. 119-121.

11. O‘rinov Y.M. Respublikada chakana savdo korxonalarining rivojlanish holati // “Mintaqa ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti va innovatsion tadbirkorlik” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjumani, 26–27-may 2022, to‘plam 1-qism, Turon nashriyoti, 2022. – B 95-98.

Avtoreferat Samarqand iqtisodiyot va servis institutining
“Servis” jurnali tahririyatida tahrirdan o‘tkazildi (08.02.2024-yil).

Bosmaxona tasdiqnomasi:



4268

2024 yil 9-fevralda bosishga ruxsat etildi:
Ofset bosma qog‘ozi. Qog‘oz bichimi 60x84_{1/16}.
“Times” garniturası. Raqamli bosma usuli.
Hisob-nashriyot t.: 3,7. Shartli b.t. 3,1.
Adadi 100 nusxa. Buyurtma №09/02.

SamDCHTI tahrir-nashriyot bo‘limida chop etildi.
Manzil: Samarqand sh., Bo‘stonsaroy ko‘chasi, 93-uy.