

HUDUDLARDA KIYIM-KECHAK MAHSULOTLARINING CHAKANA SAVDOSIDA MOTIVATSIYANING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Jalilov Jamshid G'anijonovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
“Marketing” kafedrası dotsenti, PhD

Annotatsiya

Ushbu tezisdá hududlarda kiyim mahsulotlar chakana savdosida motivatsiyaning o'ziga xos xususiýatlari yoritilgan. Mamlakatimizda kiyim mahsulotlari chakana savdosini rivojlantirishda motivatsiya usullaridan foydalanish masalalari yoritilgan.

Kalit so'zlar: Motiv, motivatsiya, chakana savdo, hududlarda savdo faoliyati, sotishni tashkil etish motivatsiya usuli, iqtisodiy motivatsiya usuli.

Аннотация

В данной тезисной работе раскрыты особенности мотивации в розничной торговле одеждой в регионах. Исследование посвящено теоретическим и практическим аспектам применения мотивационных методов в развитии розничной торговли одеждой в Узбекистане. Особое внимание уделено экономическим и психологическим механизмам стимулирования персонала торговых предприятий, методам организации продаж и специфике торговой деятельности на региональном уровне.

Ключевые слова: мотив, мотивация, розничная торговля, региональная торговая деятельность, организация продаж, методы мотивации, экономическая мотивация.

Abstract

This thesis highlights the specific features of motivation in regional retail trade of clothing products. The study analyzes the theoretical and practical aspects of applying motivational methods to develop the clothing retail sector in Uzbekistan. Particular attention is given to the economic and psychological mechanisms of employee motivation in retail enterprises, sales organization methods, and the distinctive characteristics of regional trade activities.

Keywords: motive, motivation, retail trade, regional trade activity, sales organization, motivation methods, economic motivation.

Kiyim mahsulotlar savdosi kiyim mahsulotlarini ishlab chiqarish zanjirining yakuniy bo'g'inidir va tovarlarni iste'molchilarga yetkazib berish samaradorligi, hajmi va tezligi savdo kanallarining kengligi va xilma-xilligiga bog'liq bo'ladi[1]. Kiyim mahsulotlari sotuvini samarali tashkil etish ishlab chiqaruvchilarning tranzaksion xarajatlarini kamaytiradi va ularning ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi [2]. So'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasida ichki savdo tizimida, ayniqsa, hududiy savdoda davlat tomonidan tartibga solish nuqtai nazaridan tub o'zgarishlar yuz berdi. Mustaqillikni qo'lga kiritgandan so'ng O'zbekiston Respublikasida savdo faoliyatini tartibga solish jarayoni va vazifalari iqtisodiy islohotlarning har bir bosqichi uchun dolzarb masalalarni hal etishga qaratilgan bo'lib, qisqa muddatli xarakterga ega bo'ladi, ya'ni bozorni iste'mol tovarlari bilan to'ldirish;

importni soddalashtirish va kamaytirish hamda past sifatli tovarlar importini cheklash masalalarini o'z ichiga oladi [3].

Hududlarda kiyim mahsulotlari savdo faoliyati – bu kiyim mahsulotlarini ishlab chiqaruvchidan iste'molchiga yetkazish faoliyatidir. Hududlarda kiyim mahsulotlarining ulgurji va chakana savdo shakllarida amalga oshirilishi mumkin bo'ladi, uning ko'lami juda keng va o'ziga xos hisoblanadi.

Motivatsiya tushunchasini olimlar turli xil ta'riflashadi. Motivatsiya (lot. *movere*) uyg'otish degan ma'noni anglatadi. Motivatsiya atamasi birinchi bor 1880 yillarning boshida psixologlar lug'atida paydo bo'lgan [6]. Websterning yangi akademik lug'atida motiv — "insonni harakatga undovchi narsa ehtiyoj yoki xoxish". Motivatsiyalash — "motiv bilan ta'minlash" va motivatsiya — "motivatsiyalash faoliyati yoki jarayoni" deb ta'riflangan [7].

Xorijiy olimlar Cherry va Morin tomonidan motivatsiyani jarayon sifatida ko'rib chiqilgan. Xususan, ular motivatsiya — bu maqsadga yo'naltirilgan xatti-harakatlarni boshlaydigan, boshqaradigan va qo'llab-quvvatlaydigan jarayon ekanligini aytganlar[8]. Ushbu ta'rif motivatsiya maqsadga yo'naltirilgan xulq-atvorga tegishli ekanligini va avtomatik ravishda ehtiyojlardan kelib chiqadigan motivatsiyani qamrab ololmasligini tushunishga asoslanadi.

Hududlarda kiyim mahsulotlari chakana savdosi bilan shug'ullanadigan korxonalarning muvaffaqiyatli ishlashiga mijozlar ehtiyojini qondirishga qarab tovarlarning tez aylanishi yordam beradi[4]. Ushbu korxonalar tomonidan xaridorlarning xohishlariga e'tibor qaratib, xaridorlarni qondiradigan talablarga muvofiq tovarlarni tanlaydilar. Iste'molchilarni motivatsiyalashda Sotuvni tashkil etish motivatsiya usuli va iqtisodiy motivatsiya usulidan samarali foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi [5].

Sotishni tashkil etish motivatsiya usuli bo'yicha:

- 1.Korxona mahsulotlarining sotuv joylari zamonaviy jihozlar bilan ta'minlash
- 2.Korxona mahsulotlarining sotuv joylarini hududiy qulay joylarga joylashtirish.
- 3.Korxona mahsulotlari sotuv joylarida qaytarib olingan tovarni boshqasiga almashtirish yoki pulini qaytarish tizimini samarali tashkil etish.
- 4.Korxona tomonidan buyurtmalarni o'z vaqtida etkazishni tashkil etish.
- 5.Korxona tomonidan iste'molchilarning shikoyatlarini ijobiy hal qilish tizimini shakllantirish.

Iqtisodiy motivatsiya usuli bo'yicha:

1. Korxona mahsulotlari sotuvida chegirmalarni qo'llash.
2. Korxona mahsulotlari sotuvida kuponlar usulidan foydalanish.
3. Korxona mahsulotlari sotuvida qo'shimcha miqdorlardan foydalanish.
4. Korxona tomonidan iste'molchilar o'rtasida tanlovlar tashkil etish.
5. Korxona tomonidan qiziqarli aksiyalar tashkil etish.

Yuqorida keltirilgan amaliy takliflar xaridorlar uchun foydalidir. Ushbu motivatsiya usullari bo'yicha tadbirlar xaridorlarni korxona sotuv joylaridan yanada ko'proq mahsulot xarid qilishga va shu sotuv joylariga ko'p marotaba tashrif buyurishga undaydi. Korxona mahsulotlarini xarid qiluvchilar o'rtasida tanlovlar

o'tkazish xaridorlarning yetakchi bo'lishga ehtiyojini uyg'otadi. Ushbu ehtiyojni qondirish uchun xaridor mahsulot xarid qiladi va tanlovda ishtirok etadi.

Umumiy qilib aytganda, hududlarda kiyim mahsulotlarini chakana savdo faoliyatida motivatsiya muhim rol o'ynaydi, Asosan xaridorlarni yanada ko'proq mahsulot xarid qilish hamda xarid davomiyligini oshirishda sotuvni tashkil etish motivatsiya usuli iqtisodiy motivatsiya usuli samarali hisoblanadi. Ushbu motivatsiya usulidan hududlarda kiyim mahsulotlar sotuvida samarali foydalanish korxona iqtisodiy barqarorligini ta'minlashda muhim rol egallaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvar PF-60-son "2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>

2. J.G'.Jalilov. Savdoni rivojlantirishning hududiy strategiyalari. O'quv qo'llanma. – [Matn] / –T.: "Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi", 2022. – 192 bet.

3. Jalilov, J. (2020). Корпоративный маркетинг в деятельности мотивация сотрудников к использованию зарплат. *Архив научных исследований*, 33(1).

4. Джалилов, Д., & Рузиматов, Ш. (2021). Корпоративный бренд в деятельности мотивация сотрудников к использованию зарплат. *Общество и инновации*, 2(7/S), 249-255.

5. Jalilov, J. (2022). Analyzing the Influence of Motivation Methods Directed Salesperson Behavior on Food Products.

6. Forgas, J. P., Williams, K. D. & Laham, S. M. (2005). Social Motivation, Conscious And Unconscious Processes, Cambridge University Press, UK, p.2

7. Shanks, N. H. (2011). Management and Motivation, Jones and Bartlett Publishers, chapter 2, p. 24

8. Journal of Business Studies and Management Review (JBSMR) Vol.4 No.2 June 2021 P-ISSN: 2597-369X E-ISSN: 2597-6265