

CHAKANA SAVDONING ZAMONAVIY SHAKLLARI VA ULARDA MARKETING INNOVATSIYALARIDAN FOYDALANISHNING XITOIY TAJIRIBASI

Karimov Baxrom Ilxomjonovich

TDIU, tadqiqotchi

Annotatsiya. Mazkur maqolada chakana savdoni rivojlantirishda marketing innovatsiyalaridan foydalanishning Xitoy tajribasi o'rganilgan. Chakana savdoning global rivojlanish indeksi mamlakatlar reytingi tahlil qilingan. Xitoy chakana savdo biznesi uchun o'tkazilgan SWOT tahlil natijalaridan O'zbekiston chakana savdo biznesida foydalanish imkoniyatlari aniqlangan. Chakana savdoda marketing innovatsiyalaridan foydalanish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: savdo, chakana savdo, innovatsiya, marketing innovatsiyalari, Xitoy, chakana savdo biznesi, texnologik transformatsiya.

Аннотация. В данной статье рассматривается китайский опыт использования маркетинговых инноваций в развитии розничной торговли. Проанализирован рейтинг стран мира по индексу развития розничной торговли. Определены возможности использования результатов SWOT-анализа китайского розничного бизнеса в розничном бизнесе Узбекистана. Разработаны предложения и рекомендации по использованию маркетинговых инноваций в розничной торговле.

Ключевые слова: торговля, розничная торговля, инновации, маркетинговые инновации, Китай, розничный бизнес, технологическая трансформация.

Abstract. This article examines the Chinese experience of using marketing innovations in the development of retail trade. The ranking of the countries of the global development index of retail trade was analyzed. The possibilities of using the results of the SWOT analysis for the Chinese retail business in the retail business of Uzbekistan were determined. Proposals and recommendations on the use of marketing innovations in retail trade have been developed.

Keywords: trade, retail, innovation, marketing innovation, China, retail business, technological transformation.

KIRISH

Iqtisodiyotning turli tarmoqlariga, jumladan, chakana savdo sohasiga innovatsiyalarni joriy etish iqtisodiy o'sish va ular faoliyatini uyg'unlashtirishning eng muhim omiliga aylanmoqda. So'nggi yillarda savdo sohasi jahon iqtisodiyotida yetakchi o'rinni egallab, sanoat, qurilish va transport tarmoqlari rivojlanishida sinergetika ta'siri yuqori hisoblanmoqda. Jahon mamlakatlar uchun ushbu sektor

ishlab chiqarish hajmining oshishi va aholi daromadlar hamda ish o‘rinlarining ko‘payishga hissassi yuqoriligi bilan ajralib turadi.

Chakana savdo dunyoning turli mamlakatlari xizmat ko‘rsatish sohasining jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biridir. Rivojlanayotgan mamlakatlarda 2016-yilgi statistika bo‘yicha aholi soni 21 %ga oshgani sababli chakana savdo aylanmasi 350 %ga oshgan jahon savdosining qariyb 50 %ini tashkil qilgan.¹ Global Chakana savdo rivojlanishi indeksi Xitoyda ushbu tarmoq eng tez rivojlanayotgan va investitsiyalar uchun eng jozibador sektor ekanligini tasdiqladi. Shunga ko‘ra savdoni rivojlantirish bo‘yicha Xitoy tajribasini o‘rganish va ulardan O‘zbekistonda chakana savdoni rivojlantirishda qo‘llash bo‘yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqish eng dolzarb tadqiqot yo‘nalish hisoblanadi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Jahon mamlakatlari olimlari tomonidan chakana savdo biznesida marketing innovatsiyalaridan foydalanish bo‘yicha ko‘plab tadqiqotlar amalga oshirilgan. Chakana savdo ishlab chiqaruvchi va iste’molchi o‘rtasidagi so‘nggi bo‘g‘in bo‘lib, barcha ta’minot zanjiri uchun foyda keltirishi va bugungi zamonaviy chakana savdo Sanoat 4.0. deb ataladigan zamonaviy iqtisodiyot sharoitlari transformatsiyalashuviga innovatsiyalar asosida erishish mumkinligi ko‘plab tadqiqotlarda aks etmoqda. Jumladan, Ivanova N. V tomonidan Xitoy chakana savdoda innovatsion modellar va texnologiyalarni tahlil qilish va butun dunyo bo‘ylab eng samarali amalga oshirish modellari tajribasi tahlil qilingan.[1]

Wang Y., Coe N. M [2] tomonidan Xitoyning oziq-ovqat chakana savdo bozorida jismoniy do‘konlarni rivojlantirish kontekstida qo‘llayotgan o‘ziga xos va innovatsion usullarni aniqlash amaliyotlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda innovatsiyaning to‘rt jihati ko‘rib chiqiladi, xususan: do‘konni samarali yetkazib berishni ta’minlaydigan mahalliy to‘lov markazi sifatida o‘z ichiga olgan formatli innovatsiyalar; ko‘proq iste’molchiga yo‘naltirilgan chakana savdo modelini ishlab chiqish; ichki ta’minot tarmoqlarini o‘zgartirish; butun dunyo bo‘ylab jonli mahsulotlarini sotib olish tajribalari.

Shi J., Au-Yeung A. Y. S. [3] tomonidan Xitoyning uchta yetakchi mahalliy chakana savdo tarmog‘ining chakana savdo formati, faoliyati va boshqaruv o‘lchovlari bo‘yicha innovatsion chora-tadbirlar chuqur misollarni o‘rganish yondashuvidan foydalangan holda o‘rganilgan. Tadqiqotda chakana savdo formati o‘lchamida ularning barchasi o‘ziga xos strategiyalarni ishlab chiqish orqali farqlanishga erishgani asoslangan. Shuningdek, mahalliy xitoylik chakana sotuvchilar innovatsion strategiyalardan foydalangan holda Xitoydagi xorijiy chakana sotuvchilar bilan qanday muvaffaqiyatli raqobatlasha olganini tushuntiruvchi nazariy asos ham empirik ma’lumotlarga asoslangan holda yaratilgan.

¹A.T. Kearney: The 2016 Global Retail Development Index™

Wang W. [4] tomonidan amalga oshirilgan tadqiqotda esa MOBIL Internet texnologiyasining jadal rivojlanishi fonida an'anaviy chakana savdo formatlari va elektr biznes platformasi chuqur sintezi, yangi shakllar va yangi biznes modellari va jadal rivojlanishining Xitoy iste'molchilari va iste'mol xatti-harakatlari ta'sirini o'rganishga harakat qiladi.

He F va boshqa [5] tadqiqotchilar tomonidan chakana investorlarning e'tibori korporativ yashil innovatsiyalarni targ'ib qilishning strategik yo'nalishlarini aniqlaydi. Tadqiqotda chakana investorlarning e'tibori korporativ yashil innovatsiyalarga sezilarli darajada ijobiy ta'sir ko'rsatishi aniqlangan.

Yu Q., Guo L.[6] tomonidan texnologik inqilob chuqurlashuvi natijasida chakana savdoning innovatsion rivojlanish tendensiyalari tahlil etiladi. Tadqiqotda "Internet plyus" strategiyasi, katta ma'lumotlar, bulut texnologiyasi, sun'iy intellekt, kvant fani va tarkibiy biologiya bilan belgilangan yangi texnologik o'zgarishlarni chakana savdo biznesida qo'llash va ularning evolyutsion bosqichlarini ko'rib o'tadi.

Dang Y., Sun J., Zhao Y.[7] tomonidan esa chakana aksiyadorlarning faolligi korporativ innovatsiyalar bilan ijobiy bog'liqligi aniqlangan. Chakana aksiyadorlar faolligining korporativ innovatsiyalarga ta'siri yaxshi axborot muhitiga ega bo'lgan firmalarda, nazorat qiluvchi aksiyadori davlat bo'lgan firmalarda, yomonroq bozor muhitida joylashgan firmalarda va qayta aloqa sifati yuqori bo'lgan firmalarda ko'proq namoyon bo'lishi asoslangan.

Umuman olganda, Xitoyning chakana savdo biznesini rivojlanishi bugungi kunga kelib texnologik va marketing innovatsiyalari bilan chambarchas bog'liq bo'lib, boshqa iqtisodiyot tarmoqlariga nisbatan tezkor qabul qiluvchi sifatida namoyon bo'lgan.

METODOLOGIYA

Mazkur maqolada ilmiy adabiyotlarni o'rganish asosida Xitoyda chakana savdoning rivojlanishi va ularda qo'llanilgan innovatsiyalar tizimlashtiriladi. Xitoyning chakana savdo biznesini rivojlantirish tajribalari asosida chakana savdo biznesi uchun SWOT tahlil o'tkaziladi.

SWOT tahlili strategik rejalashtirish usuli bo'lib, u tashkilotning ichki va tashqi muhiti omillarini aniqlash va ularni to'rt toifaga bo'lishdan iborat:

S kuchlari (kuchlari),

Zaifliklar (zaifliklar),

Imkoniyatlar haqida (imkoniyatlar),

Tahdidlar (tahdidlar).

Kuchli (S) va kuchsiz (W) tomonlar tahlil qilinayotgan obyektning ichki muhitining omillari, (ya'ni obyektning o'zi nimaga ta'sir qilishi mumkin); Imkoniyatlar (O) va tahdidlar (T) atrof-muhit omillari (ya'ni, obyektga tashqaridan ta'sir qilishi mumkin bo'lgan va obyekt tomonidan boshqarilmaydiganlar). Masalan, korxona o'zining savdo assortimentini boshqaradi — bu ichki muhit omili, ammo savdo qonunlari korxona tomonidan nazorat qilinmaydi — bu tashqi muhit omili.[8]

TAHLIL VA NATIJALAR

Global Chakana savdo rivojlanishi indeksi (GRDI) A.T.Kerni boshqaruv konsalting firmasi tomonidan chop etiladigan yillik hisobotdir. Indeks mamlakatlarni chakana investitsiyalar va kengaytirish uchun jozibadorligi asosida baholaydi va turli tavsiyalar ishlab chiqadi. Chakana savdoni rivojlantirish uchun eng istiqbolli bozorlarni aniqlash uchun bozor hajmi, o'sish salohiyati, bozorning to'yinganligi, infratuzilma va tartibga solish muhiti kabi turli omillarni baholaydi.

GRDI chakana sotuvchilar, investorlar va siyosatchilar uchun muhim o'sish imkoniyatlariga ega rivojlanayotgan bozorlarni aniqlash va global chakana savdo landshaftini shakllantiruvchi asosiy tendensiyalarni ta'kidlash orqali strategik yo'nalishlar va yangi biznes loyihalarni amalga oshirish bo'yicha ko'rsatmalar beradi.

Indeks rivojlangan va rivojlanayotgan bozorlarni ko'rib chiqadi va chakana savdoning o'sishi uchun imkoniyatlar iqtisodiy rivojlanish darajasi va iste'molchilarning xatti-harakatlari turlicha bo'lgan keng doiradagi mamlakatlarda mavjudligini tan oladi. 2019-yil natijalari bo'yicha Chakana savdoning global rivojlanish indeksi bo'yicha TOP-5 mamlakatlar sifatida Xitoy, Hindiston, Malayziya, Gana va Indoneziya egallagan (1-jadval).

1-jadval.

Chakana savdoning global rivojlanish indeksi mamlakatlar reytingi. (2019-yil)[9]¹

2019 reyting	Mamlakatlar	Aholi (million kishi)	YaIM.ga nisbatan xarid qobiliyati pariteti (AQSH dollari)	Milliy chakana savdo (mlrd AQSH dollari)	*MA (25%)	*CR (25%)	*MS (25%)	*TP (25%)	Yakuniy indeks
1	Xitoy	1,394	18,110	3,869	100,0	72.7		88.4	70
2	Hindiston	1,371	7,874	1,202	60.2	60.9	66.8	88.8	69.2
3	Malayziya	32	30,860	110	76.9	87.8	23.1	59.9	61.9
4	Gana	29	6,452	24	18.3	42.3	96.6	79.5	59.2
5	Indoneziya	265	13,230	396	51.7	50.2	53.2	79.8	58.7

*MA — bu bozorning jozibadorligi. CR — bu mamlakat xavfi. MS — bu bozorning to'yinganligi.

TP — bu vaqt bosimi.

Xitoyning 2019-yilda chakana savdo aylanmasi 3,869 milliard AQSH dollari dollarni tashkil etib, YaIMga nisbatan xarid qobiliyati pariteti 18,110 AQSH dollarini yoki YaIMning 21,5 foizi xarid qobiliyatini tashkil etgan. 2019-yilda chakana tovar ayirboshlash hajmining 9 foizga o'sishi kuzatilib, YaIM o'sishi 6,9 foizni tashkil etgan. Buning sababi iqtisodiy noaniqliklarga qaramay, iste'molchilar faol ravishda xaridlarni amalga oshirishda davom etishi bilan belgilanadi. Xitoy

¹ A.T. Kearney: 2019 Global Chakana Rivojlanish Index™. <https://www.middle-east.kearney.com/global-retail-development-index/2019>

hukumatining ayrim tovarlarga import soliqlarini kamaytirish, elektron tijoratni qo'llab-quvvatlash, boj olinmaydigan erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etishga qaratilgan davlat siyosati ham chakana savdo tarmog'ining rivojlanishini rag'batlantirgan.

Xitoyning chakana savdo sektori 2024-yilga kelib 6,6 trillion dollarga yetishi kutilmoqda, oflayn va onlayn chakana savdoni (Xitoyda "yangi chakana" sifatida tanilgan model) o'ziga xosligini namoyon etadi. Alibaba kabi yirik elektron tijorat o'yinchilari Xitoyning mahalliy "mom-and-pop"¹ do'konlari bilan faol hamkorlik qilib, ularni arzon yoki arzon chakana savdo boshqaruv platformalarini taqdim etish orqali modernizatsiya qilishga yordam beradi, bu esa do'konlarga mahsulot xarid qilish va manbalarni optimallashtirish imkonini beradi.

Misol uchun, Xitoyning Alibaba onlayn savdo kompaniyasi Amerikaning "Amazon" va "eBay" birlashgan kompaniyalariga qaraganda ko'proq tranzaksiyalarni amalga oshiradi. Onlayn tijoratning jadal rivojlanishi Xitoyni mobil to'lovlar sohasida innovatorga aylantirdi. Ammo bu sohaning rivojlanishi Xitoyda joylashgan brend do'konlari va onlayn chakana savdo kompaniyalari o'rtasidagi raqobatning kuchayishiga olib keldi, chunki ikkinchisi tovarlarning nusxalarini sezilarli darajada arzonroq narxda taklif qiladi.

SWOT tahliliga asoslanib, Xitoyning chakana sanoati innovatsion rivojlanishga muhtoj degan xulosaga kelishimiz mumkin. Birinchidan, Xitoy savdo rivojlanishining an'anaviy manbayi ishchi kuchi qisqarmoqda.[10]

Ikkinchidan, asosiy fondlarning rentabelligi pasayib bormoqda. Hozirgi vaqtda Xitoy yalpi ichki mahsulot birligini yaratish uchun 1990-2010-yillardagiga qaraganda 60% ko'proq kapitalga muhtoj. Uchinchidan, iste'molchilarning xohish-istaklari o'zgardi. Bir necha yil oldin, daromadlar past bo'lganida, xitoylar dunyo yetakchilaridan pastroq bo'lgan, ammo arzonroq bo'lgan tovarlar ishlab chiqargan va sotgan hamda xizmatlar ko'rsatgan.

Xitoyda yalpi ichki mahsulotning o'sishi, asosan, xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi bilan bog'liq. Mamlakat ushbu sektordan yalpi ichki mahsulotning 55 foizini tashkil etadigan daromadga erishishni maqsad qilgan. XXRda chakana innovatsiyalar uchun qator imkoniyatlar mavjud. Birinchidan, keng ko'lamli ishlab chiqarish ekotizimlari (yetkazib beruvchilar, ishchilar, infratuzilma va boshqalar). Ikkinchidan, tezkor tijoratlashtirish uchun katta mahalliy bozor. Uchinchidan, tez o'sib borayotgan, arzon tadqiqot harakatlari. To'rtinchidan, oliy o'quv yurtlari va ilmiy-tadqiqot institutlari sonining ko'payishi kuzatilmoqda. Ayrim ekspertlarning fikricha, Xitoy allaqachon innovatsiyalar yetakchisiga aylangan. Mamlakat har yili tadqiqotga 200 million dollar sarflaydi. Ammo shunga qaramay, mamlakat hali ham tadqiqot samaradorligi bo'yicha jahonning yetakchilaridan ortda qolmoqda.

SWOT tahlil natijalari bilan birga so'nggi yillarda Xitoy chakana savdo biznesidagi asosiy rivojlanish iste'molchilarning xulq-atvorini shakllantirgan bir

¹ "MOM-and-POP" atamasi oilaviy korxonani ifodalovchi "ona" va "pop" (ona va ota uchun jargon) tomonidan boshqariladigan biznes g'oyasi

nechta asosiy innovatsion tendensiyalar paydo bo'ldi. Xitoy chakana savdosining asosiy innovatsion tendensiyalari quyidagilar:

Elektron tijorat ustunligi: Xitoy elektron tijoratda jahon yetakchisi bo'lib, Alibaba'ning Taobao, Tmall va JD.com kabi platformalari onlayn chakana savdo bozorida hukmronlik qiladi. Mobil texnologiyalar va raqamli to'lov tizimlarining qabul qilinishi elektron tijoratning o'sishiga turtki bo'ldi, bu esa butun Xitoy bo'ylab iste'molchilar uchun onlayn xaridlarni qulay va qulay qilish imkonini berdi.

2-jadval.

Xitoy chakana savdo biznesi uchun o'tkazilgan SWOT tahlil¹

Kuchli tomonlar	Zaif tomonlar
• O'rtadan yuqori daromadga ega bo'lgan aholi ulushining ortib borayotgani uy xo'jaliklari xarajatlarini, ayniqsa, hashamatli tovarlarga sarflanishini kuchaytirmoqda. • Xitoy aholi soni bo'yicha dunyoda birinchi o'rinda turadi – 1,38 milliard kishi²⁵, bu chakana savdo korxonalari uchun ulkan bozorni ifodalaydi. • Investorlar uchun nisbatan bashorat qilinadigan muhit. • Innovatsion savdo usullarining rivojlanishi (masalan, Internet-tijorat) korxonalarga mamlakatning chekka hududlariga yetib borish imkonini beradi. • Chakana savdoni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash.	• Intellektual mulk huquqlarini himoya qilish darajasi past. • Kam ish haqiga ega bo'lganlar soni ancha yuqoriligicha qolmoqda, shunga ko'ra, ularning daromadlarining katta qismi zaruriy tovarlarga sarflanadi. • Aholining 40% dan ortig'i qishloq joylarda yashaydi va odatda yirik savdo supermarketlariga kirish imkoniga ega emas. • Iqtisodiyot tashqi o'zgarishlarga sezgir (masalan, dollar qiymatining oshishi). • Xorijiy chakana sotuvchilarning bozorga kirishi ancha qiyin, bu ayniqsa, onlayn tijoratning kuchli raqobatchilari tomonidan murakkablashadi. Asosiy fondlar rentabelligining pasayishi
Imkoniyatlar	Tahdidlar
• Xitoy aholisi o'sishda davom etmoqda va 2030-yilga kelib 1,4 milliarddan oshishi kutilmoqda. • Brend himoyasini oshirish va intellektual mulk huquqlarining buzilishi haqida iste'molchilarning xabardorligini oshirish. • Xitoy mahalliy infratuzilmaga investitsiyalarni ko'paytirmoqda, shuning uchun qishloq joylaridagi ko'pchilik odamlar yirik savdo muassasalariga kirish imkoniga ega bo'ladi va an'anaviy savdo shakli uchun yangi maqsadli bozorga aylanadi. Innovatsiyalarning rivojlanishi aholining ortib borayotgan ehtiyojlarini qondirish imkonini beradi.	• Kelgusi yillarda iqtisodiy o'sish sur'atlarining pasayishi prognozi. • Aholi qarib bormoqda, bu esa ularni saqlash xarajatlarining oshishiga olib keladi, ishchilar sinfi xaridlarga kamroq pul sarflaydi. • Eng rivojlangan shaharlarda do'konlarni ijaraga olish narxi oshib bormoqda. • Xitoyning elektron tijoratni qo'llab-quvvatlovchi soliq siyosati brend do'konlari uchun tahdiddir. Chakana savdo korxonalarida ish haqini oshirish.

¹ Muallif ishlanmasi

O2O integratsiyasi: Onlayn-oflayn (O2O) integratsiyasi Xitoy chakana savdosida mashhur tendensiyaga aylandi, bu onlayn va oflayn xarid qilish tajribasi o'rtasidagi chegaralarni yo'qotdi. Chakana sotuvchilar iste'molchilar bilan onlayn bog'lanish va onlayn reklama, raqamli kuponlar va do'kondan olib ketish operatsiyalari kabi tashabbuslar orqali jismoniy do'konlarga piyoda trafiginini oshirish uchun raqamli texnologiyalardan foydalanadilar.

Ijtimoiy tijorat: ijtimoiy tijorat yoki "ijtimoiy xarid" Xitoyda mashhurlikka erishdi, "WeChat" va "Xiaohongshu" (Little Red Book) kabi platformalar elektron tijorat xususiyatlarini ijtimoiy media platformalariga integratsiyalashgan. Influencer marketingi va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontent ijtimoiy savdo platformalarida savdoni rivojlantirish va iste'molchilarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi.

Yangi chakana savdo: Alibaba asoschisi Jek Ma tomonidan ishlab chiqilgan "Yangi chakana savdo" konsepsiyasi uzluksiz va shaxsiylashtirilgan xarid qilish tajribasini yaratish uchun onlayn, oflayn va logistika kanallarining integratsiyasiga urg'u beradi. Chakana savdoning yangi tashabbuslari qatoriga kassirsiz do'konlar, tajribali chakana savdo maydonchalari va inventarizatsiyani boshqarish va mijozlarni jalb qilishni optimallashtirish uchun ma'lumotlarga asoslangan tahlillar kiradi.

Smart Chakana savdo: Xitoy xarid qilish tajribasini yaxshilash uchun sun'iy intellekt (AI), katta ma'lumotlar tahlili va yuzni aniqlash kabi texnologiyalardan foydalangan holda aqlli chakana innovatsiyalar bo'yicha yetakchi hisoblanadi. Aqlli chakana savdo tashabbuslari orasida shaxsiy tavsiyalar, aqlli javonlar, kassirsiz kassa tizimlari va interaktiv xarid qilish kiosklari mavjud.

Transchegaraviy elektron tijorat: Xitoyda transchegaraviy elektron tijorat sezilarli o'sishni boshdan kechirdi, Alibaba's Tmall Global va JD Worldwide kabi platformalar import qilinadigan tovarlarni xitoylik iste'molchilarga sotishni osonlashtirdi. Transchegaraviy elektron tijorat xitoylik iste'molchilarga keng turdagi xalqaro mahsulotlar va brendlardan foydalanish imkonini beradi, bu esa import qilinadigan tovarlarga talabni oshiradi.

Barqarorlik tashabbuslari: Xitoy chakana sotuvchilari ekologik toza mahsulotlar va axloqiy biznes amaliyotlariga bo'lgan iste'molchilar talabini qondirish uchun barqarorlik tashabbuslarini tobora ko'proq qabul qilmoqdalar. Bunga qadoqlash chiqindilarini kamaytirish, qayta tiklanadigan energiya manbalarini targ'ib qilish va mahsulotlar uchun barqaror materiallarni olish bo'yicha tashabbuslar kiradi.

Innovatsion to'lov yechimlari: Xitoy mobil to'lovlarni qabul qilish bo'yicha dunyoda yetakchilik qilmoqda, Alipay va WeChat Pay kabi platformalar iste'molchilarning tovar va xizmatlar uchun to'lovlarini inqilob qilmoqda. Mobil to'lov yechimlari Xitoy chakana savdosida keng tarqalgan bo'lib, naqd pulsiz operatsiyalarni ham onlayn, ham oflayn rejimda amalga oshirish imkonini beradi.

Jonli oqimli savdo: Jonli translyatsiya savdosi Xitoy chakana savdosida mashhur tendensiya sifatida paydo bo'ldi, ta'sir o'tkazuvchilar va taniqli shaxslar mahsulotlarni namoyish qilish va real vaqtda tomoshabinlar bilan muloqot qilish uchun jonli translyatsiyalarni o'tkazishadi. Jonli oqim savdosi shoshilinchlik hissini yaratish va brendlar va iste'molchilar o'rtasida bevosita aloqani rivojlantirish orqali savdoni kuchaytiradi.

XULOSA VA TAVSIYALAR

Xulosa qilganda Xitoy chakana savdosidagi ushbu asosiy innovatsion tendensiyalar texnologik taraqqiyot, o'zgaruvchan iste'molchilarning xohish-istaklari va innovatsion biznes modellari tomonidan boshqariladigan sanoatning dinamik va tez rivojlanayotgan tabiatini aks ettiradi.

Shu bilan birga Xitoyning chakana savdo biznesining innovatsion rivojlanishi uchun to'siq bo'luvchi bir qator muammolar ham mavjud, jumladan:

mamlakatda qisman innovatsion faoliyatni rejalashtirishga taalluqli buyruqbozlik tizimi mavjud;

ilmiy ishlarning past tijoratlashuvi mavjud bo'lib, chakana savdo biznesida ro'yxatga olingan patentlar salmog'i past darajada;

ekologik muammolar va bu sohadagi innovatsiyalarga yetarlicha e'tibor berilmayapti;

pulni tejash uchun aksariyat yirik supermarket va savdo platformalari past malakali ishchi kuchidan foydalanish holatlari mavjud;

ko'pgina chakana savdo korxonalari innovatsion rivojlanishni o'zlarining maqsadi deb bilishmaydi va yuqori malakali olimlarni ishga olish imkoniyati yo'qligi sababli yirik tashkilotlar bilan innovatsiya sohasida raqobatlashishi qiyin;

kompaniyalarni innovatsion boshqarish bo'yicha mutaxassislarining yetishmaydi;

intellektual mulkni to'g'ri himoya qilmaslik innovatsiyalar uchun motivatsiyaga salbiy ta'sir qiladi.

Ko'pgina xorijiy kompaniyalar intellektual mulk huquqlarini buzishdan qo'rqib, o'z texnologiyalarini Xitoyga o'tkazishdan qo'rqishadi.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda Xitoyning chakana savdo biznesida innovatsiyalardagi qiyinchiliklarga qaramasdan, Xitoy ularni bartaraf etish uchun yuqorida qayd etilgan samarali usullardan foydalanmoqda.

Xitoyning chakana savdoda innovatsion faoliyat sohasida o'rganilgan tajribaga asoslanib, biz ularning tajribasining ijobiy tomonlarini O'zbekiston sharoitlariga moslashtirishni taklif qilamiz, masalan:

savdo sohasida kadrlar tayyorlashga yuqori ahamiyat qaratish, innovatsion markazlarni — biznes-inkubatorlarni shakllantirish;

qo'shma, keng ko'lamlı innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun chakana savdoning yaxlit shakllarini rivojlantirish;

innovatsiyaga yo'naltirilgan korxonalarini faol davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash (imtiyozli soliq, grantlar va boshqalar);

innovatsion loyihalarni amalga oshirish uchun mahalliy va xorijiy investorlarni jalb etish, xalqaro darajada faoliyat yurituvchi yirik supermarketlar tarmoqlarini O'zbekistonda franchayzingni yo'lga qo'yish va ularni kirib kelishi uchun qulay shart-sharoitlarni ta'minlash;

- muvaffaqiyatli biznes tajribasini o'rganish va xodimlarni savdo sohasida tegishli tayyorgarlikdan o'tkazish imkonini beradigan franchayzingni rivojlantirish;

- oliy ta'lim muassasalari, ilmiy-tadqiqot muassasalari va klaster doirasidagi chakana savdo korxonalari o'rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish va boshqalar.

Shunday qilib, chakana savdo korxonalarini innovatsion rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajribani moslashtirish sanoat va respublika iste'mol bozorida innovatsion jarayonlarni faollashtirish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Ivanova N. V. The future of retail: Innovations and basic trends //Economic Systems in the New Era: Stable Systems in an Unstable World. – Springer International Publishing, 2021. – C. 157-163.

2. Wang Y., Coe N. M. Platform ecosystems and digital innovation in food retailing: Exploring the rise of Hema in China //Geoforum. – 2021. – T. 126. – C. 310-321

3. Shi J., Au-Yeung A. Y. S. An innovation perspective on Chinese retailers' competitive advantage //The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research. – 2015. – T. 25. – №. 2. – C. 120-144.

4. Wang W. Research on consumption upgrading and retail innovation development based on mobile internet technology //Journal of Physics: Conference Series. – IOP Publishing, 2019. – T. 1176. – №. 4. – C. 042070.

5. He F. et al. Retail investor attention and corporate green innovation: Evidence from China //Energy Economics. – 2022. – T. 115. – C. 106308.

6. Yu Q., Guo L. Research on the Innovation and Development of Retail Formats in China under the Background of New Industrial Revolution //5th Annual International Conference on Social Science and Contemporary Humanity Development (SSCHD 2019). – Atlantis Press, 2019. – C. 457-461..

7. Dang Y., Sun J., Zhao Y. Retail shareholder activism and corporate innovation: evidence from investor interaction platforms in China //Quality & Quantity. – 2024. – T. 58. – №. 2. – C. 1827-1858.

8. Maysak O. FROM. SWOT-tahlil: ob'ekt, omillar, strategiyalar. Faktorlar o'rtasidagi aloqalarni izlash muammosi // Kaspiy jurnali: Menejment va yuqori texnologiyalar. — 2013. — No 1 (21)

9. A.T. Kearney: 2019 Global Chakana Rivojlanish Index™. <https://www.middle-east.kearney.com/global-retail-development-index/2019>

10. David Lung, Lydia Chen: China Power of Retailing 2015//Deloitte China, 2015 y.