**PROFESSIONAL SAVDODA MIJOZLAR E’TIROZLARI BILAN ISHLASH JARAYONI TAHLILI**

**Husanova Gulchexra Sayfullayevna**

**Xalqaro Nordik universiteti**

**Iqtisodiyot va biznesni boshqarish kafedrasi**

**I.f.f.d., PhD.**

[**g.xusanova@nordicuniversity.org**](mailto:g.xusanova@nordicuniversity.org)

**ORCID: 0009-0002-7621-4008**

**Habibjonov Usmonjon Sherzodjon o’g’li**

**Xalqaro Nordik universiteti**

[**Habibjonovusmonjon9@gmail.com**](mailto:Habibjonovusmonjon9@gmail.com)

**(ORCID 0009-0005-6345-483X)**

**Annotatsiya**

Savdoda e’tirozlar bilan ishlash, mijozlar va sotuvchilar o’rtasidagi muhim jarayonlardan biridir. Bu jarayon, mijozning mahsulot yoki xizmatga bo’lgan shubhalarini aniqlash va ularni hal qilishga qaratilgan. Mijozlar ko’pincha narx, sifat, xizmat ko’rsatish yoki boshqa omillar haqida e’tiroz bildirishadi. Sotuvchi sifatida, bu e’tirozlarni to’g’ri tushunish va ularga samarali javob berish juda muhimdir.

**Kalit so’zlar:** Professional savdo, ishlab chiqarish, savdo amaliyoti, B2B, B2C, tarqatish kanallari.

Savdoda rejalashtirib sotishni bosqichlarga ajratishdan maqsad, savdo jarayonini samarali boshqarish va optimallashtirishdir. Bu jarayon, har bir bosqichda aniq maqsadlar qo’yish va natijalarni baholash imkonini beradi, shuningdek, xaridorlar bilan aloqalarni yaxshilash va ularning ehtiyojlarini chuqurroq tushunishga yordam beradi. Har bir bosqichda amalga oshiriladigan faoliyatlar orqali savdo jamoasi o’z strategiyalarini moslashtirishi va muvaffaqiyatli sotuvni ta’minlash uchun zarur bo’lgan resurslarni to’g’ri taqsimlashi mumkin. Shuningdek, bu jarayon savdo ko’rsatkichlarini kuzatish va tahlil qilishga imkon beradi, bu esa kelajakdagi qarorlarni qabul qilishda asos bo’ladi. Natijada, rejalashtirilgan savdo jarayoni nafaqat daromadni oshirishga, balki mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishga ham xizmat qiladi.

E’tirozlarni tinglash va ularning sabablarini aniqlash orqali sotuvchi, mijozning ishonchini qozonishi va savdo jarayonini muvaffaqiyatli yakunlashi mumkin.

**Xizmat ko’rsatish sifatiga oid e’tirozlar**

**O’zaro aloqalar va kommunikatsiya bilan bog‘liq e’tirozlar**

**Reklama va marketingga oid e’tirozlar**

**Mahsulot sifatiga oid e’tirozlar**

**Narx va qiymatga oid e’tirozlar**

**Rasm 6. Professional savdoda iste’molchilar e’tirozlarining turlari.**

E’tirozlarni hal qilishda bir necha strategiyalar mavjud. Birinchidan, aktiv tinglash usulidan foydalanish zarur; bu usul mijozning fikrlarini to’liq anglashga yordam beradi. Ikkinchidan, e’tirozlarni tasdiqlash va ularning ahamiyatini tan olish muhimdir. Mijozlarga o’z fikrlarini ifoda etishga imkon berish orqali, sotuvchi ularga yanada yaqinroq bo’lishi mumkin. Nihoyat, yechim taklif qilishda aniq va mantiqiy asoslangan argumentlar keltirish kerak. Bu jarayonda sotuvchining bilimlari va tajribasi katta rol o’ynaydi; chunki har bir e’tirozni individual ravishda ko’rib chiqish va mos yechim taklif qilish zarur.

Professional savdoda iste’molchilar e’tirozlarini bartaraf etishning asosiy tamoyillari quyidagicha:

* *Mijozlar bilan samarali muloqot o’rnatish.* Mijozlar e’tirozlarini bartaraf etishda birinchi navbatda, ularning fikrlarini tinglash va tushunish muhimdir. Samarali muloqot o’rnatish uchun, savdo xodimlari mijozlarga ochiq va samimiy munosabatda bo’lishlari kerak. Bu jarayonda mijozlarning his-tuyg’ularini anglash va ularga o’z fikrlarini ifoda etishga imkon berish zarur. Mijozlar o’z muammolari haqida gapirganda, ularni diqqat bilan tinglash va ularga to’g’ri javob berish orqali ishonchni oshirish mumkin.
* *Muammolarni tezkor hal qilish.* Iste’molchilar e’tirozlariga tezkor javob berish juda muhimdir. Agar mijoz biron bir muammo yoki noqulaylikka duch kelsa, bu masalani imkon qadar tez hal qilish kerak. Tezkor yechimlar taklif qilish orqali, kompaniya mijozning qoniqishini oshirishi va uning brendga bo’lgan ishonchini mustahkamlashi mumkin. Masalan, agar mahsulotda nuqson mavjud bo’lsa, uni almashtirish yoki pulni qaytarish kabi yechimlar taklif qilinishi lozim.
* *Mijozlarga qo’shimcha xizmatlar taklif qilish.* E’tirozlarni bartaraf etishda qo’shimcha xizmatlar ko’rsatish ham muhim ahamiyatga ega. Masalan, mijozlarga mahsulotni qanday ishlatishni tushuntirish yoki ularga qo’shimcha kafolatlar taqdim etish orqali ularning xavfsizlik hissini oshirish mumkin. Bunday xizmatlar iste’molchilarga o’zlarini qadrlangan his qilishlariga yordam beradi va ular bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishga yordam beradi.
* *Iste’molchilar fikrini tahlil qilish.* Savdo tashkilotlari iste’molchilarning fikr-mulohazalarini muntazam ravishda tahlil qilib borishi lozim. E’tirozlarni aniqlash va ularni tahlil qilish orqali kompaniya o’z mahsulotlari yoki xizmatlarini yaxshilash imkoniyatiga ega bo’ladi. Bu jarayon iste’molchilar ehtiyojlarini yanada chuqurroq tushunishga yordam beradi va kelajakdagi muammolarni oldini olishga imkon yaratadi.
* *Ijobiy tajribalarni yaratish.* Mijozlarga ijobiy tajribalarni taqdim etish e’tirozlarni kamaytirishga yordam beradi. Bu nafaqat mahsulot sifatiga bog’liq, balki xarid jarayonidagi barcha bosqichlarda mijozlarga qulaylik yaratishga ham bog’liqdir. Mijozlarning har bir aloqasi ijobiy bo’lishi uchun savdo xodimlari doimo professional va do’stona munosabatda bo’lishlari kerak.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati**

1. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODA SOTISH JARAYONLARINING BOSQICHLARI TASNIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
2. Maksudov, M. (2024). XALQARO SAVDO PALATASI (XSP) VA XALQARO BOJ TASHKILOTI (XBT). Nordic\_Press, 3(0003).
3. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODAGI UMUMIY KOMMUNIKATSIYA TURLARI VA MOHIYATI. Nordic\_Press, 3(0003).
4. Khusanova, G. (2024). TOVAR AKSIYALARI TURLARI VA UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
5. Maksudov, M. (2025). XALQARO MEHNAT TAQSIMOTI VA ULARGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR TAVSIFI. Nordic\_Press, 6(0006).
6. Khusanova, G. (2024). MOTIVATSION SOTISH JARAYONINING UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
7. Sabirova, N., & Sadikova, M. (2023). Increasing the sustainability of the food industry by expanding the range of shortening fats with new types of fat sources. In E3S Web of Conferences (Vol. 390, p. 02013). EDP Sciences.
8. Khusanova, G. (2024). SALOHIYATLI MIJOZLAR BILAN ISHLASH BOSQICHLARI TAHLIILI. Nordic\_Press, 3(0003).
9. Khusanova, G. (2024). SAVDO AMALIYOTINI AMALGA OSHIRISHDA AXBOROTNING O’RNI. Nordic\_Press, 3(0003).
10. Мажидов, К. Х., Сулайманова, Г. Х., Бозоров, Д. Х., & Сабирова, Н. Н. (2017). Методы определения содержания фракций твердых жиров в эмульсионных жирах. Пищевая промышленность, (1), 56-58.
11. Khusanova, G. (2025). PROFESSIONAL SAVDODA AXBOROTNING KELIB CHIQISH TARIXI. Nordic\_Press, 7(0007).
12. Khusanova, G. (2025). SAVDODA AXBOROTNING TAVSIFLANISHI VA TURLARI. Nordic\_Press, 7(0007).
13. Мажидов, К. Х., Сулайманова, Г. Х., Бозоров, Д. Х., & Сабирова, Н. Н. (2017). Методы определения содержания фракций твердых жиров в эмульсионных жирах. Пищевая промышленность, (1), 56-58.