**PROFESSIONAL SAVDODA MOTIVATSIYA ISHTIROKI KANALLARINING TARQATILISH TAVSIFI**

**Husanova Gulchexra Sayfullayevna**

**Xalqaro Nordik universiteti**

**Iqtisodiyot va biznesni boshqarish kafedrasi**

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

**g.xusanova@nordicuniversity.org**

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

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

**Xalqaro Nordik universiteti**

**Habibjonovusmonjon9@gmail.com**

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

**Annotatsiya**

Professional savdoda motivatsion ishlash va samaradorlikka ta’sir qiluvchi muhim omil hisoblanadi. Ishtirok etishni rag’batlantirish uchun tarqatish kanallarini ichki va tashqi motivatsion kanallar bo’lishi lozim. Ichki motivatsiya shaxsiy qoniqish va shaxsiy maqsadlarga erishish yoki yangi ko’nikmalarni egallash kabi savdo jarayonining o’ziga xos zavqidan kelib chiqadi. Ushbu turdagi motivatsiya ko’pincha avtonomiyani rag’batlantiradigan, kasbiy rivojlanish imkoniyatlarini ta’minlaydigan va individual hissalarni tan oladigan qo’llab-quvvatlovchi tashkiliy madaniyat orqali rivojlanadi. Boshqa tomondan, tashqi motivatsiya komissiyalar, bonuslar va turli xil dasturlari kabi tashqi motivatsion kanallarni o’z ichiga oladi. Ushbu rag’batlantirishlar sotuvchining maqsadlarini tashkiliy maqsadlarga moslashtirish orqali samaradorlikni oshirish uchun tuzilgan.

**Kalit so’zlar:** Professional savdo, ishlab chiqarish, B2B, B2C, talab va taklif, ichki motivatsiya.

Savdo sohasida motivatsiya ishtiroki kanallari, ya’ni savdo jarayonida xodimlarni rag’batlantirish va motivatsiya berish uchun ishlatiladigan turli xil usullar va strategiyalar mavjud. Ushbu kanallarni to’g’ri tanlash va ulardan samarali foydalanish savdo jamoalarining muvaffaqiyatini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Ushbu kanallarning turlari qo’yidagicha:

**Ta’lim va trening dasturlari**

**Mentorlik va coaching**

**Moliyaviy rag’batlar**

**Motivatsion kanallarining tarqatilish turlari**

**Jamoaviy ishlash va hamkorlik**

**Texnologik vositalar va resurslardan foydalanish**

**Rasm 6. Professional savdoda motivatsion kanallarining tarqatilish turlari.**

* *Ta’lim va trening dasturlari.* Ta’lim va trening dasturlari, savdo xodimlariga yangi ko’nikmalarni o’rganishga va mavjud bilimlarini yangilashga yordam beradi. Bu dasturlar odatda seminarlar, vebinarlar yoki onlayn kurslar shaklida bo’lishi mumkin. Ular savdo jarayonini yaxshilash, mahsulot yoki xizmat haqida chuqurroq tushuncha berish va mijozlar bilan samarali muloqot qilish ko’nikmalarini rivojlantirishga qaratilgan.
* *Mentorlik va coaching.* Mentorlik va coaching, tajribali mutaxassislarning yangi yoki kam tajribaga ega savdo xodimlariga yo’l-yo’riq berishi orqali amalga oshiriladi. Bu jarayon shaxsiy rivojlanishni rag’batlantiradi va motivatsiyani oshiradi, chunki mentorlar o’z bilimlarini baham ko’rishadi va maslahat berishadi. Shuningdek, bu usul individual ehtiyojlarga moslashtirilgan yondashuvni ta’minlaydi.
* *Moliyaviy rag’batlar.* Moliya rag’batlari, masalan, bonuslar, mukofotlar yoki boshqa moliyaviy imtiyozlar orqali savdo xodimlarini rag’batlantirishda muhim rol o’ynaydi. Bu turdagi motivatsiya xodimlarni yuqori natijalarga erishishga undaydi va ularning ish faoliyatini yanada samarali qilishga yordam beradi.
* *Jamoaviy ishlash va hamkorlik.* Jamoaviy ish faoliyati va hamkorlik, savdo jamoalari orasida kuchli aloqalar o’rnatishga yordam beradi. Jamoa ichidagi kommunikatsiya va hamkorlikni rivojlantirish orqali xodimlar bir-biridan ilhomlanib, umumiy maqsadlarga erishishda birgalikda harakat qilishadi. Bunday muhitda ishlash motivatsiyani oshiradi.
* *Texnologik vositalar va resurslardan foydalanish.* Texnologik vositalar (masalan, CRM tizimlari) savdo jarayonini avtomatlashtirishga yordam beradi va xodimlarga ma’lumotlarni tezda olish imkonini yaratadi. Bunday vositalar orqali xodimlar o’z ishlarini yanada samarali bajarishi mumkin bo’ladi, bu esa ularning motivatsiyasini oshiradi.

Ushbu beshta asosiy tarqatilish turi professional savdoda motivatsiyani oshirishda muhim ahamiyatga ega bo’lib, har biri o’ziga xos yondashuvlarni taklif etadi.

Professional savdoda motivatsiya ishtiroki kanallarining tarqatilishining asosiy maqsadi professional savdo sohasida motivatsiyani oshirish va ishtirokchilarni rag’batlantirishdan iborat. Bu kanallar orqali savdo xodimlari o’zlarining maqsadlariga erishish uchun zarur bo’lgan bilim, ko’nikma va resurslarga ega bo’lishadi. Motivatsiya kanallari, masalan, treninglar, seminarlar va onlayn platformalar orqali taqdim etiladi, bu esa xodimlarning o’zaro tajriba almashishiga va muvaffaqiyatli strategiyalarni o’rganishiga yordam beradi. Shuningdek, bunday kanallar orqali xodimlar o’zlarini qiziqtirgan savdo texnikalari va innovatsiyalar haqida yangiliklardan xabardor bo’lishadi. Bularning barchasi savdo jarayonini samarali boshqarishga, jamoa ruhini oshirishga va natijada kompaniyaning umumiy muvaffaqiyatini ta’minlashga xizmat qiladi. Shu bilan birga, motivatsiya kanallari orqali tashkilot ichidagi raqobatni kuchaytirish va individual yutuqlarni tan olish imkoniyati yaratiladi, bu esa har bir xodimning o’ziga bo’lgan ishonchini oshiradi.

Professional savdoda motivatsiya ishtiroki kanallari, ya’ni marketing va savdo sohasida faoliyat yurituvchi mutaxassislar uchun mo’ljallangan platformalar, o’zaro aloqalarni kuchaytirish, bilim almashish va professional rivojlanishni ta’minlash maqsadida yaratiladi. Ushbu kanallar orqali ishtirokchilar o’z tajribalarini keltirib, yangi strategiyalarni o’rganish va savdo jarayonlarini yaxshilash imkoniyatiga ega bo’lishadi. Professional savdoda motivatsiya ishtiroki kanallarining asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

**Rasm 7. Professional savdoda motivatsiya ishtiroki kanallarining asosiy maqsadlari.**

* *Bilim almashinuvi*: Kanallar ishtirokchilarga o’z bilim va tajribalarini baham ko’rishga yordam beradi. Bu, o’z navbatida, yangi g’oyalar va innovatsiyalarni keltirib chiqarishi mumkin.
* *Tarmoq yaratish*: Savdo mutaxassislari bir-biri bilan bog’lanib, professional tarmoqlarini kengaytirishi mumkin. Bu esa kelajakdagi hamkorliklar va biznes imkoniyatlarini ochadi.
* *Motivatsiya va qo’llab-quvvatlash*: Ishtirokchilar bir-birlarini rag’batlantirish orqali motivatsiyani oshirishlari mumkin. Bu, ayniqsa, qiyin vaziyatlarda juda muhimdir.
* *Savdo ko’nikmalarini rivojlantirish*: Kanallar orqali taqdim etiladigan treninglar, seminarlar va vebinarlar ishtirokchilarning savdo ko’nikmalarini oshirishga yordam beradi.
* *Trends va yangiliklardan xabardor bo’lish*: Savdo sohasidagi eng so’nggi tendentsiyalar va yangiliklardan xabardor bo’lish imkoniyati mavjud. Bu esa raqobatbardoshlikni oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, professional savdoda motivatsiya ishtiroki kanallarining tarqatilishining asosiy maqsadi bilim almashinuvi, tarmoq yaratish, motivatsiya berish, savdo ko’nikmalarini rivojlantirish va sohadagi yangiliklardan xabardor bo’lishdan iboratdir. Ushbu maqsadlar orqali mutaxassislar o’z faoliyatlarini yanada samarali olib borishga erishadilar.

**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.