**CHAKANA SAVDO TA’MINOTINING TAVSIFLANISHI**

**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**

**u.habibjonov@nordicuniversity.org**

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

**Annotatsiya**

Chakana savdo ta’minoti, yoki chakana savdo zanjiri, mahsulotlar va xizmatlarni iste’molchilarga yetkazib berish jarayonini o’z ichiga oladi. Bu jarayon ishlab chiqaruvchilar, ulgurji sotuvchilar va chakana savdo nuqtalari o’rtasidagi aloqalarni o’z ichiga oladi. Chakana savdo ta’minoti, shuningdek, mahsulotlarning sifatini, narxini va mavjudligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Ular to’g’ridan-to’g’ri iste’molchilarga xizmat ko’rsatish uchun zarur bo’lgan barcha resurslarni boshqaradilar, bu esa xaridorlarga qulaylik yaratadi va ularning ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi.

**Kalit so’zlar:** Chakana savdo, ulgurji savdo, B2G, B2C, B2B, biznes modellar, iqtisodiy taraqqiyot.

Bundan tashqari, chakana savdo ta’minoti zamonaviy texnologiyalarni qo’llash orqali yanada samarali bo’lishi mumkin. Masalan, elektron tijorat platformalari va raqamli marketing strategiyalari orqali chakana sotuvchilar o’z mahsulotlarini keng auditoriyaga yetkazish imkoniyatiga ega. Shuningdek, inventarizatsiya boshqaruvi va logistika tizimlari orqali mahsulotlarni vaqtida yetkazib berish va xarajatlarni kamaytirish mumkin. Bularning barchasi chakana savdo ta’minotining muvaffaqiyatli ishlashi uchun zarur bo’lgan omillardir.

Savdoda chakana savdo ta’minot zanjiri, yoki chakana savdo ta’minoti, mahsulotlarni ishlab chiqaruvchidan to iste’molchigacha yetkazib berish jarayonini o’z ichiga oladi. Ushbu jarayonning asosiy maqsadlari quyidagilardan iborat:

Mahsulotni yetkazib berish samaradorligini oshirish

Xarajatlarni kamaytirish

Mijozlar ehtiyojlarini qondirish

Chakana savdoda ta’minot zanjirining maqsadlari

Barqarorlik va ijtimoiy ma’suliyat

Raqobatbardoshlikni oshirish

Innovatsiyalarni joriy etish

**Rasm 1. Chakana savdoda ta’minot zanjirining asosiy maqsadlari.**

Chakana savdoda ta’minot zanjirining asosiy maqsadlari, birinchidan, mijozlarga yuqori sifatli mahsulotlarni o’z vaqtida yetkazib berish orqali ularning ehtiyojlarini qondirishdir; bu esa, o’z navbatida, mijozlar qoniqishini oshirish va brendga sodiqlikni kuchaytiradi. Ikkinchidan, ta’minot zanjiri samaradorligini oshirish muhimdir, bu esa xarajatlarni kamaytirish va resurslardan foydalanishni optimallashtirish orqali amalga oshiriladi. Uchinchi maqsad - bozor talablariga tezkor javob berishdir; bu, o’zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish va raqobatbardosh ustunlikni saqlab qolish uchun zarurdir. To’rtinchidan, ta’minot zanjirini boshqarishda innovatsiyalarni joriy etish ham muhim ahamiyatga ega; yangi texnologiyalar va jarayonlar yordamida ishlab chiqarish va tarqatishni yaxshilash mumkin. Nihoyat, barqarorlikni ta’minlash ham asosiy maqsadlardan biridir; ekologik jihatdan toza amaliyotlarni qo’llash va ijtimoiy mas’uliyatni hisobga olish orqali kompaniyalar o’z imijini mustahkamlashi va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

Chakana savdoda ta’minot zanjiri bir necha asosiy turlarga bo’linadi, ulardan biri **“to’g’ridan-to’g’ri ta’minot zanjiri”** bo’lib, bu turda ishlab chiqaruvchilar to’g’ridan-to’g’ri chakana sotuvchilarga mahsulotlarni yetkazib beradi, bu jarayon tez va samarali bo’lishi uchun mo’ljallangan. Ikkinchi tur **“o’rta ta’minot zanjiri”** deb ataladi, bunda ishlab chiqaruvchilar va chakana sotuvchilar o’rtasida dilerlar yoki distribyutorlar ishtirok etadi, bu esa mahsulotlarning keng tarqalishini ta’minlaydi va xaridorlarga qulaylik yaratadi. Uchinchisi **“murakkab ta’minot zanjiri”** bo’lib, bunda bir nechta ishlab chiqaruvchilar va chakana sotuvchilar o’zaro hamkorlik qilib, global miqyosda mahsulotlarni yetkazib berish jarayonini amalga oshiradilar; bu tur ko’p hollarda xalqaro savdo va logistika bilan bog’liqdir. Har bir ta’minot zanjiri turi o’ziga xos afzalliklari va kamchiliklariga ega bo’lib, ular bozordagi talab va taklifga qarab tanlanadi.

**Rasm 2. Chakana savdoda ta’minot zanjirining asosiy turlari.**

Masalan, to’g’ridan-to’g’ri ta’minot zanjiri tezkor javob berish imkoniyatini beradi, ammo murakkab zanjirlar ko’p variantlarni taklif qiladi va raqobatbardosh narxlarni saqlashga yordam beradi. Shu tariqa, chakana savdoda ta’minot zanjirining har bir turi o’z ahamiyatiga ega va umumiy iqtisodiy tizimda muhim o’rin egallaydi.

Chakana savdoda ta’minot zanjirini turli bosqichlarga bo’lishdan asosiy maqsad ta’minot zanjirining samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va mijozlarga xizmat ko’rsatishni yaxshilashdir. Ta’minot zanjiri turli bosqichlarga bo’linganda, har bir bosqichda aniq vazifalar va mas’uliyatlar belgilanadi, bu esa jarayonlarni optimallashtirishga yordam beradi. Masalan, mahsulotni ishlab chiqarishdan tortib, uni iste’molchilarga yetkazib berishgacha bo’lgan jarayonlar alohida boshqariladi. Bu yondashuv resurslardan foydalanishni yanada samarali qilishga, inventarizatsiya nazoratini kuchaytirishga va yetkazib berish muddatlarini qisqartirishga imkon beradi. Shuningdek, har bir bosqichda muammolarni aniqlash va hal qilish osonlashadi, bu esa umumiy xizmat sifatini oshiradi. Natijada, chakana savdo kompaniyalari raqobatbardoshligini oshirib, mijozlarning ehtiyojlariga tezkor javob bera olishadi. Ushbu ta’minot zanjiri bir necha asosiy bosqichlardan iborat bo’lib, har bir bosqich o’ziga xos vazifalar va jarayonlarga ega. Quyida bu bosqichlar batafsil tavsiflanadi.

**Rasm 3. Chakana savdoda ta’minot zanjirining asosiy bosqichlari.**

* Mahsulotni ishlab chiqarish. Bu bosqichda mahsulotning asosiy xususiyatlari va dizayni aniqlanadi. Ishlab chiqaruvchilar bozor talablarini hisobga olib, mahsulotni tayyorlash uchun zarur materiallar va resurslarni tanlaydilar. Bu jarayonda sifat nazorati va standartlarga rioya qilish muhim ahamiyatga ega.
* *Ta’minot zanjirini rejalashtirish*. Ta’minot zanjirini rejalashtirish bosqichi, ishlab chiqarish jarayonida zarur bo’lgan barcha resurslar (xom ashyo, ishchi kuchi, texnologiyalar) ni aniqlash va ularni samarali boshqarishni o’z ichiga oladi. Bu jarayonda talab prognozlari tuziladi va etkazib beruvchilar bilan hamkorlik o’rnatiladi.
* *Xom ashyo va materiallarni sotib olish*. Bu bosqichda ishlab chiqarishda foydalaniladigan xom ashyo va materiallar sotib olinadi. Ta’minotchilar bilan muzokaralar olib boriladi, shartnomalar tuziladi va xarid qilish jarayoni amalga oshiriladi. Bu jarayonning muvaffaqiyati ta’minotning uzluksizligini ta’minlaydi.
* *Mahsulotni ishlab chiqarish*. Ishlab chiqarish jarayoni davomida xom ashyo tayyor mahsulotga aylantiriladi. Bu bosqichda texnologik jarayonlar, ishchi kuchi va uskunalarning samaradorligi muhim rol o’ynaydi. Sifat nazorati ham bu bosqichda amalga oshirilishi kerak.
* *Mahsulotni saqlash*. Ishlab chiqarilgan mahsulotlar omborlarda saqlanadi. Saqlash sharoitlari mahsulotning sifatini saqlab qolish uchun muhimdir. Ombor menejmenti tizimi orqali mahsulotlarning inventarizatsiyasi yuritiladi.
* *Tarqatish*. Mahsulotlarni iste’molchilarga yetkazib berish uchun tarqatish tarmog’i tashkil etiladi. Bu bosqichda transport vositalari tanlanadi, yo’nalishlar belgilangan holda etkazib berish rejalashtiriladi.
* *Savdo va marketing*. Mahsulotlar iste’molchilarga yetkazilgandan so’ng, ularning sotilishi uchun marketing strategiyalari ishlab chiqiladi. Reklama kampaniyalari o’tkazilib, iste’molchilar bilan aloqalar o’rnatiladi.
* *Mijozlarga xizmat ko’rsatish*. Mijozlarga xizmat ko’rsatish bosqichi mijozlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan bo’lib, ular bilan muloqot qilish va ularga yordam berishni o’z ichiga oladi. Mijozlarning fikr-mulohazalari yig’ilishi orqali xizmat sifatini yaxshilash imkoniyatlari aniqlanadi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati**

1. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODA SOTISH JARAYONLARINING BOSQICHLARI TASNIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
2. Habibjonov, U. (2025). PROFESSIONAL SAVDONI SHAKLLANISH KANALLARINING TARQATILISH TAVSIFI. Nordic\_Press, 7(0007).
3. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODAGI UMUMIY KOMMUNIKATSIYA TURLARI VA MOHIYATI. Nordic\_Press, 3(0003).
4. Habibjonov, U. (2025). REJALASHTIRIB SOTISH JARAYONINING UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 7(0007).
5. Khusanova, G. (2024). TOVAR AKSIYALARI TURLARI VA UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
6. Habibjonov, U. (2025). SEGMENTATSIYANING MOHIYATI VA MAQSADI. Nordic\_Press, 7(0007).
7. Khusanova, G. (2024). MOTIVATSION SOTISH JARAYONINING UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
8. Садикова, М. М., & Сабирова, Н. Н. (2022). СОСТОЯНИЕ ФРИКЦИОННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ХЛОПКА-СЫРЦА С МЕТАЛЛИЧЕСКИМИ ПОВЕРХНОСТЯМИ. Universum: технические науки, (10-3 (103)), 48-51.
9. Khusanova, G. (2024). SALOHIYATLI MIJOZLAR BILAN ISHLASH BOSQICHLARI TAHLIILI. Nordic\_Press, 3(0003).
10. Абдурахимов, С. А., & Сабирова, Н. Н. (2020). Применение полученных шортенинг жиров в маргариновой продукции. Universum: технические науки, (11-4 (80)), 9-11.
11. Khusanova, G. (2024). SAVDO AMALIYOTINI AMALGA OSHIRISHDA AXBOROTNING O’RNI. Nordic\_Press, 3(0003).
12. Khusanova, G. (2025). PROFESSIONAL SAVDODA AXBOROTNING KELIB CHIQISH TARIXI. Nordic\_Press, 7(0007).
13. Sabirova, N., & Sadikova, M. (2023). Shortenings based on hydrogenated cotton oils. In E3S Web of Conferences (Vol. 390, p. 02038). EDP Sciences.
14. Khusanova, G. (2025). SAVDODA AXBOROTNING TAVSIFLANISHI VA TURLARI. Nordic\_Press, 7(0007).