

IQTISODIYOT

*ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal*



OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari
08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr,
158 sahifa, iyun, 2025-yil.

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afforovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi

- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

Ways to Strengthen the Economy of Karakalpakstan	12
Isakov Janabay Yakypbayevich	
Sanoat korxonalarida ishlab chiqarish xavf-xatarlarini iqtisodiy baholash.....	18
Raxmatova M.G., Saidjonova Z.B	
Strategy For Attracting Investments By Expanding the Participation of Joint-Stock Companies in the Securities Market	23
Aytmuratova Ulbike Jalgasovna, Kutlymurat Zhalgasovich Aytmuratov, Raushan Nurlybay qizi Umirzakova	
O'zbekistonda eksportni sug'urtalash mexanizmlari: mavjud holat va takomillashtirish yo'llari	29
D.E.Qarshiev	
Ta'lim, ekologiya va raqamlashtirish sohalarida bolalar va o'smirlar turizmini integratsiyalash: xalqaro tajribalar va O'zbekiston	35
Islomova Dilrabo Salomovna	
Oliy ta'lim muassasalarida xodimlarning mehnat samaradorligini oshirishda rahbarlarning roli	40
Reyimberdiyev Baburbek Adilbek o'g'li, Yusupov Sherzodbek Baxtiyor o'gli, Xaitbayev Jasurbek Otaxanovich, Madraimov Xabibulla Madaminovich	
Обзор по теме Современные системы управлением возбуждение синхронных машин и перспективы их развития	47
Алиев Абдор Мураткулович	
The Mechanism for Applying Tax Benefits and Preferences in Tax Administration	52
Dilorom Mutalova	
Innovatsiyalarning ahamiyati va ularning iqtisodiy samaradorligining o'zbekiston qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlashdagi roli	57
Raximov Baxromjon Ibroximovich, Solohiddinov Nuriddin Sirojiddin o'g'li	
Bino va inshootlarni zilzilabardoshligiga oid nazariyalar.....	62
Jalilov Ahmadbek Ikromjon o'g'li	
Soliq to'lovchilarning majburiyatlari bajarilishini konseptual asoslari va shartlari asoslari xususida	66
Abdusherzov Abdullo Baxtiyorovich	
The Analysis of the Psychophysiological Condition of Children With Mental Disorders and the Creation of Comfort Through Designed Clothing	73
Asatilaeva Lola Muratjon qizi, Muminova Umida Tokhtasinovna	
Analysis Types of Waterproof Fabrics and Their Physical and Mechanical Properties	80
Pulatova Laziza Bakhodirovna, Kasimova Aziza Bakhodirovna	
Kichik biznes subyektlarining eksport salohiyatidan foydalanish darajasi va uni oshirish omillari	85
Umarkulov Kodirjon Maxamadinovich, To'xtasinov Boburbek Yusufjon o'g'li	
Suv resurslarini boshqarishda zamonaviy texnologiyalar:qishloq xo'jaligi uchun iims modelini ishlab chiqish.....	89
Fazilat Egamberganova Shuhratovna	
Raqamli texnologiyalar yordamida kitobxonlik madaniyatini rivojlantirish	93
Ernaqulov Sunnatillo Nurali o'g'li	
Qurilish sanoati korxonalari boshqarishning iqtisodiy mexanizmlari	98
Yembergenova Aynur Aydosbaevna	
Mahalliy budjetlar ijrosi to'g'risidagi hisobotlar va ularning axborot imkoniyatlarini oshirish masalalari	104
Abdulaziz Norquchqorov Ziyadullayevich	
Sirdaryo viloyatida investitsion faollikni oshirishda davlat va xususiy sektor hamkorligi	110
Mamatqulova Muxlisa Komiljon qizi	



Kichik biznes subyektlarining eksport salohiyatidan foydalanish darajasi va uni oshirish omillari	115
Umarkulov, Kodirjon Maxamadaminovich, To'xtasinov Boburbek Yusufjon o'g'li	
Soliq to'lovchilarning majburiyatlari bajarilishini ta'minlashning gnoseologik asoslari xususida	118
Abdusherozov Abdullo Baxtiyorovich	
Nodavlat oliy ta'lim tashkilotlari faoliyatini tashkil etishning tashkiliy-huquqiy jihatlari	125
Yaqubova Nodira Olim qizi	
O'zbekistonda to'qimachilik eko-mahsulotlari bozorining rivojlanish imkoniyatlari	130
Nosirova Charos	
Uy-joy fondini boshqarish samaradorligini oshirishda zamonaviy sifat menejmenti tizimining o'rni	135
Asadullina Nailya Ramilevna, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
Axoli daromadlarining turmush farovonligiga ta'siri	142
Berdibekov A.	
Raqamli iqtisodiyot sharoitda ta'lim xizmati sifatini oshirishni ekonometrik modellashtirish usullari	148
Axmedova Barno Abdiyevna	
Jahon mamlakatlarida chakana savdoni boshqarishning o'ziga xosligi va unda strategik menejment tizimi	151
Yaqubov Azizbek G'anibekovich	



JAHON MAMLAKATLARIDA CHAKANA SAVDONI BOSHQARISHNING O'ZIGA XOSLIGI VA UNDA STRATEGIK MENEJMENT TIZIMI

Yaqubov Azizbek G'anibekovich

Urganch Ranch texnologiya universiteti

“Iqtisodiyot” kafedrası mudiri dotsent v.b.(PhD)

ORCID ID: 0009-0003-2188-4562

Annotatsiya: Ushbu maqolada jahon mamlakatlarida chakana savdoni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari, zamonaviy savdo formatlarining shakllanishi va ularni strategik menejment tizimi asosida yuritish masalalari tahlil qilinadi. Xususan, chakana savdo korxonalarining geografik joylashuvi, iste'molchilarning xulq-atvori, hududiy raqobat muhitining shakllanishi hamda ushbu sohadagi nazariy va amaliy modellar (Kristaller, Reyli, Lyuis, Haff, Makfadden va boshqalar) asosida raqobatbardoshlikni ta'minlash usullari ko'rib chiqilgan. Shuningdek, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar tajribasi asosida supermarketlar, gipermarketlar va chegirmali do'konlarning evolyutsiyasi, transmilliy chakana kompaniyalarning bozorga kirish usullari (franchayzing, qo'shma korxona, filial ochish va hokazo) tahlil etilgan. Muallif chakana savdo tarmog'ining milliy iqtisodiyotdagi rolini kuchaytirish, bandlik va ishlab chiqaruvchilar bilan integratsiyani ta'minlash hamda davlat tomonidan tartibga solishning qat'iy, yumshoq va o'tish modellarining samaradorligini solishtiradi. Maqola mahalliy chakana savdoni modernizatsiyalash va xalqaro raqobat sharoitida moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqish zaruratini asoslab beradi.

Kalit so'zlar: Chakana savdo, strategik menejment, raqobatbardoshlik, joylashtirish modellari, supermarketlar, gipermarketlar, tartibga solish, chakana bozor, global kengayish.

Abstract: This article examines the distinct features of retail trade management across different countries, with a focus on the emergence of modern retail formats and their implementation through strategic management systems. It provides a detailed analysis of retail enterprises' spatial placement, consumer behavior, regional competitiveness, and the application of various theoretical and empirical models (Christaller, Reilly, Lewis, Huff, McFadden, etc.) aimed at improving retail competitiveness. Drawing on the experiences of both developed and developing countries, the study reviews the evolution of supermarkets, hypermarkets, and discount stores, as well as strategies used by multinational corporations to enter new markets (e.g., subsidiaries, franchises, joint ventures). The author highlights the role of retail in strengthening national economies, creating employment, and integrating producers into supply chains, and compares the effectiveness of strict, soft, and transitional government regulatory models. The paper substantiates the need for flexible, adaptive strategies in retail modernization in the face of global competition.

Keywords: Retail trade, strategic management, competitiveness, location models, supermarkets, hypermarkets, regulation, retail market, global expansion.

Аннотация: В статье рассматриваются особенности управления розничной торговлей в различных странах мира, с акцентом на формирование современных форматов торговли и их реализацию на основе стратегического менеджмента. Подробно анализируются вопросы территориального размещения торговых предприятий, поведение потребителей, формирование конкурентной среды, а также возможности применения различных теоретико-прикладных моделей (Кристаллер, Рейли, Льюис, Хафф, Макфадден и др.) для повышения конкурентоспособности. На основе опыта развитых и развивающихся стран рассмотрена эволюция супермаркетов, гипермаркетов и дискаунтеров, а также стратегии выхода транснациональных торговых компаний на новые рынки (филиалы, франшизы, совместные предприятия и пр.). Автор акцентирует внимание на необходимости модернизации национальной розничной сети, обеспечения занятости и интеграции с производителями, а также сравнивает эффективность жёсткой, мягкой и переходной моделей государственного регулирования. Работа обосновывает необходимость гибких стратегий адаптации в условиях международной конкуренции.

Ключевые слова: Розничная торговля, стратегический менеджмент, конкурентоспособность, модели размещения, супермаркеты, гипермаркеты, регулирование, розничный рынок, глобальная экспансия.

KIRISH.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida chakana savdo sohasining samarali tashkil etilishi va raqobatbardoshligini ta'minlash mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining muhim omillaridan biri hisoblanadi. Xususan, global miqyosda sodir bo'layotgan iqtisodiy integratsiya, savdo formatlarining diversifikatsiyalashuvi, iste'molchilarning ehtiyoj va talablarining o'zgarishi chakana savdoni boshqarishda yangi yondashuvlarni qo'llash zaruratini yuzaga keltirmoqda.

Bugungi kunda dunyoning ko'plab rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarida chakana savdoning zamonaviy tarmoqlari — supermarketlar, gipermarketlar, chegirmali do'konlar va ko'p funksiyali savdo majmualari — aholiga xizmat ko'rsatishda, bandlikni ta'minlashda, shuningdek, ishlab chiqaruvchilar va logistika tizimlari o'rtasidagi uzviylikni kuchaytirishda muhim rol o'ynamoqda. Shu bilan birga, chakana savdoning strategik boshqaruvi, ayniqsa, korxonalarining geografik joylashuvi, iste'molchilar xatti-harakatlarini tahlil qilish, raqobat ustunliklarini aniqlash kabi yo'nalishlarda ilmiy asoslangan yondashuvlarga ehtiyoj ortib bormoqda.

Ushbu maqolada chakana savdoni boshqarishda qo'llanilayotgan geografik va ehtimoliy modellar, ularning tahlili va amaliy ahamiyati, shuningdek xorijiy davlatlar tajribasi asosida zamonaviy chakana savdoning rivojlanish yo'nalishlari chuqur o'rganiladi. Shuningdek, chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda strategik menejment yondashuvlarining o'рни, savdo tarmoqlari orqali yangi bozorlarga kirish strategiyalari hamda davlat tomonidan savdo faoliyatini tartibga solish modellari taqqoslab tahlil qilinadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI.

Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini boshqarishning samarali usullarini joriy etish muammolarini hal etish, jumladan, chakana savdo menejmentining ilmiy-nazariy jihatlarini ko'plab xorijlik olimlarning ilmiy ishlarida o'z aksini topgan. Bu borada Joachim ZentesDirk, Davies, Keri, McNair M.P., Forrest, C., Kaufmanns, S., Dawson J. larning ilmiy ishlari mumtoz asarlarga aylangan. Ushbu uzoq xorij olimlari tadqiqotlarida chakana savdo korxonalarini hududiy joylashtirish, sifatli xizmat ko'rsatish shakllari va usullari, chakana savdo korxonalarini boshqarishning innovasion yondashuvlarini ishlab chiqish yo'nalishlari tadqiq qilingan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI.

Ushbu tadqiqotda chakana savdo korxonalarining boshqaruvi, ularning geografik joylashuvi, raqobatbardoshlik darajasi va zamonaviy savdo formatlarining rivojlanishiga oid masalalarni kompleks yondashuv asosida tahlil qilish maqsad qilingan. Tadqiqot metodologiyasi quyidagi asosiy yondashuv va uslublarga tayanadi: tizimli tahlil usuli, geografik joylashuv modellari tahlili, taqqoslama tahlil usuli, deskriptiv statistik tahlil va normativ-huquqiy yondashuv.

TAHLIL VA NATIJALAR.

Samarali savdo faoliyati va chakana savdo tashkilotlarining raqobatbardoshligi ko'p jihatdan potensial iste'molchilar uchun chakana savdo do'koninining joylashuv qulayligi bilan bog'liq. Bu holat xorijiy mamlakatlarda tadqiqotchilari tomonidan olib borilgan bir qator tadqiqotlarda asoslangan. Xususan, V.Applebaum va S. Cohenlar chakana savdoning geografik joylashuvi iste'molchilarni jalb qilishda eng ahamiyatli omil ekanligini va bu savdo tashkilotlari raqobatbardoshligiga yordam berishligi asoslangan.[1],[2],[3],[4] Uning asosiy yondashuvi chakana savdoni samarali boshqarishni tashkil etishda eng avvalo uni joylashtirish prinsiplariga yuqori ahamiyat qaratish lozimligi e'tirof etiladi.

Tabiiyki, iste'molchilarni jalb qilishda chakana savdo korxonalarining narx va assortiment siyosati, xizmat ko'rsatish, ish vaqtlari va boshqa omillar ham muhim rol o'ynaydi.[5] Shu bilan birga, aksariyat oziq-ovqat chakana savdo do'konlari deyarli bir hil narx darajasiga va xizmat ko'rsatish imkoniyatlariga ega bo'ladi, ushbu holatda esa, chakana savdo korxonasining raqobatbardoshligi aksariyat xolatda joylashgan hududiga bog'liq bo'lib qoladi. Mazkur holatlar an'anaviy savdo korxonalarining istiqboldagi bozor ulushi va ularning raqobatbardoshligi xarid qilish hududlarining geografik joylashuviga bog'liqdir.

Ma'lumki, keyingi yillarda respublikamizda chakana savdo korxonalarini hududlarda joylashtirish masalasig'ha etarlicha e'tibor qaratilmaslik holatlari yuzaga chiqmoqda. Fikrimizcha, chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarish bo'yicha geografik yondashuv respublikada iste'mol tovarlari bozorini boshqarish va tartibga solishda ma'lum metodologik yondashuvlarga tayanishi lozim.

Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini boshqarish muammolari bo'yicha ehtimoliy modellar ham mavjud bo'lib, ushbu modellar savdo shahobchalarini hududiy joylashtirish, transportning qulayligi, avtoparklarning mavjudligi va boshqa xususiyatlarni me'yorini belgilab beruvchi modellardir.[6],[7],[8]

Ilmiy adabiyotlarda chakana savdo raqobatbardoshligini boshqarish bo'yicha geografik va ehtimoliy



modellarning bir qator modellari mavjud bo'lib, ushbu modellar asosida chakana savdo samaradorligi va raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha maqsadli strategik yo'nalishlar belgilash imkoniyati mavjud.

1-jadvalda keltirilgan modellar orqali chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini aniqlash va hisoblash imkoniyatini beradi va yangi tashkil etilishi lozim bo'lgan savdo shahobchalarini bo'yicha aniq xulosalar taqdim eta oladi. Keltirib o'tilgan modellar chakana savdo tarmoqlarini boshqarish borasida amalga oshiriladigan marketing tadqiqotlarida foydalanish, korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish, ularni tashkil etish, modernizatsiyalash, iste'molchilarning savdo qilish xarajatlarini kamaytirish, istiqbolda yuzaga chiqishi mumkin bo'lgan xatarlarni kamaytirish imkonini beradi.

1-jadval: Chakana savdo korxonalarini geografik va ehtimoliy joylashtirish modellari sharhi[1],[2],[3],[4],[5],[6],[7],[8]

Modellar nomi va mualliflar	Asosiy xususiyatlar
Geografik modellar	
“Markaziy nuqta” modeli Mualliflar: V. Kristaller, A. Lyosh	Asosan shaxarlarda chakana savdo korxonalarini joylashtirish muammolariga qaratilgan model bo'lib, shaxarga kirish joyidan boshlab, keyingi savdo maydonigacha bo'lgan masofani shahar markaziy nuqtasiga nisbatan oltiburchakli joylashtirish tamoyilini o'z ichiga oluvchi modeldir.
Gravitatsiya modeli. Muallif: V. Reyli	Gravitatsiya modellari, Nbyutonning tortishish qonuni asoslangan holda chakana savdoni ma'lum radiusdagi iste'molchilar, savdo maydoni va geografik joylashuv kabi omillarini hisobga olgan holda joylashtirish prinsipini echimini taqdim qiladi. Bunday joylashtirish chakana sado korxonalari raqobatbardoshligi muhim sharti ekanligi asoslangan.
Model Reyli - Konverse Muallif: P. Konverse	Ikkita savdo shahobchasiga tashrif buyuruvchi iste'molchilarning “befarqlik” omillarga asoslangan modeli. Iste'molchilar ikkita savdo shahobchasiga teng omillarni inobatga olgan holda tashrif buyuradi, biroq do'konlar raqobatbardoshligini belgilab beruvchi asosiy jihat iste'molchilarning befaqligi ekanligini modellashtirgan. “Farqsizlik” nuqtasi savdo shahobchasining maydoniga oid ma'lumotlar asosida aniqlanadi.
Masofaga oil modellar Muallif: M. Betti	Iste'molchilar uchun chakana savdoni tanlash faqat masofaga bog'liq bo'lgan omillarning ta'sirini o'rganuvchi model.
Ehtimoliy modellar	
Lyuisaning iste'molchilar xulq atvori modellari Muallif: R. Lyuis	Chakana savdo shahobchalarini tanlashiga sub'ektiv omillar ta'sirini aniqlashga qaratilgan model bo'lib, asosiy raqobatbardoshlik omili chakana savdoning jozibadorligi hisoblanadi. Iste'molchilarni chakana savdoni tanlash ehtimoli muayyan tovarlarni taqqoslash, asosan assortiment kengligi omillari asosida aniqlanadi.
Xaffa modeli Avtor: D. Xaff	“A”h yashovchi iste'molchilarning “x” chakana savdo shahobchalarini tanlashi “y1” – savdo maydoni, “y2”- borib-kelish vaqti, “y3”- asosiy markaziy ko'chadan uzoqligi, kabi omillar asosida baholovchi model hisoblanadi. Bunda chakana savdo korxonasining raqobatbardoshligini asosan iste'molchi sarflagan vaqtga bog'liq holda belgilanadi.
Nakanishi-Kupera modeli Mualliflar: M. Nakanishi, L. Kuper	Iste'molchilarning chakana savdodan tovar xarid qilish ehtimolligini aniqlashga qaratilgan model hisoblanadi. Raqobatbardoshlikning asosiy omili hududda istiqomat qiluvchi iste'molchilarning sodiqligi va ularning soni orqali belgilanadi.
Makfaddena modeli Muallif: D. Makfadden	Lyuisa modeliga asoslangan va to'ldirilgan model hisoblanib, iste'molchilarga nisbatan chakana savdo jozibadorligi eksponensial funksiyalar asosida baholanadi. Bunda chakana savdoning raqobatbardoshligini asosiy sharti, shahobcha joylashgan hudud aholisining qoniqlishini xhisobga oluvchi omillar bilan to'ldirilgan
Fotingema modeli Muallif: A. Fotingem	Lyuisa modeliga asoslangan bo'lib, asosiy xususiyati savdo nuqtasini boshqa savdo nuqtasiga nisbatan o'rtacha joylashuv holatini taqqoslashga asoslanadi.
Rasta va Dontu modeli Muallif: R. Rast, N. Dontu	Lyuisa modeliga asoslangan bo'lib, do'konni texnologik jarayonidagi xatolarni aniqlash orqali uning jozibadorligini boshqa savdo shahobchalariga nisbatan taqqoslashga asoslanadi.

Xorijiy tajribalardan ma'lumki, savdo korxonalarini yiriklashib borishi ulardagi savdo madaniyatini oshishiga, raqobat muhitini shakllanishiga, savdo xizmatlari ko'rsatishni takomillashuviga olib keladi.[9]

Reardon, Timmer, Barrett va Berdegue (2003) supermarketlarning kengayishining to'rtta to'liqini bilan ajralib turadilar, ular turli mintaqalar va davlatlarni qamrab olgan.[9]

Birinchi to'liq 90-yillarning boshlarida yuz berdi va Janubiy Amerika (Argentina va Braziliya), Sharqiy Osiyo (Filippin, Koreya Respublikasi, Tayvan va Tailand), Markaziy Evropa (Chexiya) va Janubiy Afrika mamlakatlarini qamrab oldi.

90-yillarning o'rtalarida boshlangan ikkinchi to'liq Janubi-Sharqiy Osiyo (Indoneziya), Lotin Amerikasi, (Kolumbiya va Gvatemala) va Janubi-Markaziy Evropa (Bolgariya), shuningdek Meksikani ko'plab shaharlarini qamrab oldi.

Uchinchi to'liq 2000-yillarning o'rtalarida paydo bo'ldi va supermarketlarning Markaziy va Janubiy Amerikaning boshqa qismlariga (Boliviya, Nikaragua va Peru) va Janubi-Sharqiy Osiyoda (V'etnam), shuningdek, Xitoy, Hindiston va Rossiyaning ma'lum hududlariga tarqalishini o'z ichiga oldi. Bir vaqtning o'zida bir nechta supermarketlar Afrikaning bir qator mamlakatlarida (Keniya, Zambiya va Zimbabve) joriy etilgan, ammo ushbu mamlakatlarda supermarketlarning kirib borishi past darajada kuzatilgan.

To'rtinchi to'liq asosan Afrika mamlakatlarini (Angola, Mozambik, Tanzaniya va Uganda) o'z ichiga oladi, ular 2000-yillarning o'rtalarida Janubiy Afrika to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarini qabul qilishgan, ammo hali ham an'anaviy chakana sektorlarini tubdan qayta qurishmagan.

Chakana savdoni global kengayib borishi ketma-ketliklarining jug'rofiy tahlili chakana korporatsiyalar jismoniy va madaniy jihatdan yaqinroq bo'lgan bozorlarga chiqishni afzal ko'rishini tasdiqlaydi, chunki bu risklarni, shuningdek transport va tranzaksiya xarajatlarni kamaytiradi. Bu, ayniqsa, ishonchli mahalliy etkazib berish zanjirlari va yaxshi ishlaydigan logistika tizimini ta'minlaydigan oziq-ovqat chakana savdosiga tegishli. AQShning Walmart guruhi 1990-yillarning o'rtalarida Shimoliy Amerikada va Janubiy Amerikaning katta, yuqori urbanizatsiyalashgan mamlakatlarida (masalan, Argentina, Braziliya, Meksika va Puerto-Riko) faoliyat yuritgan. 2000-yillarning o'rtalarida u G'arbiy Evropa (Germaniya va Buyuk Britaniya) va Sharqiy Osiyo (Yaponiya va Koreya Respublikasi) ga tarqaldi va yaqinda Afrika va Janubiy Amerikaning ba'zi kichik mamlakatlarida filiallarini ochdi. German Metro Group kompaniyasi 70-yillarda xalqaro miqyosda kengayib, Markaziy va G'arbiy Evropaga ko'chib o'tdi. 90-yillarda u Shimoliy Afrikaga ko'chdi va shu o'n yillikning o'rtalariga kelib Sharqiy Evropa va Xitoyda yo'lga qo'yildi. Hozirgi vaqtda metro Janubiy va Janubi-Sharqiy Osiyoga tarqalish jaryonida.

XULOSA VA TAKLIFLAR.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, chakana savdoni boshqarishda geografik va ehtimoliy modellarni qo'llash, zamonaviy strategik menejment uslublari asosida raqobatbardoshlikni ta'minlash muhim amaliy ahamiyat kasb etadi. Dunyo tajribasi asosida aniqlanishicha, chakana savdo tarmoqlarining muvaffaqiyati ularning joylashuviga, iste'molchilar xatti-harakatlarini to'g'ri tahlil qilishga va bozorlarga moslashuvchan kirish strategiyalariga bog'liq.

Shuningdek, rivojlangan mamlakatlardagi supermarketlar, gipermarketlar va chegirmali do'konlarning bosqichma-bosqich kengayishi, ularning transmilliy korporatsiyalar orqali rivojlanib borishi boshqa davlatlar uchun muhim tajriba bo'lib xizmat qilmoqda. Bunda franchayzing, qo'shma korxona, filial ochish kabi modellarining o'rni katta bo'lib, ular chakana savdo korxonalarining hududiy kengayishida asosiy vosita sifatida namoyon bo'lmoqda.

Davlat tomonidan chakana savdo sohasini tartibga solishning qat'iy, yumshoq va o'tish modellarini qo'llash esa milliy iqtisodiyotga mos ravishda savdo sektorining rivojlanishini muvofiqlashtirish imkonini beradi. Ayniqsa, kichik va o'rta korxonalarni qo'llab-quvvatlash, milliy ishlab chiqaruvchilarni rag'batlantirish va iste'molchilarga qulaylik yaratish orqali iqtisodiy barqarorlikka erishish mumkin.

Xulosa qilib aytganda, chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda ilmiy asoslangan yondashuvlar, global tajriba va zamonaviy boshqaruv texnologiyalaridan foydalanish muhim hisoblanadi. Bu esa, nafaqat chakana savdo sektorining o'sishiga, balki mamlakat iqtisodiy xavfsizligining mustahkamlanishiga ham xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Kristaller, V. (1933). Die zentralen Orte in Süddeutschland. Jena: Gustav Fischer.
2. Lösch, A. (1940). Die räumliche Ordnung der Wirtschaft. Jena: Fischer.
3. Reilly, W. J. (1931). The Law of Retail Gravitation. New York: Knickerbocker Press.
4. Converse, P. D. (1949). New laws of retail gravitation. Journal of Marketing, 14(3), 379–384.
5. Huff, D. L. (1963). A Probabilistic Analysis of Shopping Center Trade Areas. Land Economics, 39(1), 81–90.
6. Lewis, R. C., & Booms, B. H. (1983). The marketing aspects of service quality. In Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. (Eds), Emerging Perspectives in Services Marketing. American Marketing Association.



7. McFadden, D. (1974). Conditional Logit Analysis of Qualitative Choice Behavior. In Zarembka, P. (Ed.), *Frontiers in Econometrics*. Academic Press.
8. Nakanishi, M., & Cooper, L. G. (1974). Parameter Estimation for a Multiplicative Competitive Interaction Model – Least Squares Approach. *Journal of Marketing Research*, 11(3), 303–311.
9. Reardon, T., Timmer, C. P., Barrett, C. B., & Berdegue, J. A. (2003). The rise of supermarkets in Africa, Asia, and Latin America. *American Journal of Agricultural Economics*, 85(5), 1140–1146.
10. Deloitte. (2023). *Global Powers of Retailing 2023*. <https://www2.deloitte.com>
11. Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
12. Samarov, N. R. (2020). *Chakana savdo tarmoqlarini boshqarish va zamonaviy rivojlanish tendensiyalari*. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
13. O'zbekiston Respublikasi Savdo va xizmat ko'rsatish sohasini tartibga solish to'g'risidagi qonun hujjatlari to'plami. – Toshkent: Adolat, 2022.
14. UNCTAD (2022). *World Investment Report: International Tax Reforms and Sustainable Investment*. Geneva: United Nations.
15. World Bank (2021). *Retail Sector Development: Global Practice Insights*. Washington, D.C.: The World Bank Group.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 6

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100