



INNOVATIVE WORLD
Ilmiy tadqiqotlar markazi

ZAMONAVIY ILM-FAN VA TA'LIM: MUAMMO VA YECHIMLAR ILMIY-AMALIY KONFERENSIYA



Google Scholar  zenodo  OpenAIRE



+998335668868

<https://innoworld.net>

2026



**«INNOVATIVE WORLD» ILMIY TADQIQOTLARNI QO'LLAB-
QUVVATLASH MARKAZI**

**«ZAMONAVIY ILM-FAN VA TADQIQOTLAR: MUAMMO VA
YECHIMLAR» NOMLI 2026-YIL № 5-SONLI ILMIY, MASOFAVIY,
ONLAYN KONFERENSIYASI**

**ILMIY-ONLAYN KONFERENSIYA TO'PLAMI
СБОРНИК НАУЧНЫХ-ОНЛАЙН КОНФЕРЕНЦИЙ
SCIENTIFIC-ONLINE CONFERENCE COLLECTION**

Google Scholar



ResearchGate

zenodo



ADVANCED SCIENCE INDEX



Directory of Research Journals Indexing

www.innoworld.net

O'ZBEKISTON-2026

Chakana savdo tizimida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasi**Toshpulatov Bobur Rasul o'g'li**

Termiz Davlat Pedagogika instituti o'qituvchisi

Xolboyeva Iroda, Abduvaxobova Muyassar

Termiz Davlat Pedagogika instituti talabalari

Annotatsiya. Mazkur ishda chakana savdo tizimida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasining mohiyati, ahamiyati hamda uni shakllantiruvchi asosiy omillar keng yoritilgan. Unda xizmat sifati tushunchasi, mijoz ehtiyojlari va kutishlari, xizmat ko'rsatish jarayonining bosqichlari hamda mijoz bilan o'zaro munosabatlarning o'rni tahlil qilingan.

Shuningdek, ishda do'kon muhiti, vizual merchandising, xodimlar malakasi, xizmat tezligi va kommunikatsiya sifati kabi omillarning mijoz tajribasiga ta'siri ko'rib chiqilgan. Zamonaviy yondashuvlar sifatida raqamli texnologiyalar, personallashtirilgan xizmatlar va loyallik dasturlarining ahamiyati ham alohida ta'kidlangan. Bundan tashqari, mijoz qoniqishini baholash usullari, xizmat sifatini oshirish yo'llari hamda mavjud muammolar va ularning yechimlari tahlil qilingan. Xulosa qismida esa yuqori darajadagi xizmat ko'rsatish sifati va ijobiy mijoz tajribasi chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishi va barqaror rivojlanishini ta'minlashi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: chakana savdo, xizmat ko'rsatish sifati, mijoz tajribasi, mijoz qoniqishi, customer experience, servis sifati, vizual merchandising, xodimlar malakasi, xizmat tezligi, mijoz sodiqligi, loyallik dasturi, CRM tizimi, raqamli texnologiyalar, personallashtirish, omnichannel, feedback, NPS, xizmat standartlari, brend imiji, kommunikatsiya

Kirish. Chakana savdo tizimi zamonaviy iqtisodiyotning ajralmas qismi bo'lib, u mahsulot va xizmatlarni bevosita yakuniy iste'molchiga yetkazib berish jarayonini o'z ichiga oladi. Bugungi globallashuv va raqamli transformatsiya sharoitida chakana savdo sohasida raqobat keskin kuchayib bormoqda. Endilikda korxonalar faqat mahsulot sifati yoki narx orqali emas, balki mijozlarga ko'rsatiladigan xizmat sifati va yaratiladigan umumiy tajriba orqali ham raqobatlashmoqda. Shu sababli xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasi chakana savdoning eng muhim strategik yo'nalishlaridan biriga aylangan.

Mijozlar bugungi kunda nafaqat mahsulot xarid qilishni, balki qulay, tezkor va yoqimli xizmatni ham kutadilar. Ular uchun do'kon muhiti, xodimlar bilan muloqot, xizmat tezligi, texnologik qulayliklar va xariddan keyingi xizmatlar muhim ahamiyat kasb etadi. Shu jihatdan mijoz tajribasi — bu iste'molchining chakana savdo korxonasi bilan bo'lgan barcha aloqalari davomida shakllanadigan umumiy taassurotlar majmui hisoblanadi. Ijobiy tajriba mijozning qoniqishini oshiradi, uni qayta xarid qilishga undaydi va brendga sodiqligini mustahkamlaydi.

Adabiyotlar tahlili. Chakana savdo tizimida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasi tahlili olimlar izlanishlarida o'z aksini topmoqda. Xususan, viloyatdagi uy-joy qurilish korxonalarining statistik tahlilini Q.T. Ibragimov[1] izlanishlarida, hududdagi qurilish matreallarining rivojlanish tendensiyalarini B. E. To'rayev [2], viloyatda meva sabzavot yetishtirishni O. A. Jo'rayev [3], viloyatdagi Surxondaryo viloyatida 2010-2024 yillardagi yalpi hududiy mahsulotining statistik tahlili Ismoilov D.I [4] izlanishlar olib

borishgan. Yuqoridagi izlanishlarda ma'lum tarmoqning statistik tahlilini kuzatish mumkin. Mazkur maqolada esa viloyat yapli hududiy mahsulotlarining umumiy statistik tahlili qilindi.

Tadqiqot usuli. Mazkur maqolani yozishda kuzatish, statistik tahlil va taqqoslash usullaridan keng foydalanilgan.

Tahlil va natijalari. Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, hozirgi sharoitda mijoz talab va ehtiyojlari doimiy ravishda o'zgarib boradi, bu esa chakana savdo korxonalaridan xizmat ko'rsatish sifatini muntazam ravishda takomillashtirib borishni talab etadi. Raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish jarayonlari xizmat ko'rsatish tizimini yangi bosqichga olib chiqmoqda va mijozlarga yanada qulay hamda individual yondashuvni ta'minlamoqda.

Ushbu ishning maqsadi chakana savdo tizimida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasining nazariy asoslarini o'rganish, ularning ahamiyatini tahlil qilish hamda ularni takomillashtirish yo'llarini aniqlashdan iborat. Shu bilan birga, xizmat sifati va mijoz tajribasiga ta'sir etuvchi omillarni ko'rib chiqish, zamonaviy yondashuvlar va texnologiyalarning rolini ochib berish ham muhim vazifalardan hisoblanadi.

Chakana savdo tizimida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasi bugungi kunda korxonalarining muvaffaqiyatini belgilovchi eng muhim omillardan biri hisoblanadi. Raqobat kuchayib borayotgan sharoitda faqat mahsulot sifati yoki narx orqali ustunlikka erishish tobora qiyinlashmoqda. Shu sababli korxonalar mijozlarga yuqori darajadagi xizmat ko'rsatish va ijobiy tajriba yaratishga alohida e'tibor qaratmoqda. Mijoz tajribasi deganda iste'molchining chakana savdo nuqtasi bilan o'zaro aloqasi davomida olgan umumiy taassurotlari tushuniladi. Bu jarayon mijoz do'konga kirishidan oldin boshlanib, xaridni amalga oshirgandan keyin ham davom etadi.

Xizmat ko'rsatish sifati — bu mijozlarga ko'rsatiladigan xizmatning ularning kutgan darajasiga qanchalik mos kelishini ifodalaydi. Agar xizmat sifati mijoz kutganidan yuqori bo'lsa, mijoz qoniqadi va yana qaytib keladi. Aksincha, xizmat sifati past bo'lsa, mijoz boshqa raqobatchiga o'tib ketadi. Shu bois chakana savdoda xizmat sifati korxonalar barqarorligi va foydasiga bevosita ta'sir qiladi.

Mijoz tajribasi ko'plab omillardan tarkib topadi. Birinchi navbatda do'konning tashqi ko'rinishi va joylashuvi muhim ahamiyatga ega. Toza, tartibli va zamonaviy dizaynga ega do'kon mijozda ijobiy taassurot uyg'otadi. Ichki muhit ham muhim bo'lib, yorug'lik, musiqa, ranglar va mahsulotlarning joylashuvi mijozning kayfiyatiga ta'sir qiladi. Vizual merchandising, ya'ni mahsulotlarni jozibali tarzda joylashtirish xaridni rag'batlantiradi.

Xizmat sifati ko'p jihatdan xodimlarga bog'liq. Sotuvchilar mijozlar bilan muloyim, e'tiborli va professional tarzda muomala qilishi kerak. Ularning bilim darajasi ham muhim bo'lib, ular mahsulot haqida to'liq ma'lumot bera olishi zarur. Tezkor xizmat ko'rsatish ham mijoz qoniqishini oshiradi. Uzoq navbatlar yoki sekin xizmat mijozni bezovta qiladi va salbiy tajriba hosil qiladi.

Zamonaviy chakana savdoda mijoz tajribasini yaxshilash uchun texnologiyalardan keng foydalanilmoqda. Masalan, mobil ilovalar, onlayn buyurtma tizimlari, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish kassalari mijozlarga qulaylik yaratadi. Sun'iy intellekt yordamida mijozlarning xarid qilish odatlari tahlil qilinib, ularga individual takliflar beriladi. Bu esa personallashtirilgan xizmat ko'rsatishni ta'minlaydi.

Mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishda loyallik dasturlari muhim rol o'ynaydi. Bonus kartalar, chegirmalar, cashback tizimlari mijozlarni doimiy

xarid qilishga undaydi. Bunday dasturlar mijoz sodiqligini oshiradi va korxonalar daromadini ko'paytiradi. Mijoz bilan aloqani mustahkamlash uchun ijtimoiy tarmoqlar ham samarali vosita hisoblanadi. Korxonalar mijozlar fikrini o'rganib, ularning taklif va shikoyatlarini inobatga olishi kerak.

Mijoz tajribasining muhim jihatlaridan biri — bu xariddan keyingi xizmatdir. Agar mijoz mahsulotdan norozi bo'lsa, uni qaytarish yoki almashtirish imkoniyati mavjud bo'lishi kerak. Kafolat va qo'llab-quvvatlash xizmatlari ham mijoz ishonchini oshiradi. Yaxshi xizmat ko'rsatish faqat sotuv jarayoni bilan cheklanib qolmasligi kerak.

Chakana savdoda xizmat sifati va mijoz tajribasini baholash uchun turli usullar mavjud. So'rovnomalar, feedback tizimlari, mijozlar fikrini o'rganish orqali xizmat darajasi aniqlanadi. Net Promoter Score (NPS) kabi ko'rsatkichlar mijozlarning qoniqish darajasini o'lchashda qo'llaniladi. Bu ma'lumotlar asosida korxonalar o'z faoliyatini takomillashtiradi.

Shu bilan birga, chakana savdo tizimida bir qator muammolar ham mavjud. Xodimlar malakasining yetarli emasligi, xizmat standartlarining yo'qligi, texnologiyalarning yetarli darajada joriy etilmagani xizmat sifatiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Bundan tashqari, mijozlarning talab va kutishlari doimiy ravishda o'zgarib boradi, bu esa korxonalaridan moslashuvchanlikni talab qiladi.

Kelajakda chakana savdoda mijoz tajribasi yanada muhim ahamiyat kasb etadi. Raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish xizmat ko'rsatish sifatini yangi bosqichga olib chiqadi. Mijozlarga individual yondashuv kuchayadi va ular uchun yanada qulay sharoitlar yaratiladi.

Xulosa qilib aytganda, chakana savdo tizimida xizmat ko'rsatish sifati va mijozlar tajribasi korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlovchi asosiy omillardan biridir. Yuqori sifatli xizmat va ijobiy mijoz tajribasi mijozlarni jalb qiladi, ularning sodiqligini oshiradi va korxonaning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi. Shu sababli har bir chakana savdo korxonasi xizmat sifatini doimiy ravishda yaxshilashga intilishi zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.

1. Ibragimov. Q. T. ECONOMIC-STATISTICAL ANALYSIS OF ACTIVE CONSTRUCTION ENTERPRISES IN SURKHANDARYA REGION *Journal of Management Value & Ethics* (A quarterly Publication of GMA) April special issue. 23 Vol. 13 No.02 SJIF 8.001&GIF 0.626 ISSN-2249-9512 *Journal of Management Value & Ethics*.
2. B.E. Turayev. Surxondaryo viloyati yalpi hududiy mahsuloti tarkibida qurilish ishlari ulushining korrelyatsion-regression tahlili. "Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. № 6, noyabr-dekabr, 2021-yil - 215-224-betlar.
3. O.A.Jo'rayev. Meva – sabzavot ishlab chiqarish samaradorligini statistik tadqiq etish. Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi – 3/2,2023. 73-79.
4. Ismoilov D.I. Surxondaryo viloyatida 2010-2024 yillardagi yalpi hududiy mahsulotining statistik tahlili. "Mintaqani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning dolzarb masalalaril mavzusida" Respublika ilmiy-amaliy anjumani.2025.-372-377
5. Ismoilov Davronbek Ilxomjon o'g'li, Econometric Modeling of Factors Affecting Regional Gross Product (Based on Data for 2010–2025), *American Journal of Economics and Business Management*. -297-302, 2026-yil.

