

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

Qo‘lyozma huquqida
UDK: 339.1388:658.87

XABIBULLAYEV ANVAR SHOVIKAT O‘G‘LI

**CHAKANA SAVDO KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI
MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH**

08.00.11 – Marketing

**Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
ilmiy darajasini olish uchun yozilgan**

DISSERTATSIYASI

Ilmiy rahbar: i.f.n., prof. Abduxalilova L.T.

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

	KIRISH.....	3
I- BOB.	CHAKANA SAVDO KORXONALARI FAOLIYATIDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH NAZARIYALARI.....	13
1.1.	Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy jihatlari.....	13
1.2.	Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar tizimi va tasnifi.....	27
1.3.	Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning marketing strategiyalaridan foydalanish bo'yicha xorijiy tajribalar.....	37
	Birinchi bob bo'yicha xulosalar	48
II- BOB.	CHAKANA SAVDO KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA MARKETINGDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI.....	50
2.1.	O'zbekiston chakana savdosi tizimi va uning rivojlanishi.....	50
2.2.	Chakana savdoning rivojlanishi, raqobat muxiti va intensivligini baholash.....	61
2.3.	Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish jarayonida marketing strategiyalaridan foydalanish holati va muammolari.....	70
	Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar	82
III-BOB.	CHAKANA SAVDO KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI.....	84
3.1.	Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda integratsiyalashgan marketing kommunikatsiya strategiyalaridan foydalanish.....	84
3.2.	Chakana savdo korxonalari faoliyatini raqamli marketing strategiyalari asosida takomillashtirish.....	94
3.3.	O'zbekistonda chakana savdo korxonalari rivojlanishining prognoz ko'rsatkichlari.....	102
	Uchinchi bob bo'yicha xulosalar.....	112
	XULOSA	114
	FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI	116
	ILOVALAR	126

Kirish (PhD dissertatsiyasi annotatsiyasi)

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish tendensiyalari, globallashuv va integratsiya jarayonlarining ta'siri, xo'jalik yurituvchi subyektlar o'rtasidagi raqobatni keskinlashuvi, chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini samarali boshqarish zaruriyatini yuzaga chiqarmoqda. Bugungi global iqtisodiy muhitda raqobatbardoshlikni oshirish korxonalar uchun, ayniqsa chakana savdo sohasida muhim strategik maqsad hisoblanadi. "Jahonning eng yirik chakana savdo tarmoqlarining 2023-yil yakuni bo'yicha daromadi deyarli 7,0 trln. AQSH dollari tashkil etdi, bu 2010-yildagiga nisbatan 3,04 trln. AQSH dollarga yoki 50,1 foiz yuqoridir. Jahon chakana savdosi hajmi so'ngi 10 yilda qariyb har yili 4,6 foizdan o'sgan". Chakana savdo sektori iqtisodiyotning asosiy bo'g'ini sifatida ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi bog'lovchi zanjir bo'lib xizmat qiladi. Bozor raqobati keskinlashib, iste'molchilarning ehtiyojlari tez o'zgarib borayotgan bir vaqtda, marketing strategiyalari chakana savdo korxonalari uchun raqobatda ustunlikka erishishning muhim vositasiga aylanmoqda.

Jahonda global raqobatning keskinlashuvi sharoitida chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini marketing strategiyalari asosida oshirish muammolariga qaratilgan ilmiy izlanishlar kengaymoqda. Ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish orqali iste'molchilar segmentlarini aniqlash, elektron savdo platformalarini rivojlantirish, raqamli marketing vositalaridan foydalanish, sun'iy intellekt, blokcheyn va virtual voqelikni chakana savdoda qo'llash, mamlakatlar yoki mintaqalar miqyosida talab va iste'molchi odatlarini aniqlash, dinamik narx belgilash, aksiyalar va chegirmalar tizimini takomillashtirish, iste'molchilarga barqarorlik qadriyatlarini taklif qilish, ijtimoiy tarmoqlar, inflyuenserlar va vizual marketing orqali brendni mashhur qilish, bonus tizimlari, mijozlar klublari va qaytib keluvchi iste'molchilar uchun maxsus imtiyozlar joriy qilish bu borada amalga oshirilayotgan ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlaridan hisoblanadi.

Yangi O'zbekistonda savdo sohasini rivojlantirish borasida keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 30-oktyabrdagi PF-5564-son "Tovar bozorlarida savdoni yanada erkinlashtirish va raqobatni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmonni qabul qilinishi esa ushbu sohani yanada rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etdi. Savdo sohasini rivojlantirish, savdo mexanizmlarini yanada takomillashtirish, tovarlar bozorida sog'lom raqobat muhitini rivojlantirish, shuningdek, tadbirkorlik subyektlari faoliyatining samaradorligini oshirish va harajatlarini kamaytirish, mahalliy korxonalar tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligini ta'minlash uchun shart-sharoitlar yaratish maqsadida bir qator samarali ishlar olib borildi va ushbu yo'nalishlarga alohida e'tibor berilmoqda. 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning Taraqqiyot strategiyasida "iqtisodiyot tarmoqlari uchun samarali raqobatbardosh muhitni shakllantirish hamda mahsulot va xizmatlar bozorida monopoliyani bosqichma-bosqich kamaytirish", shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 24-yanvardagi Oliy Majlisga Murojaatnomasida "Xaridorgir mahsulotlar turlarini aniqlash, ularga bozor topish va sotish bilan xususiy treyding kompaniyalari shug'ullanishi, buning uchun esa, savdo faoliyatini tartibga soladigan qonun loyihalari to'plamini ishlab chiqish lozim. Bu tashqi savdo bilan bir qatorda, ichki bozorga ham tegishli" ekanligi belgilangan. Mazkur vazifalarning samarali ijrosi chakana savdo tizimini samarali boshqarish va savdoda erkin raqobat muhitini shakllantirish, chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning iste'molchilarga yo'naltirilgan konsepsiya asosida tashkil etish, chakana savdoda sotish tizimini takomillashtirishning zamonaviy strategiyalarini ishlab chiqishni taqozo etadi. Shu jihatdan mazkur yo'nalishdagi tadqiqotlarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya mavzusi o'ta dolzarb hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida", 2019-yil 6-sentyabrdagi PF-5813-son "Savdo va xizmat ko'rsatish sohasidagi hisob-kitoblar tizimiga zamonaviy axborot texnologiyalarini

joriy qilish hamda ushbu sohada jamoatchilik nazoratini kuchaytirish chora-tadbirlari to'g'risida", 2019-yil 28-yanvardagi PF-5443-son "Investitsiya va tashqi savdo sohasida boshqaruv tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonlari hamda mazkur faoliyatga tegishli boshqa normativ-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishi-ning ustuvor yo'nalishlariga bog'liqligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining I. "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishiga muvofiq bajarilgan.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini marketing strategiyalari asosida oshirishning samarali usullarini joriy etish muammolarini hal etish, jumladan, chakana savdo marketingining ilmiy-nazariy jihatlarini ko'plab xorijlik olimlarning va ilmiy markazlarning ishlanmalarida o'z aksini topgan. Bu borada Joachim ZentesDirk, Daviyes, Keri, McNair M.P., Forrest, C., Kaumanns, S., Dawson J. larning ilmiy ishlari mumtoz asarlarga aylangan¹. Ushbu uzoq xorij olimlari tadqiqotlarida chakana savdo korxonalarini xududiy joylashtirish, sifatli xizmat ko'rsatish shakllari va usullarini, chakana savdo korxonalarini boshqarishning innovatsion yondashuvlarini ishlab chiqish yo'nalishlari tadqiq qilingan.

Mustaqil davlatlar hamdo'stligi mamlakatlarida chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish bilan bog'liq masalada Niyozov D., Shedrina I.V., Yemelyanenko I.S., Valeeva Yu.S., Shnorrr J.P., Galsova L. A., Komarova A.I.,

¹ Joachim ZentesDirk MorschettHanna Schramm-Klein. Strategic Retail Management. Text and International Cases. pp 6, <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-658-10183-1#about>; Daviyes, Keri (1998), "Applying Evolutionary Models to the Retail Sector," The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 8 (2), 165–181; McNair M.P. Significant trends and developments in the postwar period // Competitive Distribution in a Free High-Level Economy and Its Implications for the University / Ed. A.B. Smith. – University of Pittsburgh Press, Pittsburgh, PA, 1958; Forrest, C. (2010), Australian Retail Trade Margin Index, 25th Voorburg Group meeting, Vienna, Austria available at: <http://www.voorburggroup.org/>; Kaumanns, S. (2010), Problems of measuring retail trade due to the impact of different ways of organising distribution, 25th Voorburg Group meeting, Vienna, Austria available at: <http://www.voorburggroup.org/Documents/2010%20Vienna/Papers/2010%20%2059.pdf> ; Dawson J. Scoping and conceptualizing retailer internationalization // Journal of Economic Geography. – 2007.– 17.– P. 373 – 397.

Cheglov V.P. singari olimlar tadqiqotlar olib borganlar². Ushbu olimlarning ilmiy ishlarida chakana savdo korxonalari boshqarish va raqobatbardoshligini oshirishda marketing jihatlari, savdoda mijozlar bilan munosbatlarning ilmiy-nazariy jihatlari va uslubiy asoslari ishlab chiqilgan.

O‘zbekistonlik iqtisodchi olimlardan A.Sh.Bekmurodov, M.Pardayev, B.Abdukarimov, M.A.Ikramov, A.A.Fattaxov, Sh.J.Ergashxodjayeva, M.S.Qosimova, A.N.Samadov va boshqalar savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish, chakana savdoda marketingning ilmiy asoslarini yaratganlar³. Ushbu mualliflar asosan korxonalar raqobatbardoshligini oshirishning nazariyasini yangi ma’lumotlar bilan boyitib, chakana savdoda sotish tizimini samarali tashkil etish muammolarini ilmiy tahlil etish bilan bog‘liq bo‘lgan bir qator masalalarni hal etishgan.

² Ниёзов Д. Совершенствование системы управления конкурентоспособностью предприятий розничной торговли в условиях рыночной экономики (на примере Согдийской области Республики Таджикистан). Дис. на соиск. уч. ст. К.э.н. Dushanbe – 2018. St 166.; Щэдрина И.В. Организационно-экономический механизм повышения конкурентоспособности предприятия торговли // Экономика, предпринимательство и право. — 2015. — Т. 5. — № 1. — с. 17-22. — doi: 10.18334/ep.5.1.303; Емельяненко И.С. Маркетинговый аспект управления конкурентоспособностью предприятия розничной торговли. Специальность: 08.00.05—экономика и управление народным хозяйством: маркетинг диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук Ростов-на-Дону – 2015; Валеева Ю.С. Эффективность услуг розничных торговых сетей: теория, методология, практика. Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами — сфера услуг). Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Душанбе – 2017.; Шнорр Ж.П. Состояние и развитие торговли территории в условиях глобализации: теория, методология, практика. Специальность – 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг). Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Новосибирск, 2014.; Галсова Л. А. Оценка эффективности управления торгово-технологическими процессами в розничной торговле. 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (менеджмент). Сочи – 2011; Комарова А.И. Организационно-экономические основы обеспечения инновационного развития предприятий розничной торговли (на примере Республики Таджикистан). Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством – экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: (сфера услуг) Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Душанбе 2018. Чеглов В.П. Управление формированием и развитием интегрированных торговых систем в России. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. Специальность 08.00.05. — Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами: сфера услуг). Москва 2017.

³ Bekmurodov A.Sh. va boshqalar. Strategik marketing: -T.: TDIU, 2010; Pardayev M.Q., Ochilov I.S. Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalarida samaradorlikni oshirish yo‘llari. Monografiya. – T.: “Iqtisod-moliya”, 2011. – 172 b.; Pardayev M.K., Abduxalilova L.T. Marketing tadqiqotlarida statistik taxlil. –T.: Sano-standart, 2019; Фаттахов А.А., Акуфриев А.И. Маркетинговые и логистические технологии в коммерческом бизнесе. –Т.: Iqtisodiyot dunyosi, 2019; Ergashxodjayeva Sh.D., Samadov A.N., Sharipov I.B. Marketing. –T.: Iqtisodiyot, 2013; Ergashxodjayeva Sh. Innovatsion marketing. –T.: Chulpon, 2014.; Qosimova M.S., Ergashxodjayeva Sh., Abduhalilova L.T., Muhitdinova V., Yuldashev M. Strategic marketing –T.: O‘qituvchi, 2004; Abdukarimov B.A. Ichki savdo iqtisodiyoti. Darslik. 2-nashr. – T.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2010. – 384 b.

Yuqorida nomlari zikr etilgan iqtisodchi olimlarning tadqiqotlari asosan an'anaviy chakana savdoda raqobatbardoshlikni oshirish va korxonalarda marketingdan foydalanishga qaratilgan. Ammo, raqamli iqtisodiyot sharoitida chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishning o'ziga xos xususiyatlari mualliflarning izlanishlarida to'liq aks ettirilmagan va shu sababli ushbu yo'nalishdagi ishlarni kengaytirish dolzarb ilmiy va amaliy vazifadir, bu dissertatsiya tadqiqotining mavzusi tanlanganligi va ahamiyatini asoslaydi hamda chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish bo'yicha tizimli tadqiqotlar o'tkazishga asos bo'ladi. Mazkur dissertatsiya mavzusi aynan shu jihatlarni e'tiborga olgan holda tanlandi va uning maqsadi hamda vazifalar shakllantirildi.

Disertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq OT-F1-155 "Ishlab chiqarishni modernizatsiyalash jarayonida xarajatlar miqdorini kamaytirish, tarkibini takomillashtirishning fundamental (nazariy) asoslarini ishlab chiqish" mavzusidagi amaliy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy nazariy jihatlari va zamonaviy tizimini ishlab chiqish usullarini o'rganish;

jahon mamlakatlarida chakana savdoni raqobatbardoshligini oshirishda marketing tizimi va o'ziga xosligini o'rganish asosida milliy tizimlarda qo'llash imkoniyatlarini aniqlash;

O'zbekiston chakana savdosi tizimi rivojlanish tendensiyalari va raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalari tasniflash;

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanish holati va muammolari bo'yicha strategik tahlil o'tkazish;

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini ishlab chiqish;

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti sifatida GOODZONE TRADING MCHJ tarkibidagi chakana savdo tarmoqlari tanlangan.

Tadqiqotning predmetini chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish jarayonida yuzaga keluvchi iqtisodiy munosabatlar hisoblanadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot jarayonida statistik tahlil, omilli tahlil, SWOT tahlil, so'rov, tanlanma kuzatuv, grafik talqin, tizimli tahlil usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko'ra "chakana savdo marketingi" tushunchasining iqtisodiy mazmuni savdo shoxobchalari yoki onlayn savdo maydonchalariga mijozlarni jalb qilish, xarid qilish qarorlariga ta'sir etish mahsulot yoki xizmatlarni sotish orqali iste'molchilar ehtiyojlarini maksimal qondirishga qaratilgan inson faoliyatiga moddiy va nomoddiy qiymat yaratish jarayonida foydalaniladigan strategiya va turli tadbirlar majmui sifatida qarash orqali takomillashtirilgan;

chakana savdo korxonalarining bozoridagi faoliyatni kengaytirishda tanlangan hududlar bo'yicha raqobat intensivligini "murakab kirish nuqtasi" ($T_{\min} \leq 0,0051$), "maqsadli kirish nuqtasi" ($T_{\text{mean}} \leq 0,0279$), "erkin kirish nuqtasi" ($T_{\max} \leq 0,0552$) diapazonlari chegarasida baholash orqali chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish asoslangan;

mijozlarga tezkor moslashuvchan merchendayzing tizimi vositasida qo'llaniladigan savdo maydonidan meyoriy foydalanish ($KS \geq 0,41$) darajasida

optimallashtirish orqali chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish taklifi asoslangan;

O'zbekistonda chakana savdo aylanmasining raqobatchilar sonini ortishi hamda iste'molchilar davriy qiymat o'lchovini kiritish asosida xizmatlar va chakana savdo xizmatlari hajmining 2030 yilga qadar prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy tizimini ishlab chiqish modellari taklif etilgan;

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish jarayoni marketing strategiyalaridan foydalanishni nazarda tutgan strategik tahlil o'tkazish usuli taklif etilgan;

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishda 5C modelidan foydalanish bo'yicha tashkiliy tadbirlar rejasi ishlab chiqilgan;

chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning zamonaviy marketing strategiyalaridan foydalanish bo'yicha ko'p variantli yo'nalishlar taklif etilgan.

Tadqiqot natijalari ishonchliligi. Tadqiqot natijalari ishonchliligi ilg'or horij tajribalarini o'rganish va umumlashtirish, chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini oshirish tizimini takomillashtirish borasidagi mavjud ilmiy tadqiqot ishlarini qiyosiy va tanqidiy nuqtayi nazardan tahlil qilish, axborotlar bazasi milliy (davlat statistika qo'mitasi) va xalqaro nufuzli tashkilotlarning rasmiy manbalari asosida shakllanganligi va ularni samarali tahlili, jumladan, SPSS dasturlash tizimidan foydalanish orqali qayta ishlanganligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati marketing strategiyalarini shakllantirish va ulardan kelgusida chakana savdo bilan shug'ullanuvchi korxonalar va tadbirkorlar faoliyatini rivojlantirishga bag'ishlangan maxsus strategik dasturlar ishlab chiqishda hamda korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda foydalanish mumkinligi bilan belgilandi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati esa, ishlab chiqilgan ilmiy takliflar va amaliy tavsiyalarni respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan tadbirkorlar uchun raqobatbardosh bo'lishi uchun o'zining brendini ishlab chiqishga yordam beradi, bozor sharoitida uni baholash imkoniyatini yaratadi. Tadqiqot natijalaridan "Tovarlar va xizmatlar marketingi", "Strategik marketing", "Marketing tadqiqotlari", "Tarmoqlar va sohalar marketingi" fanlaridan darslik va o'quv qo'llanmalar tayyorlashda foydalanish mumkinligi bilan izohlanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. Chakana savdo korxonalari raqobatbardoshligini marketing strategiyalari asosida oshirish bo'yicha ishlab chiqilgan takliflar:

uslubiy yondashuvga ko'ra "chakana savdo marketingi" tushunchasining iqtisodiy mazmunini savdo shoxobchalari yoki onlayn savdo maydonchalariga mijozlarni jalb qilish, xarid qilish qarorlariga ta'sir etish mahsulot yoki xizmatlarni sotish orqali iste'molchilar ehtiyojlarini maksimal qondirishga qaratilgan inson faoliyatiga moddiy va nomoddiy qiymat yaratish jarayonida foydalaniladigan strategiya va turli tadbirlar majmui sifatida qarash orqali takomillashtirishga oid nazariy-uslubiy ma'lumotlardan oliy o'quv yurtlari talabalari uchun tavsiya etilgan "Marketing strategiyasi va innovatsiyalar" nomli o'quv qo'llanmani tayyorlashda foydalanilgan (Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi oliy ta'limni rivojlantirish tadqiqotlar markazining 2024 yil 12 dekabrda 02/01-01-139-son ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida talabalarda iqtisodiy mazmuni savdo shoxobchalari yoki onlayn savdo maydonchalariga mijozlarni jalb qilish, xarid qilish qarorlariga ta'sir etish mahsulot yoki xizmatlarni sotish orqali iste'molchilar ehtiyojlarini maksimal qondirishga qaratilgan inson faoliyati bo'lib, moddiy va nomoddiy qiymat yaratish maqsadida ushbu jarayonda foydalanadigan strategiya va turli tadbirlar majmui nuqtayi nazaridan takomillashtirilgan "chakana savdo marketingi" tushunchasi yuzasidan nazariy bilimlarni chuqurlashtirish imkoni yaratilgan;

chakana savdo korxonalarining bozoridagi faoliyatni kengaytirishda tanlangan hududlar bo'yicha raqobat intensivligini "murakab kirish nuqtasi" ($T_{\min} \leq 0,0051$),