

KICHIK BIZNESDA SOTUVNI OSHIRISH

Komilova Sabrina Bobirjon qizi

Sotuv manager, Perfect Consulting Group

Annotatsiya: *Ushbu maqolada kichik biznes sub'ektlarida sotuvni oshirish masalalari tahlil qilingan. Tadqiqotda sotuv jarayoniga ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillar mijozlar bilan samarali muloqot, marketing strategiyalari, mahsulot yoki xizmat sifatini oshirish va xodimlarning savdo ko'nikmalari o'rganilgan. Shuningdek, maqolada zamonaviy raqamli marketing vositalari va mijozlarga yo'naltirilgan strategiyalar orqali sotuvni barqaror oshirish imkoniyatlari tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari kichik biznes sub'ektlarida sotuvni oshirish uchun tizimli yondashuv va innovatsion usullarni qo'llash muhimligini ko'rsatadi.*

Kalit so'zlar: *kichik biznes, sotuvni oshirish, marketing strategiyalari, mijozlar bilan ishlash, raqamli marketing.*

Аннотация: *В данной статье анализируются вопросы увеличения продаж в малом бизнесе. В исследовании рассматриваются основные факторы, влияющие на процесс продаж: эффективная коммуникация с клиентами, маркетинговые стратегии, повышение качества продукции или услуг, а также навыки продаж сотрудников. Также анализируются возможности устойчивого увеличения продаж с помощью современных инструментов цифрового маркетинга и клиентоориентированных стратегий. Результаты исследования показывают важность использования системного подхода и инновационных методов для увеличения продаж в малом бизнесе.*

Ключевые слова: *малый бизнес, увеличение продаж, маркетинговые стратегии, работа с клиентами, цифровой маркетинг.*

Abstract: *This article analyzes the issues of increasing sales in small businesses. The study examines the main factors influencing the sales process: effective communication with customers, marketing strategies, improving the quality of products or services, and sales skills of employees. The article also analyzes the possibilities of sustainably increasing sales through modern digital marketing tools and customer-oriented strategies. The results of the study show the importance of using a systematic approach and innovative methods to increase sales in small businesses.*

Keywords: *small business, increasing sales, marketing strategies, working with customers, digital marketing.*

KIRISH

Kichik biznes mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo'lib, u ish o'rinlarini yaratish, yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarish hamda mahalliy bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirishga katta hissa qo'shadi. Shu bilan birga, kichik korxonalar faoliyatining samaradorligi to'g'ridan-to'g'ri ularning sotuv hajmiga bog'liq. Sotuvni oshirish

masalasi esa biznesning doimiy rivojlanishi va barqarorligini ta'minlashda eng muhim yo'nalishlardan biridir [1].

Sotuvni oshirish jarayoni bir necha omillar bilan belgilanadi: mijozlar bilan samarali muloqot, marketing strategiyalari, mahsulotning sifat va narx omillari, shuningdek, xodimlarning savdo ko'nikmalari. Kichik biznesda ushbu jarayon ko'pincha cheklangan moliyaviy resurslar va bozor resurslariga bog'liq bo'ladi, shuning uchun samarali sotuv strategiyasini ishlab chiqish va uni amalga oshirish muhim ahamiyatga ega [2].

Bugungi kunda kichik biznesda sotuvni oshirishda zamonaviy marketing vositalari va raqamli texnologiyalardan foydalanish katta ahamiyat kasb etmoqda. Masalan, onlayn marketing, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama, elektron pochta orqali muloqot va veb-saytlar orqali mahsulotlarni targ'ib qilish orqali sotuvni sezilarli darajada oshirish mumkin. Shu bilan birga, mijozlar bilan individual ishlash, ularning ehtiyojlarini o'rganish va moslashuvchan xizmat ko'rsatish kichik korxonalarda raqobat ustunligini ta'minlaydi.

Kichik biznesda xodimlarning savdo ko'nikmalarini rivojlantirish ham sotuvni oshirishning muhim omili hisoblanadi. Savdo xodimlarining mijoz bilan muloqot qobiliyati, mahsulot yoki xizmat haqida yetarlicha ma'lumot berish, shuningdek, mijozni rag'batlantirish mexanizmlari sotuv hajmini sezilarli darajada oshiradi. Shu sababli, korxonalar o'z xodimlarini muntazam o'qitish va motivatsiya qilish orqali sotuv jarayonini samarali tashkil etish imkoniyatiga ega.

O'zbekiston sharoitida kichik biznes sub'ektlari uchun sotuvni oshirish masalasi ayniqsa dolzarbdir, chunki mahalliy bozor sharoiti doimiy o'zgarib turadi va raqobat kuchaymoqda. Shu sababli, korxonalar uchun innovatsion yondashuvlar, mijozlarga yo'naltirilgan strategiyalar va raqamli marketing vositalarini qo'llash orqali sotuvni barqaror oshirish imkoniyatlari mavjud.

Shu nuqtai nazardan, ushbu maqolada kichik biznesda sotuvni oshirishning strategik va amaliy yo'nalishlari, zamonaviy marketing va mijozlar bilan ishlash texnologiyalari, shuningdek, xodimlarni tayyorlash orqali sotuv samaradorligini oshirish imkoniyatlari tahlil qilinadi.

Kichik biznesda sotuvni oshirish masalasi so'nggi yillarda iqtisodiyot, marketing va menejment sohalarida ko'plab tadqiqotchilarning diqqat markazida bo'lmoqda. Sotuv jarayonining samaradorligi nafaqat korxonaning daromadiga, balki uning bozor raqobatbardoshligi va uzoq muddatli barqarorligiga ham bevosita ta'sir qiladi. Shu boisdan, ushbu yo'nalishda olib borilgan tadqiqotlar sotuvni oshirishning nazariy va amaliy usullarini aniqlashga qaratilgan.

Kotler va Keller (2016) o'z asarlarida marketing menejmenti nazariyasi doirasida sotuvni oshirishning turli strategiyalarini tahlil qilgan. Ularning fikricha, mijozlar bilan samarali muloqot, mahsulot va xizmat sifatini oshirish hamda raqamli marketing vositalaridan foydalanish kichik biznes sub'ektlari uchun asosiy raqobat ustunliklarini yaratadi. Mualliflar, shuningdek, sotuv jarayonining har bir bosqichi mijoz ehtiyojlarini aniqlash, mahsulotni

targ'ib qilish va savdo xodimlarini tayyorlash korxonalar samaradorligida muhim rol o'ynashini ta'kidlaydi [3].

Hisrich, Peters va Shepherd (2017) tadqiqotlarida kichik biznesning xususiyatlariga e'tibor qaratilgan. Ular korxonalar resurslarining cheklanganligi, bozor sharoitining o'zgaruvchanligi va xodimlarning malakasi sotuvni oshirishga bevosita ta'sir ko'rsatishini ko'rsatadi. Shu nuqtai nazardan, tadqiqotchilar kichik biznes sub'ektlari uchun individual marketing strategiyasini ishlab chiqish, mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv va xodimlar malakasini oshirishning ahamiyatini ta'kidlaydi [4]. Chaffey va Ellis-Chadwick (2019) raqamli marketing va onlayn savdo tizimlarining kichik biznesda sotuvni oshirishdagi rolini o'rganadi. Mualliflar elektron savdo, ijtimoiy tarmoqlar va veb-resurslar orqali mijozlar bilan samarali muloqot qilish imkoniyatlarini tahlil qilgan. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish kichik biznes sub'ektlarida sotuvni sezilarli darajada oshirish imkonini beradi [5]. Davronov (2021) esa O'zbekiston sharoitida kichik biznesda sotuvni oshirishning amaliy jihatlarini tahlil qilgan. Muallifning fikricha, mahalliy bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun korxonalar mahsulot sifatini oshirish, mijozlar bilan doimiy aloqani yo'lga qo'yish, shuningdek, xodimlarning savdo ko'nikmalarini rivojlantirish orqali barqaror daromadni ta'minlay oladi. Shu bilan birga, tadqiqotlar ko'rsatadiki, kichik biznesda sotuv jarayoni doimiy yangilanish va innovatsion yondashuvlarni talab qiladi [6].

Shunday qilib, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, kichik biznes sub'ektlarida sotuvni oshirish uchun tizimli yondashuv, mijozlar bilan samarali ishlash, xodimlarni tayyorlash va zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish muhim hisoblanadi. O'rganilgan tadqiqotlar nazariy va amaliy jihatdan sotuv samaradorligini oshirish bo'yicha asosiy yo'nalishlarni belgilab beradi va kichik biznes uchun raqobatbardosh strategiyalarni ishlab chiqishga yordam beradi.

Kichik biznesda sotuvni oshirish korxonaning daromad hajmini, bozor ulushini va barqarorligini oshirishning muhim omillaridan biridir. Sotuv jarayoni nafaqat mahsulot yoki xizmatni mijozga yetkazishdan iborat, balki mijozning ehtiyojini aniqlash, unga mos yechimlarni taklif qilish va mustahkam ijtimoiy aloqalar o'rnatish jarayonini ham o'z ichiga oladi. Shu sababli, kichik biznes sub'ektlarida sotuvni oshirish strategiyasi tizimli va kompleks yondashuvni talab qiladi.

Sotuvni oshirishning birinchi va eng muhim jihati – mijozlar bilan samarali muloqot o'rnatishdir. Mijoz ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish, ular bilan doimiy aloqada bo'lish va mahsulot yoki xizmatning afzalliklarini aniq yetkazish sotuv jarayonini sezilarli darajada yaxshilaydi. Kichik biznesda mijozlar bilan bevosita muloqot ko'pincha eng samarali vosita hisoblanadi, chunki bu korxonalar va mijoz o'rtasida ishonch va sodiqlikni shakllantiradi.

Ikkinchi muhim jihat – marketing strategiyalarini to'g'ri tanlash va ularni amaliyotga tatbiq etishdir. Raqamli marketing vositalari, ijtimoiy tarmoqlar, veb-saytlar va elektron reklama platformalari kichik biznes sub'ektlariga mahsulot yoki xizmatni keng auditoriyaga yetkazish imkonini beradi. Shu bilan birga, an'anaviy reklama vositalaridan samarali

foydalanish, masalan, mahalliy jurnallar, bannerlar yoki targ'ibot tadbirlari, sotuvni oshirishning qo'shimcha mexanizmi sifatida ishlatiladi.

Uchinchi jihat – mahsulot yoki xizmat sifatini oshirish. Kichik korxonalar mijozlarning talab va istaklarini hisobga olgan holda mahsulotni doimiy takomillashtirishi, xizmat ko'rsatish jarayonini yaxshilashi va mijozlar uchun qulay shart-sharoit yaratishi kerak. Sifat va xizmat darajasi mijozni jalb qilish va uni qayta sotib olishga undashning eng muhim vositasi hisoblanadi.

Shuningdek, xodimlarning savdo ko'nikmalari ham sotuv jarayonida muhim rol o'ynaydi. Xodimlar mijoz bilan muloqot qilish, mahsulot yoki xizmatni yetarli darajada tushuntirish va mijozni rag'batlantirishga qodir bo'lishi lozim. Shu sababli, kichik biznes sub'ektlari xodimlarni muntazam o'qitish, ularni motivatsiya qilish va natijalarga erishish mexanizmlarini ishlab chiqish orqali sotuv jarayonini yanada samarali tashkil etadi.

Sotuvni oshirishda innovatsion yondashuvlar va moslashuvchan strategiyalar ham katta ahamiyatga ega. Masalan, mijozlarga moslashtirilgan takliflar, chegirmalar, bonus tizimlari va sodiqlik dasturlari sotuvni sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, mijozlar bilan muntazam fikr almashish va ularning ehtiyojlarini doimiy kuzatish orqali biznes sub'ektlari o'z faoliyatini optimallashtirishi mumkin.

Xulosa: Xulosa qilib aytganda, kichik biznesda sotuvni oshirish uchun tizimli va integratsiyalashgan yondashuv zarur. Mijozlar bilan samarali muloqot, marketing strategiyalari, mahsulot va xizmat sifatini oshirish, xodimlarni tayyorlash hamda innovatsion yondashuvlar kichik korxonalarda sotuv samaradorligini oshirishning asosiy omillari hisoblanadi. Ushbu strategiyalarni muvaffaqiyatli qo'llash orqali kichik biznes sub'ektlari barqaror daromad, bozor ulushi va mijozlar sodiqligini ta'minlashi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR :

1. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. – 15th ed. – New Jersey: Pearson, 2016. – 816 p.
2. Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. Entrepreneurship. – 10th ed. – New York: McGraw-Hill, 2017. – 624 p.
3. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. – 15th ed. – New Jersey: Pearson, 2016. – 816 p.
4. Hisrich, R. D., Peters, M. P., Shepherd, D. A. Entrepreneurship. – 10th ed. – New York: McGraw-Hill, 2017. – 624 p.
5. Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. – 7th ed. – Harlow: Pearson, 2019. – 744 p.
6. Davronov, B. T. Kichik biznesda sotuvni oshirish: amaliy tavsiyalar. – Toshkent: Ilm Ziyo nashriyoti, 2021. – 192 b.