Vol. 1, Issue 2

САВДО ХИЗМАТЛАРИ СИФАТИНИ БОШҚАРИШНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ ВА КОМПЛЕКС БАҲОЛАШ УСУЛЛАРИ

Маматқулов Зарифбек Шарифжонович

Фарғона давлат техника университети

Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

Аннотация. Мақолада савдо хизматлари сифатининг иқтисодий моҳияти, уни шакллантирувчи омиллар ва бошқаришнинг методик асослари тадқиқ этилади. Товар сифати, хизмат кўрсатиш жараёни сифати ва харидор қониқиши ўртасидаги фарқлар аниқлаштирилади. SERVQUAL, чакана савдо хизматлари сифатини баҳолаш шкаласи ва Кано ёндашувининг савдо корхоналарига татбиқ этиш имкониятлари кўриб чиқилади. Харидор баҳолари, операцион кўрсаткичлар ва хизмат жараёни аудитини бирлаштирувчи комплекс баҳолаш ёндашуви таклиф этилади. Сифатни бошқаришда нарх ахборотининг ишончлилиги, ходимлар компетентлиги, хизмат тезкорлиги, шикоятларни ҳал қилиш ва савдо каналлари ўртасидаги мувофиқликнинг ўрни очиб берилади. Мақола назарий-методик хусусиятга эга; эмпирик сўров натижалари келтирилмайди.

Калит сўзлар: савдо хизматлари, сифатни бошқариш, чакана савдо, харидор қониқиши, SERVQUAL, RSQS, Кано модели, хизмат стандарти, шикоятларни бошқариш, интеграл баҳолаш.

1. Кириш

Савдо корхонасининг истеъмолчи учун қиймати товарнинг хусусиятлари ва нархи билан бирга харидни амалга ошириш шароитлари орқали шаклланади. Харидорга товарни топиш, унинг хусусиятларини тушуниш, нархини текшириш, тўлов қилиш ва зарур ҳолларда сотувдан кейин мурожаат этиш учун яратилган имкониятлар хизмат сифатига дахлдордир. Маҳсулот яхши бўлса ҳам, нотўғри

нарх ахбороти, узоқ навбат ёки ҳал этилмаган шикоят харид тажрибасини ёмонлаштириши мумкин. Шу сабабли хизмат сифати савдо корхонасининг ассортимент, ходимлар ва операцион жараёнларни бошқариш тизимида мустақил баҳолаш объекти бўлиши лозим.

Савдо хизматларининг ўзига хослиги моддий товар айланиши ва номоддий хизмат жараёнининг биргаликда амалга оширилиши билан белгиланади. Истеъмолчи товарни сотиб олади, бир вақтнинг ўзида маслаҳат, ахборот, тўлов қулайлиги, етказиб бериш ёки қайтариш имкониятидан фойдаланади. Ушбу хизматлар савдо зали, интернет-дўкон ва етказиб бериш каналида турлича ташкил қилиниши мумкин. Каналлар бўйича нарх, мавжудлик ва хизмат шартларининг мувофиқ келмаслиги сифатни бошқаришда алоҳида муаммо ҳисобланади.

Мақоланинг мақсади савдо хизматлари сифатини бошқаришнинг назарий мазмунини аниқлаштириш ва уни баҳолаш учун амалий жиҳатдан қўлланадиган кўрсаткичлар тизимини асослашдан иборат. Тадқиқот чакана савдони асосий объект сифатида қамраб олади; улгуржи савдо шартномалари ва махсус товар гуруҳлари учун мезонлар қўшимча мослаштирилиши керак. Таҳлил хизмат сифати ҳақидаги умумий назарий ёндашувларни савдога татбиқ этишда товар хусусияти, хизмат жараёни ва харидор муносабатини фарқлашга таянади.

2. Адабиётлар таҳлили

А. Парасураман, В. Зейтамл ва Л. Берри хизмат сифатини баҳолаш учун SERVQUAL номли 22 пунктли инструментни ишлаб чиққан [1]. Унда моддий муҳит, ишончлилик, тезкорлик, ишонч уйғотиш ва индивидуал эътибор каби ўлчамлар қамраб олинади. Савдо корхонасида бу йўналишлар жиҳозлар ва хизмат муҳити, ваъдага мувофиқ хизмат, мурожаатга жавоб бериш, ходимнинг билимдонлиги ва харидор эҳтиёжига эътибор орқали ифодаланиши мумкин. Кутилма ва идрок этилган хизмат ўртасидаги фарқни ўлчаш хизмат камчилигини

аниқлаш учун фойдали, лекин савдонинг ўзига хос жараёнларига мос саволлар талаб қилинади.

П. Дабҳолкар, Д. Торп ва Ж. Рентц товар ҳамда хизмат бирга таклиф қилинадиган чакана савдо объектлари учун махсус баҳолаш шкаласини асослаган [2]. Уларнинг ишида чакана савдо контекстига мос иерархик ўлчов тузилмаси ишлаб чиқилган ва мустақил танланма орқали текширилган. Мазкур ёндашув умумий хизмат шкаласини савдо корхонасига тўғридан-тўғри кўчириш етарли бўлмаслигини кўрсатади. Ушбу мақолада чакана савдога мослаштириш ғояси хизмат муҳити, операция ишончлилиги, ходим билан мулоқот, муаммоларни ҳал қилиш ва хизмат шартларини алоҳида диагностика қилиш учун асос сифатида қабул қилинади.

Н. Кано ва ҳаммуаллифлар сифат хусусиятларини мажбурий, бир ўлчамли ва жозибадор хусусиятлар каби гуруҳларга ажратиш ёндашувини таклиф қилган [3]. Савдога татбиқ этилганда тўғри ҳисоб-китоб ва ишончли ахборот базавий талаблар, хизматнинг тезлиги натижа яхшиланган сари қониқишга таъсир қилувчи хусусият, кутилмаган қулай қўшимча ёрдам эса жозибадор хусусият бўлиши мумкин. Бу мисоллар муаллифнинг савдо соҳасига мослаштиришидир; аниқ тасниф харидорларнинг жавоблари орқали текширилади. Базавий камчиликлар сақланганда қўшимча қулайликлар уларни тўлиқ қоплаши мумкин деб қабул қилиш асосли эмас.

Адабиётлар таҳлили хизмат сифатини ягона умумий қониқиш саволи билан чеклашнинг етарли эмаслигини кўрсатади. Харидор қониқиши нарх, ассортимент, олдинги тажриба ва кутилмаларга ҳам боғлиқ; хизмат сифати эса муайян хизмат жараёни ҳақидаги баҳони ифодалайди. Шунинг учун мазкур тадқиқотда сифат ва қониқиш алоҳида ўлчанади. Манба матндаги асл нашри аниқланмаган иқтибослар ва туризмга хос муаллифлик таърифлари савдо ҳақидаги тасдиқланган қараш сифатида келтирилмайди.

3. Тадқиқот методологияси

Тадқиқотда тушунчаларни қиёсий таҳлил қилиш, хизмат жараёнини босқичларга ажратиш ва кўрсаткичларни гуруҳлаш усуллари қўлланилди. Методик натижа сифатида харидор идроки, операцион ҳисоб ва жараён аудитини бир-бирини тўлдирувчи маълумот манбалари сифатида бирлаштириш таклиф этилади. Бу ёндашув ўтказилган эмпирик тажрибанинг натижаси эмас, кейинги амалий тадқиқотда текшириладиган баҳолаш тузилмасидир. Вазнлар, мақсадли меъёрлар ва даража чегаралари савдо форматига мувофиқ асосланиши зарур.

Баҳолаш бирлиги сифатида савдо нуқтаси, муайян канал ёки хизмат жараёни қабул қилинади. Маълумотлар вақт оралиғи, товар гуруҳи ва мурожаат тури бўйича мувофиқлаштирилади. Фақат савдо вақти тинч бўлган пайтда ёки фақат мамнун мижозларни сўровга жалб қилиш танланма оғишини келтириб чиқаради. Шу сабабли иш кунлари, дам олиш кунлари ва харидор оқими юқори даврлар қамраб олинади. Сўровда иштирок этиш ихтиёрий бўлади; муайян каналдан фойдаланмаган харидорнинг жавоби шу канал сифатига сунъий баҳо сифатида киритилмайди.

4. Таҳлил ва муҳокама

Фикримизча, савдо хизматлари сифати — харидорнинг товарни танлаш, харид қилиш ва сотувдан кейинги мурожаатини белгиланган шартларга мувофиқ, ишончли, қулай ва тушунарли тарзда амалга оширишни таъминловчи жараён хусусиятлари мажмуидир. Бу таърифда хизматнинг функционал мазмуни билан бирга натижаси ҳам қамраб олинади: тўловнинг тўғрилиги, буюртманинг тўлиқлиги ёки мурожаатнинг ҳал этилиши текширилади. Товарнинг хавфсизлиги ва истеъмол хусусиятлари эса хизмат сифатидан ажратилган ҳолда товар сифати блокида баҳоланади.

Хизмат кўрсатишда инсон омилининг аҳамияти юқори, аммо ҳар бир камчиликни сотувчининг хатоси билан изоҳлаш тўғри эмас. Омбор

маълумотининг янгиланмаслиги, нархлар базасидаги тафовут, нотўғри смена режаси ёки қайтариш ваколатларининг ноаниқлиги ҳам хизмат натижасига таъсир қилади. Сифатни бошқаришда ходимнинг компетентлиги ва жараённинг ташкилий таъминоти биргаликда текширилиши керак. Ходимга қўйилган талаб бажарилиши учун ахборот, вақт ва қарор ваколати етарли бўлиши лозим.

1-жадвал. Савдо хизматлари сифатининг асосий таркибий йўналишлари

Йўналиш	Савдодаги мазмуни	Текшириладиган далил
Хизмат муҳити	Товарни топиш ва харид қилиш қулайлиги	Йўналтирувчи белгилар, жойлашув, кириш ва ҳаракат қулайлиги
Ишончлилик	Ваъда ва амалдаги хизматнинг мувофиқлиги	Нарх ва чек мослиги, буюртма тўлиқлиги, мавжудлик ахбороти
Тезкорлик	Кутиш ва мурожаатга жавоб вақти	Навбат вақти, жавоб бериш ва етказиш муддати
Ходим компетентлиги	Товар ҳақида аниқ маслаҳат ва ҳурматли мулоқот	Амалий синов, кузатув ва харидор баҳоси
Муаммони ҳал қилиш	Қайтариш, алмаштириш ва шикоятни кўриб чиқиш	Муддат, ечим асоси ва такрорий мурожаат
Каналлар мувофиқлиги	Онлайн ва офлайн шартларнинг бир-бирига мослиги	Нарх, захира, буюртма ҳолати ва хизмат шарти

1-жадвалдаги мезонлар хизматни харидор билан алоқа нуқталари бўйича таҳлил қилиш имконини беради. Масалан, нарх ва чек ўртасидаги тафовут ахборот ишончлилигидаги камчиликни, шикоятнинг такроран очилиши ечимнинг етарли эмаслигини кўрсатиши мумкин. Ҳар бир кўрсаткич учун масъул жараён эгаси белгиланади. Бир хил хатонинг турли кўринишларини бир индексда такроран ҳисоблашдан сақланиш учун мезонлар мазмуни ва маълумот манбалари олдиндан ажратилади.

Харидор идрокини баҳолашда ҳар бир мезон 1–5 балл шкаласида ўлчаниши мумкин. Саволлар аниқ тажрибага тегишли бўлиши керак: “Хизмат яхши бўлдими?” ўрнига нарх ахбороти тушунарлилиги, ёрдам олиш қулайлиги ёки тўлов вақтидаги тажриба сўралади. Жавоб берувчи хизматдан фойдаланмаган

бўлса, “қўлланилмайди” варианти танланади. Бундай жавоб ноль балл билан алмаштирилмайди. Мезонлар бўйича жавоблар сони ва жавоб бермаганлар улуши натижа билан бирга кўрсатилади.

$$G_j = P_j - E_j. \quad (1)$$

Бу ерда G_j — j-мезон бўйича хизмат тафовути; P_j — идрок этилган хизмат; E_j — харидор кутилмаси. Бир хил 1–5 шкалада G_j −4 дан +4 гача қиймат олиши мумкин. Манфий қиймат хизмат кутилмадан паст баҳоланганини англатади, лекин корхонанинг мутлақ сифати пастлигини якка ўзи исботламайди. Кутилма саволида қандай хизмат даражаси назарда тутилаётгани бир хил тушунтирилади. Фарқ баллининг ишончлилиги ва мазмуни пилот сўровда текширилади; зарур ҳолда идрок этилган сифатнинг ўзи асосий диагностика сифатида ишлатилади.

$$S = \Sigma_j w_j \times (\bar{P}_j - 1) / 4; \Sigma_j w_j = 1; w_j \geq 0. \quad (2)$$

S — харидор идроки бўйича 0–1 оралиғидаги интеграл сифат индекси; $\bar{P}_j$ — мезоннинг ўртача баҳоси; w_j — унинг вазни. Вазнлар хизмат формати ва харидор учун аҳамиятга мувофиқ белгиланади. Тенг вазнлар ишлатилганда ҳам бу қарор очиқ кўрсатилади. Корхоналар ёки даврларни қиёслашда саволлар, танланма таркиби ва вазнлар мувофиқ бўлиши шарт. Индексни ҳисоблаш тартиби ўзгарса, аввалги натижалар қайта ҳисобланмасдан динамик хулоса чиқарилмайди.

2-жадвал. Савдо хизматларининг операцион сифат кўрсаткичлари

Кўрсаткич	Ҳисоблаш тартиби	Талқин
Нарх аниқлиги	Мос нархли текширувлар / жами нарх текширувлари × 100	Юқори қиймат ижобий
Буюртма тўлиқлиги	Тўлиқ бажарилган буюртмалар / жами буюртмалар × 100	Бир хил товар ва канал қамрови
Муддатга риоя	Белгиланган муддатда бажарилган / муддати келган буюртмалар × 100	Муддат олдиндан қайд этилади
Навбат вақти	Медиана ва 90-процентиль; дақиқа	Ўртача билан чекланмаслик
Шикоятни ҳал қилиш	Муддати келган шикоятлардан муддатда ҳал этилганлар улуши	Ёпилган қайднинг ўзи ечим эмас
Такрорий мурожаат	Бир муаммо юзасидан қайта мурожаатлар / тегишли мурожаатлар	Сабаб ва ечим сифати таҳлили

Шикоятлар сонининг камлиги ҳар доим юқори сифатни англатмайди: мурожаат қилиш канали ноқулай бўлса, норози мижоз шикоятни расмийлаштирмаслиги мумкин. Шунинг учун шикоят частотаси мурожаат қилиш қулайлиги ва қониқиш сўрови билан биргаликда талқин қилинади. Қайтаришлар улуши ҳам товар нуқсони, нотўғри танлов, етказиш хатоси ва харидор қарори каби сабабларга ажратилади. Сабабларни фарқламасдан ҳар бир қайтаришни хизмат сифатининг пасайиши деб баҳолаш бошқарув қарорини нотўғри йўналтириши мумкин.

Операцион индикаторлар харидор баҳосини текширувчи мустақил далил вазифасини бажаради. Харидор навбатни узоқ деб баҳоласа, вақт қайдлари орқали қайси смена ёки кассада кечикиш кузатилгани аниқланади. Идрок ва ҳисоб ўртасидаги фарқ ҳам ахборот беради: қисқа кутиш вақтида норозилик юқори бўлса, навбатнинг ноаниқлиги, ходим муносабати ёки хизмат ҳақидаги кутилма текширилади. Шундай қилиб, субъектив баҳо рад этилмайди, унинг пайдо бўлиш шароити ўрганилади.

Сифатни яхшилашнинг устувор йўналиши хизмат камчилигининг ҳажми ва харидор учун аҳамиятини бирлаштириш орқали белгиланиши мумкин. Қуйидаги кўрсаткичда аҳамият вазни ва идрок этилган сифатнинг пастлиги ҳисобга олинади. Бу бошқарув учун тавсия этиладиган рейтинг бўлиб, харажат ва амалга ошириш имконияти кейинги босқичда алоҳида баҳоланади.

$$U_j = a_j \times [1 - (\bar{P}_j - 1) / 4]. \quad (3)$$

Бунда a_j — мезон аҳамиятининг нормаллаштирилган вазни; U_j — яхшилаш устуворлиги. U_j юқори бўлган йўналишлар диагностикада биринчи кўриб чиқилади. Бироқ хавфсизлик ёки мажбурий талаб бузилган ҳолатни фақат ўртача баллга қараб орқа ўринга суриш мумкин эмас. Бундай камчиликлар алоҳида мезон сифатида қайд этилиб, бартараф этиш чораси белгиланади. Хизмат сифатининг юқори умумий индекси критик хато мавжудлигини яширмаслиги керак.

3-жадвал. Савдо хизматлари сифатини бошқариш босқичлари

Босқич	Амалий ҳаракат	Назорат натижаси
Талабни аниқлаш	Харидор тажрибаси ва хизмат камчилигини ўрганиш	Мезонлар ва муаммолар рўйхати
Стандартлаштириш	Нарх ахбороти, хизмат ва мурожаат қоидаларини белгилаш	Жараён стандарти ва масъуллар
Амалга ошириш	Ходимларни ўқитиш, ахборот ва ваколат билан таъминлаш	Стандартнинг амалда бажарилиши
Мониторинг	Сўров, операцион ҳисоб ва жараён аудити	Мезонлар бўйича тафовутлар
Сабаб таҳлили	Муаммони смена, товар ва канал бўйича ажратиш	Бартараф этиш чораси
Қайта баҳолаш	Ўзгаришдан кейин бир хил мезонларда текшириш	Натижа ва кейинги тузатиш

3-жадвалдаги бошқарув кетма-кетлиги хизмат камчилигини қайд этишдан унинг сабабини бартараф этишга ўтишни таъминлайди. Масалан, чек ва пештахта нархи ўртасида тафовут бўлса, фақат ходимга огоҳлантириш бериш ўрнига нарх янгиланиши, маълумот алмашинуви ва текширув масъулияти кўриб чиқилади.

Етказиб бериш муддати бузилса, қабул қилиш вақти, захира ҳолати ва логистика босқичлари ажратилади. Чоранинг натижаси ўша кўрсаткич ва қиёсланадиган даврда қайта ўлчанади.

Ходимлар компетентлигини ривожлантириш хизмат стандартларини бажариш билан боғланиши лозим. Ўқитишда товарни тушунтириш, эҳтиёжни аниқлаш, баҳсли вазиятда мулоқот ва ахборот тизимидан фойдаланиш топшириқлари қўлланади. Ходимни фақат сотув ҳажмига қараб рағбатлантириш ортиқча ваъдалар ёки харидорга босим ўтказишни кучайтириши мумкин. Шунинг учун рағбатлантиришда операциянинг тўғрилиги, асосланган шикоятлар ва хизмат стандартига риоя қилиш далиллари ҳам кўриб чиқилади.

Рақамли бошқарувда мурожаатларни ягона ҳисобга олиш, товар мавжудлиги ва буюртма ҳолатини янгилаш муҳим ўрин тутади. Бироқ рақамлаштиришнинг ўзи сифат натижаси эмас: харидор электрон каналдан фойдалана олмаса, муқобил ёрдам канали сақланиши керак. Натижа тизимдаги операциялар сони билан эмас, ахборот хатоларининг камайиши, мурожаатнинг ечилиши ва хизмат қулайлиги билан баҳоланади. Кўп каналли савдода бир муаммо ҳар бир каналда алоҳида янги мурожаат сифатида саналиб кетмаслиги учун ҳисоб идентификаторлари мувофиқлаштирилади.

Хизмат сифати ва иқтисодий натижа муносабатини баҳолашда такрорий харид, мижозни сақлаш ва қўшимча хизмат харажатлари кузатилади. Сотув ўсишига акция, нарх, жойлашув ва ассортимент ҳам таъсир қилади. Шу боис сифат чораси амалга оширилганидан кейин сотув ошганини кўриш унинг сабабий таъсирини исботламайди. Қиёсланадиган савдо нуқталари, бошланғич ҳолат ва мавсумийлик ҳисобга олинган таҳлил талаб қилинади. Мазкур мақолада бундай эмпирик маълумотлар мавжуд эмаслиги сабабли самарадорликнинг аниқ ўсиш фоизи келтирилмайди.

5. Хулоса ва таклифлар

Савдо хизматлари сифатини бошқаришда товар сифати, хизмат жараёни ва харидор қониқишини фарқлаш зарур. Хизмат сифати харидни амалга ошириш ва сотувдан кейинги мурожаатни ҳал қилиш шароитлари орқали намоён бўлади. Қониқиш эса хизмат билан бирга нарх, ассортимент ва кутилмаларга ҳам боғлиқ. Шу фарқни сақлаш баҳолаш мезонларини аниқ танлашга ёрдам беради.

Баҳолаш тизими харидор сўрови, операцион қайдлар ва жараён аудитини бирлаштириши лозим. Интеграл индекс умумий ҳолатни кўрсатади, хусусий мезонлар эса қайси хизмат босқичини яхшилаш кераклигини аниқлайди. Навбат, нарх аниқлиги, буюртма тўлиқлиги ва шикоят ечими бўйича ҳисоб бирлиги ҳамда маълумот қамровини олдиндан белгилаш қиёслашнинг асосланганлигини оширади.

Сифатни яхшилашда аввал мажбурий талаблар ва критик хатоларга эътибор қаратиш, кейин харидор учун муҳим бўлган хизмат тафовутларини камайтириш мақсадга мувофиқ. Ходимларни ўқитиш ахборот тизими, ваколат ва смена режаси билан бирга такомиллаштирилганда амалий натижа бериши мумкин. Таклиф этилган кўрсаткичлар ва бошқарув кетма-кетлиги савдо форматига мос пилот баҳолашдан ўтказилиши, сўров ишончлилиги ва иқтисодий натижа билан боғлиқлиги ҳақиқий маълумотларда текширилиши керак.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Parasuraman A., Zeithaml V. A., Berry L. L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing. 1988. Vol. 64, No. 1. P. 12–40. https://www.researchgate.net/publication/225083802

2. Dabholkar P. A., Thorpe D. I., Rentz J. O. A Measure of Service Quality for Retail Stores: Scale Development and Validation. Journal of the Academy of Marketing Science. 1996. Vol. 24, No. 1. P. 3–16. https://doi.org/10.1177/0092070396024001O1

3. Kano N., Seraku N., Takahashi F., Tsuji S. Attractive Quality and Must-Be Quality. Journal of the Japanese Society for Quality Control. 1984. Vol. 14, No. 2. P. 147–156. https://doi.org/10.20684/quality.14.2_147