

KORXONALARDA TOVARLAR QAYTISHINI DAROMADGA TA'SIRI

Urazov K.B. SamISI Professor
Po'latov X.U. SamISI katta o'qituvchi

Annotatsiya. Ushbu maqola o'sib borayotgan elektron tijorat tufayli kuchayib borayotgan mahsulot daromadlari muammosiga oydinlik kiritadi. Ko'pgina chakana sotuvchilar ushbu muammoning tabiati va ko'lamini bilishmaydi. Qo'llab-quvvatlovchi nazariyani ishlab chiqish uchun fanlararo tadqiqotlar zarur va iqtisodiy va ijtimoiy barqarorlik muammolarini hal qiluvchi chora-tadbirlarni amalga oshirish uchun o'zaro faoliyat guruhlari talab qilinadi.

Kalit so'zlar: barqarorlik, biznes strategiyasi, operatsion strategiyasi, chakana savdo sektori, yetkazib berish tizimining boshqaruvi.

Абстрактный. Эта статья проливает свет на проблему возврата товаров, которая усугубляется ростом электронной коммерции. Многие ритейлеры не осознают природу и масштабы этой проблемы. Междисциплинарные исследования необходимы для разработки поддерживающей теории, а межфункциональные группы необходимы для реализации мер, направленных на решение проблем экономической и социальной устойчивости.

Ключевые слова: устойчивость, бизнес-стратегия, операционная стратегия, розничный сектор, управление цепочками поставок.

Abstract. This article sheds light on the problem of product returns, which is being exacerbated by growing e-commerce. Many retailers are unaware of the nature and extent of this problem. Interdisciplinary research is needed to develop supporting theory, and cross-functional teams are required to implement interventions that address economic and social sustainability challenges.

Key words: sustainability, business strategy, operational strategy, retail sector, supply chain management.

Kirish. Hozirgi iqtisodiy sharoitda ko'plab korxonalar omon qolish uchun kurashmoqda. Mahsulot qaytarilishi bu kurashga hissa qo'shadigan asosiy omillardan biri bo'lib, qisman ramkalar va yo'riqnomalar bo'yicha yetarli yordam yo'qligi sababli ko'plab korxonalar muammo ko'lamini yetarlicha baholamaydilar. Muhimi, mahsulot daromadlarida tejamkor tizimlar tushunchasi hali mavjud emas.

Mahsulotni qaytarish muammosining murakkabligi sabablaridan biri uning fanlararo tabiatidir; u mijozlarning xatti-harakatlarini nazorat qilish, marketing va reklama, sotib olish, ta'minot zanjiri va logistika, mijozlarga xizmat ko'rsatish, buxgalteriya hisobi, tahlil, strategik operatsiyalarni boshqarish, aylanma iqtisodiyot, mahsulot dizayni, materialshunoslik, va qayta ishlashni qamrab oladi.

Iste'mol eng yuqori darajada, shu bilan birga, katta ko'chalar qiynalmoqda: ko'plab do'konlar yopiladi va hatto yirik zanjirlar ma'muriyatga o'tadi. Jamoalar o'zlarining jonli shahar markazlarini yo'qotmoqdalar va ko'plab korxonalar ish joylari

yo'qolmoqda. Internetda sotuvlar keskin o'sib borayotgani sababli, ko'plab korxonalar o'zlarining onlayn va jismoniy xarid qilish nuqtalarini birlashtirishga intilishadi. Bu usul ajoyib mijozlarga xizmat ko'rsatish tajribasining asosi va savdoni rag'batlantirish sifatida ko'riladi. Shu sababli, chakana savdo korxonalarining aksariyati bepul yetkazib berish va tovarlarni qaytarishning ko'p usullarini taklif qiladi, ko'pincha bepul, shu jumladan onlayn sotilgan mahsulotlarni do'konga qaytarish shartlarini ham taklif qilishadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Frei R., Jek L. va Braun S. (2020), "Mahsulotning qaytarilishi: biznes, jamiyat va atrof-muhit uchun ortib borayotgan muammo" maqolasi topilmalariga asosan mahsulotni qaytarish jarayonlari odatda murakkab, ichki va tashqi firibgarlikka moyil, samarasiz va barqaror emas. Ular biznesga katta yo'qotishlarni keltirib chiqarishi mumkin, ayniqsa daromadlar to'g'risidagi ma'lumotlar ko'pincha tizimli ravishda yig'ilmaydi, kuzatilmaydi yoki yuqori boshqaruvga xabar berilmaydi. Strategik va operatsion boshqaruv uchun muhim oqibatlar mavjud, ya'ni Lean daromad tizimlari uchun kontseptsiyani ishlab chiqish zarurati borligi haqida aytib o'tishadi. Ularning fikrlariga ko'ra mahsulot daromadlari o'ziga xos va to'liq o'rganilmagan, ammo so'nggi yigirma yil ichida bir nechta nashrlarga ega bo'lgan akademik tadqiqotlarda o'sib borayotgan sohadir. Shunga qaramay, bu hodisa biznes va jamiyatda tobora ortib borayotgan muammolarni keltirib chiqarmoqda. Kuchli yechimlar katta moliyaviy va moliyaviy bo'lmagan ta'sirlarga erishishi mumkin.

Darhaqiqat, odatda Lean daromadlilik jarayonlari bo'yicha kam tadqiqot borligiga asosan va bu ajablanarli emas. Agar oldinga Lean fikrlash tizimi ishlayotgan bo'lsa, unda nol nuqsonlar bo'lishi kerak va uni birinchi marta to'g'ri yo'lga qo'yish madaniyati - boshqacha qilib aytganda, hech qanday daromad keltirmaydi! Ammo daromadlar korxonada hayot haqiqati va biznes yuritishning bir qismidir. O'rnatilgan tejamkor fikrlash savdo tizimlari bilan birlashtirilishi mumkin bo'lgan tejamkor daromad jarayonlari kerak. Biz buni "Teskari fikrlash logistikasi" deb ham atashimiz mumkin va bu foydali, chunki bu masala uchun teskari fikrlash kerak.

Tahlil va natijalar. Izlanishlar shuni ko'rsatadiki, xaridlarning qaytarilishi korxonalar uchun moliyaviy jihatdan muhim muammolarni keltirib chiqaradi. Keyinchalik ular mahsulot narxini oshirish orqali mijozlardan ortib borayotgan xarajatlarni qoplashlari kerak bo'ladi, shuning uchun mijozlarni ham yo'qotadilar. Bepul qaytarishlar mijozlarni ko'proq buyurtma berishga va ko'proq qaytarishga undaydi, korxonalar turli joylarda qaytarilgan barcha mahsulotlarni qayta ishlashga harakat qilishadi.

Shu bilan birga, mahsulot daromadini kamaytirish, iste'molchilarning xatti-harakatlariga ta'sir qilish, daromad olish tizimini takomillashtirish va aylanma iqtisodiyotga intilish uchun innovatsiyalar va yangi yechimlarni topish imkoniyati ham mavjud. Ta'sir ko'rsatish uchun fanlararo tadqiqotlarning bir nechta oqimlari uchun imkoniyatlar mavjud. Amaliy tadqiqotlar, intervyular va sotuvchilar forumidagi o'zaro munosabatlar orqali mahsulotni qaytarish tizimini soddalashtirish

uchun hal qilinishi kerak bo'lgan bir qator muammolar mavjud.

Amaliy tadqiqotlarda barcha mahsulotlarni qaytarish bo'yicha menejerlar tomonidan ta'kidlangan yana bir muammo - bu daromadlar to'g'risida izchil ma'lumotlarning yo'qligi. Kompaniyalar do'konda yoki onlaynda sotilgan mahsulotlarni turli xil qaytish yo'llari orqali kuzatib bora olmaydi. Ularda bo'lishi mumkin bo'lgan har qanday statistik ma'lumotlar odatda to'liq emas, bo'laklarga bo'linadi, turli bo'limlar tomonidan saqlanadi, doimiy ravishda kuzatilmaydi va yuqori boshqaruv darajasiga xabar qilinmaydi.

Nihoyat, iste'molchi tomonida ham muammolar mavjud. Elektron tijoratning o'sishi impulsiv va majburiy xaridlarga berilishni osonlashtirdi, chunki mahsulotlarni qaytarish orqali uni qaytarish oson. So'nggi paytlarda noqonuniy "qarz olish" ham ijtimoiy jihatdan maqbul bo'lib qoldi, xoh u "garderob" (ijtimoiy tarmoqlar uchun tasvirlar yaratish yoki tadbirda ishtirok etish maqsadida kiyim va aksessuarlarga buyurtma berish) yoki yozgi ta'til uchun bolalar velosipedlari, keyin esa mahsulotlarni qaytarish. Ajoyib mijozlarga xizmat ko'rsatishga e'tibor qaratgan holda, ko'plab kompaniyalar ushbu tendentsiyalarni to'xtatish uchun kurashmoqda.

Aniqlangan muammolar haqida korxonalar bilan aloqa o'rnatilgandan so'ng, ba'zi o'zgarishlar yuz berdi: korxonalar muammolarni hal qilishga harakat qilmoqdalar, ammo buni butun tizim harakatda bo'lganda qilish kerak. Ba'zilar mijozlarga nisbatan yumshoqroq munosabatda bo'lib, o'zlarining mavjud siyosatlarini amalga oshirishni boshladilar. Ya'ni, kvitansiyasiz qaytarib bermaslik. Boshqalar esa keskinroq qadamlar qo'yishdi va buning uchun yomon e'lon qilishdi. Misol uchun, ASOS va Amazon buyurtma qilingan mahsulotlarni yetarli darajada saqlamaydigan ketma-ket qaytaruvchilarni qora ro'yxatga olishni boshladilar. Bu mijozlar mas'uliyatining muhimligini bildiradi.

1-jadval.

Korxonalarda qaytgan tovarlar uchun qo'llashi mumkin bo'lgan amallar tahlili.

Amalga oshirish uchun o'zgartirish	Amalga oshirish qulayligi	Kutilgan ta'sir
Mavjud qaytarish siyosatini qo'llash (masalan, kvitansiyasiz qaytarib berilmaydi)	Tezkor, garchi xafa qiluvchi mijozlar buni yoqtirmasligi mumkin	Qabul qilinmasligi kerak bo'lgan qaytarmalar sonini kamaytiradi
Har bir mahsulotga RFID teglarini qo'shing	Texnologiyaga biroz investitsiya talab qiladi	Elementlar kuzatilishi mumkin bo'ladi; firibgarlikni kamaytiradi
Qaytaruvchilarning qora ro'yxati; mehmon hisobini o'chirib qo'yish	Juda oson	Firibgarlikni kamaytirish; iste'molchilarni o'zlarining daromadlari haqida o'ylashga majbur qilish
Yuqori boshqaruv darajasida nazorat va takomillashtirish bo'yicha majburiyat	Ba'zi strategik qayta qurishni talab qilishi mumkin	Asosiy - qo'shimcha sotishni talab qilmasdan kompaniyaning daromadiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi

Qaytish jarayonlarini boshqarish uchun o'zaro faoliyat guruhlaridan foydalanish	Turli bo'limlardagi hamkasblarni jalb qilishni talab qiladi	Asosiy - qaytarish jarayonlari yanada samarali bo'ladi
Qaytish kodlaridan tizimli foydalanish va tahlil qilish	Juda oson, ma'lumotlarni tahlil qilish uchun biroz majburiyat	Mahsulotni noto'g'ri taqdim etish yoki noto'g'ri o'rnatish kabi mahsulot qaytarilishining sabablarini hal qilish mumkin, bu esa qaytarilish darajasini pasaytiradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mahsulotni qaytarish bo'yicha tadqiqotlar odatda aralash usullardan foydalanildi, shu jumladan bir nechta amaliy tadqiqotlar. Kelajakda ko'proq umumlashtirilishi mumkin bo'lgan ma'lumotlarni olish uchun katta ma'lumotlar tahlili bilan bir qatorda so'rovnomalardan foydalaniladi. Tashkilotlarda aylanma iqtisod tashabbuslari imkoniyatlarini yaxshiroq tushunishga rahbarlarni rag'batlantiradigan benchmarkingdan foydalanishga usulini ishlab chiqish imkoniyati mavjud. Bundan tashqari, mahsulot daromadini kamaytirish, tranzaksiyalarni soddalashtirish, transport, umuman ijtimoiy va iqtisodiy jihatdan barqarorroq bo'lgan strategik biznes modellarini ishlab chiqish kerak. Yechimlar strategik operatsiyalar, strategik rejalashtirish, monitoring va baholashni o'z ichiga oladi.

Bundan tashqari, tranzaksiya nazariyalari korxonalar va ishlab chiqaruvchilar nuqtai nazaridan mahsulot daromadlarining o'sishi fenomenini va iste'molchilar nuqtai nazaridan xulq-atvor nazariyalarini tushuntirishga yordam berishi mumkin.

Xulosa va takliflar. Ko'rinishidan oddiy va ko'pincha biznes yuritishning beparvo xarajatlari deb hisoblangan chakana daromad maqol "qurt qutisi" bo'lib chiqdi. Ko'plab asosiy, ko'p qatlamli muammolar mavjud bo'lib, ularni hal qilish uchun fanlararo, o'zaro faoliyat guruhlarini talab qiladi. Mahsulot rentabelligi bo'yicha tadqiqotlar ilmiy bilimlar to'plamiga hissa qo'shish bilan birga, amaliy tadqiqotlar o'tkazish va jamiyat, atrof-muhit va iqtisodiyotga sezilarli ta'sir ko'rsatish uchun ko'plab imkoniyatlarga ega bo'lgan tadqiqotning yangi sohasidir. Ishlab chiqaruvchilar, logistika provayderlari va chakana sotuvchilar mahsulotni qaytarish tizimlarida Lean kontseptsiyalarini qo'llash bo'yicha ko'rsatmalar olishdan foyda olishlari mumkin. Qaytarilish jarayonlarini soddalashtirish mahsulotlarni qaytarish bilan shug'ullanadigan xodimlarning hozirgi umidsizliklarini yumshatadi va kompaniyalarning yana daromadli bo'lishiga yordam beradi.

Umuman olganda, tadqiqot mavzusi tizimlardagi inson xatti-harakatlarini o'rganadigan va amaliyotlar o'rnatilgan me'yorlar bilan cheklanadigan sifatli ma'lumotlarni to'plash va tahlil qilishga yordam beradi. Korxonada amaliyotni o'zgartirishning kutilmagan oqibatlari va ularning tashkilot xatti-harakatlariga ta'siri psixologik tahlil va ijtimoiy nazariyani tahlil qilishga yordam beradi. Agar mavjud bo'lsa, xarajat ma'lumotlarini baholash shuningdek, tashkilotlarda yanada samarali teskari logistika uchun operatsion tadqiqot modellarini yaratishda miqdoriy ishlar

uchun imkoniyatlar mavjud.

Tashkilotlarning barchasi ta'minot zanjiri boshqaruvi va korxonalar operatsiyalari uchun o'z vaqtida, birinchi navbatda mijoz kamaytirish kabi tejamkor boshqaruv tamoyillarini qo'llaydi.

Mahsulot daromadlari yuqori boshqaruv tomonidan qo'llab-quvvatlanishi va yaxshilashga intilishi kerak. Bu ularning vaqtiga arziydi, chunki mahsulot daromadlarining yaxshilanishi to'g'ridan-to'g'ri natijaga ta'sir qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar va manbalar:

1. Frei R., Jek L. va Braun S. (2020), "Mahsulotning qaytarilishi: biznes, jamiyat va atrof-muhit uchun ortib borayotgan muammo" maqolasi
2. <https://texnomart.uz/uz/page/vozvrat-tovara/>
3. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOPM-02-2020-0083/full/html>
4. <https://elmakon.uz/uz/vozvrat/>