

## GIPERMARKETLARNING O‘ZIGA XOSLIGI

*Abdinazarov Kozim Zaripovich*

*Samarqand Davlat Arxitektura Qurilish Universiteti*

*Bino va inshootlar arxitekturasi yo‘nalishining*

*2-kurs magistranti*

**Abstract:** during the construction and arrangement of the territory around hypermarkets, convenient access roads and the possibility of unhindered loading and unloading of a large number of goods in container packaging are provided.

**Keywords:** hypermarket area, comfort, delicacies, alcohol, self-service.

Gipermarket - bu o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish do‘koni va savdo bo‘limlariga bo‘lingan do‘kon tamoyillarini birlashtirgan chakana savdo do‘koni formati. Gipermarket supermarketdan o‘zining katta o‘lchamlari (10 ming kvadrat metr dan) va tovarlar assortimentining ko‘payishi bilan ajralib turadi, ularning soni 40 dan 150 minggacha.

Gipermarket maydonlari 10 ming kvadrat metr dan boshlanadi. Gipermarketni joylashtirish uchun tayyor binolar kamdan-kam hollarda taklif etiladi, qoida tariqasida, qurilish ma'lum bir mijoz, gipermarket brendining egasi uchun amalga oshiriladi. Gipermarketlar atrofidagi hududni qurish va tartibga solishda, qulay kirish yo‘llari va konteyner o‘ramlarida katta miqdordagi tovarlarni to‘siqsiz yuklash va tushirish operatsiyalarini amalga oshirish imkoniyati ta'minlanadi.

Mijozlar uchun bir yoki bir nechta yirik avtoturargohlar yaratilgan, chunki do‘kon formati xaridorlar o‘z mashinalarida kelib xarid qilishlarini nazarda tutadi. Gipermarketlardagi boshqa formatlardan farqli o‘laroq, to‘lash kerak Maxsus e‘tibor xaridorlarning uzoq vaqt turishi uchun qulaylik yaratish, buning uchun umumiy ovqatlanish shoxobchalari, hojatxonalar, xaridlarni qadoqlash joylari, bolalar maydonchalari, dam olish maskanlari va hokazolar yaratilishi kerak. Savdo maydoni do‘konning umumiy maydonining qariyb 80% ni egallaydi, uning ichida mahsulot toifalariga qarab zonalarga bo‘linadi.

Gipermarketlarning o‘ziga xosligi barcha turdagi oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlarini sotishni ta'minlaydi va barcha mahsulotlar uchun saqlash shartlariga rioya qilish kerak, bu binolarni ishlatish jarayonini murakkablashtiradi. Barcha zallarning jihozlari do‘kondagi ishlarni yuqori darajada mexanizatsiyalash va avtomatlashtirishni ta'minlashi kerak.

Gipermarket formati logistika bilan bog‘liq barcha ishlarni maksimal mexanizatsiyalash va avtomatlashtirish bilan ajralib turadi. Taxminlarga ko‘ra, tovarlar katta miqdorda etkazib beriladi va har kuni qabul qilinadigan tovarlar miqdori kuchli texnologik uskunalari va barcha logistika jarayonlarining aniq tuzilishini talab qiladi.

Qoidaga ko‘ra, barcha gipermarket zanjirlari ikkita ombor logistika sxemasidan biriga muvofiq ishlaydi: gipermarket o‘zining katta hajmi tufayli o‘zi ombor hisoblanadi va gipermarket tarmog‘i o‘zining tarqatish markaziga ega. Ikkala holatda ham tovarlarni etkazib berishda qat‘iy qoidalar mavjud. Har qanday logistika operatsiyalari belgilangan sanada aniq kelishilgan vaqtda amalga oshirilishi kerak. Barcha mahsulotlar palletli shaklda har bir taglikning kerakli belgisi bilan yetkazib beriladi, bu belgi talablarga javob berishi, o‘qish oson bo‘lishi va mahsulot haqidagi barcha kerakli ma'lumotlarni aks ettirishi kerak.

Gipermarketlar assortimenti iste'mol tovarlarining barcha toifalarini o‘z ichiga oladi. Oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlarining aralashmasi odatda o‘zgarib turadi, lekin mos ravishda 60 va 40 foizga yetishi mumkin. O‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish do‘konlari uchun an'anaviy mahsulotlar: go‘sht mahsulotlari, tuxum, sut mahsulotlari, baliq, oziq-ovqat mahsulotlari, konservalar, muzlatilgan va yarim tayyor mahsulotlar, alkogolsiz ichimliklar, alkogolli ichimliklar, tamaki mahsulotlari, gigiena vositalari kengroq assortimentda va gipermarketlarda taqdim etiladi. turli xil qadoqlash imkoniyatlari.

Bundan tashqari, mahsulot qatoriga uy-ro‘zg‘or buyumlari, maishiy texnika, bolalar uchun tovarlar, tegishli tovarlar va boshqalar kiradi. Nooziq-ovqat mahsulotlarining assortimenti xilma-xil, ammo har bir alohida toifa uchun ixtisoslashgan do‘konlarga qaraganda imkon qadar tor.

Shuningdek, yuqori toifadagi delikateslar, alkogolli va tamaki mahsulotlarining kichik foizini tashkil etuvchi va ommaviy talabga yo‘naltirilgan yuqori tirbandlikka ega do‘kon sifatida yaratilgan gipermarketning o‘ziga xos xususiyati. Biroq, barcha mashhur mahsulotlar taqdim etilgan katta raqam, bu gipermarket formatini xaridorlar uchun jozibador qiladi.

Gipermarketning barcha xodimlarini dastlabki (kassir, sotuvchi, operator) bo‘lish mumkin savdo maydonchasi, yuklovchi), ishlab chiqarish (qandolat yoki salat ishlab chiqarish texnologiyasi), o‘rta (bo‘lim boshlig‘i, bo‘lim boshlig‘i) va yuqori boshqaruv (supermarket direktori). Qoidaga ko‘ra, menejment odatda shu kabi sohalarda tajribaga ega bo‘lgan holda tanlanadi. Ochilish bosqichida gipermarketlarga deyarli barcha sohalarda menejerlar kerak: kadrlar, marketing, operatsiyalar, logistika va boshqaruv menejerlari tovarlar zaxiralari. Har bir bo‘lim boshlig‘i o‘zi uchun quyi darajadagi mutaxassislardan iborat jamoa tuzadi.

Odatda sotuvchilar va kassirlar orasida xodimlarning keskin tanqisligi kuzatiladi.

Odatda, boshlang‘ich darajadagi xodimlar o‘qitiladi o‘quv markazlari gipermarketning o‘zi. An'anaga ko‘ra, boshlang‘ich xodimlar mahalliy aholi bo‘lib, ular savdoda taxminan teng ish haqi hisobga olinsa, uyga yaqin ishlash afzalroq bo‘ladi, deb hisoblaydi. Katta shaharlarda boshqa (kam ta'minlangan) mintaqalardan kadrlar oddiy va kichik lavozimlarga jalb qilinadi.

**Adabiyotlar**

1. Adilovich N.R., Sharifovna Y.N., Upashevna A.L., Vladimirovna T.S., Juraevna N.N. THE PHENOMENON OF FRIENDSHIP IN THE SOCIAL VIEWS OF EASTERN THINKERS // Journal of Critical Reviews, 2020. T. 7. № 13. C. 46954698.

2. Abdinazarovich, R. D., Abdullajonovna, Y. K., Ahadjanovich, Q. A., Bakhromovich, G. A., & Juraevna, N. N. (2020). The role of social service in the protection of human interests. Journal of Critical Reviews, 7(6), 1263-1267.

3. Beknazarov, A. A., Rakhmonov, D. A., Normuratova, M. K., & Nasirov, K. J. (2020). Psychological-pedagogical classification of the philosophy of social service. Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems, 12(7 Special Issue), 2759-2762.