

RAQOBAT SHAROITIDA SANOAT KORXONALARI IQTISODIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA MARKETING VOSITALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO'LLARI

Tursunxo'jayev Sardor Jamoliddin o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiy universiteti
PhD, mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada raqobat muhiti keskinlashib borayotgan sharoitda sanoat korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan samarali foydalanishning nazariy-uslubiy va amaliy jihatlarini tadqiq etilgan. Tadqiqotda iqtisodiy xavfsizlik tushunchasining mazmun-mohiyati marketing faoliyati bilan uzviy bog'liqlikda ochib berilib, korxonalarda raqobat razvedkasi, bozor monitoringi, marketing axborot tizimi, narx va tovar siyosati, segmentatsiya hamda strategik tahlil kabi vositalarning ahamiyati asoslab berilgan. Shuningdek, marketing axborotlarini tizimli yig'ish, qayta ishlash va tahlil qilish orqali boshqaruv qarorlarining sifatini oshirish, tashqi va ichki tahdidlarni erta aniqlash hamda resurslardan oqilona foydalanish imkoniyatlari ko'rsatib o'tilgan.

Kalit so'zlar: raqobat razvedkasi, korxonalar, korxonalarning iqtisodiy va moliyaviy xavfsizligi, xavf-xatarlar, strategik barqarorlikni.

Аннотация

В данной статье рассматриваются теоретические, методологические и практические аспекты эффективного использования маркетинговых инструментов для обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий в условиях растущей конкуренции. Исследование раскрывает сущность понятия экономической безопасности в его неразрывной связи с маркетинговой деятельностью, обосновывает важность таких инструментов, как конкурентная разведка, мониторинг рынка, маркетинговые информационные системы, ценовая и продуктовая политика, сегментация и стратегический анализ на предприятиях. Также показаны возможности повышения качества управленческих решений, раннего выявления внешних и внутренних угроз и рационального использования ресурсов посредством систематического сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.

Ключевые слова: конкурентная разведка, предприятия, экономическая и финансовая безопасность предприятий, риски, стратегическая стабильность.

Abstract

This article studies the theoretical, methodological and practical aspects of the effective use of marketing tools in ensuring the economic security of industrial enterprises in the conditions of an increasingly competitive environment. The study reveals the essence of the concept of economic security in its inextricable link with marketing activities, substantiates the importance of such tools as competitive intelligence, market monitoring, marketing information systems, pricing and product policy, segmentation and strategic analysis in enterprises. It also shows the possibilities of improving the quality of management decisions, early detection of external and

internal threats, and rational use of resources through the systematic collection, processing and analysis of marketing information.

Keywords: competitive intelligence, enterprises, economic and financial security of enterprises, risks, strategic stability.

KIRISH

Jahonda kimyo va neft-kimyo mahsulotlaridan foydalanish ommalashgani, ularni ishlab chiqarish ommaviy texnologiyalarining keng tarqalishi, umuman, kimyo majmuasi, xususan, kimyo sanoatining jadal rivojlanishiga xizmat qilmoqda. Ekspertlar fikricha, 2029-yilda 7042,92 milliard dollargacha o'sadi va yillik murakkab o'sish sur'ati (CAGR) 7,2% ni tashkil qiladi. Prognoz davridagi o'sishni qat'iy ekologik qoidalar, iste'molchilarning xohish-istaklarining o'zgarishi, qayta tiklanadigan va bio-asoslangan materiallar, geosiyosiy omillar, sog'liq va xavfsizlik ustuvorligi bilan bog'lash mumkin. Prognoz davridagi asosiy tendensiyalarga barqarorlik va yashil kimyo, raqamli transformatsiya, aylanma iqtisodiyot, ilg'or materiallar va nanotexnologiyalar, ta'minot zanjirining mustahkamligi, raqamlashtirish va sanoat 4.0 kiradi. AQSh va boshqa mamlakatlar o'rtasidagi tariflarning ta'siri sezilarli bo'ladi, bunga sanoat ishlab chiqarish xarajatlarini oshirish orqali AQShga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir ko'rsatishi mumkin, chunki Xitoy va Germaniyadan ommaviy kimyoviy import qimmatroq bo'ladi. Ta'sir o'zaro tariflar va savdo keskinligi va cheklovlarning kuchayishi tufayli global iqtisodiyot va savdoga salbiy ta'siri tufayli ham kengroq seziladi [1]. Bu esa o'z navbatida kimyo sanoati korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash metodologiyasini takomillashtirishni taqozo etadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqobat razvedkasi muammosining nazariy asoslari, uning iqtisodiy mohiyati hamda ilmiy-metodologik jihatlarini xorijiy iqtisodiy maktablar doirasida keng o'rganilgan. Xususan, hududiy joylashuv nazariyasi, bozor makoni va ishlab chiqarishni optimallashtirish masalalari Talaoui Y. [2], Nyanga C. [3] kabi olimlar tomonidan ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Keyinchalik raqobat muhiti, transmilliy biznes faoliyati va ishlab chiqarish tarmoqlarining global integratsiyasiga doir masalalar Fahey L. [4], Dun Markusen, Jon Danning va boshqa tadqiqotchilar ishlarida rivojlantirilgan. Ushbu yondashuvlar raqobat muhitini tizimli tahlil qilish hamda korxonalarning strategik qarorlarini axborot asosida shakllantirishga xizmat qiladigan ilmiy zaminni yaratdi.

Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi mamlakatlarida Beumkov M.A. [6], Isayeva N.A. [7], Serebryakova T.Yu. [8], Doronin A. [9], Lemke G.E. [10], Satler V.V. [11] esa korxonalarning iqtisodiy va moliyaviy xavfsizligini ta'minlash, xavf-xatarlarni barvaqt aniqlash va boshqarish mexanizmlarini takomillashtirishga qaratilgan tadqiqotlar olib borgan. Ushbu yo'nalish alohida ilmiy soha sifatida shakllangan. Ushbu doirada qator rus va mintaqaviy olimlar tomonidan iqtisodiy xavfsizlik indikatorlari, korporativ himoya tizimlari hamda tahliliy-axborot mexanizmlarining nazariy va amaliy jihatlarini ishlab chiqilgan. Shuningdek, ayrim tadqiqotlarda raqobat

razvedkasining tashkiliy-uslubiy jihatlari, axborot to'plash va qayta ishlash jarayonlari, shuningdek strategik monitoring usullari ham yoritilgan.

Mahalliy olimlar - Burxanov A.U. [12], Abulqosimov X.P. [13], Pardayev M.K., Aminov Z.Yu. [14] va boshqalar - sanoat korxonalarining iqtisodiy va moliyaviy barqarorligini ta'minlash, resurslardan samarali foydalanish va raqobatbardoshlikni oshirish masalalarini tadqiq qilgan. Biroq mavjud tadqiqotlarni tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, raqobat razvedkasi instrumentlarini sanoat korxonalarida iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash mexanizmi sifatida kompleks qo'llash, shuningdek uning metodologik va tashkiliy modellarini ishlab chiqish masalalari yetarlicha chuqur o'rganilmagan.

Sanoat korxonalari faoliyatida raqobat razvedkasi vositalaridan tizimli foydalanish, axborot-tahliliy ta'minotni kuchaytirish va xavf-xatarlarni prognoz qilish imkonini beruvchi ilmiy asoslangan metodologiyani takomillashtirish hozirgi sharoitda dolzarb vazifa sifatida ahamiyat kasb etadi. Bu yo'nalishda olib boriladigan tadqiqotlar korxonalarning iqtisodiy xavfsizligini mustahkamlash, strategik barqarorlikni ta'minlash va milliy sanoatning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda sanoat korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan foydalanish jarayoni tizimli yondashuv asosida o'rganildi. Ilmiy ishda tahlil va sintez, taqqoslash, guruhlash, mantiqiy umumlashtirish hamda kuzatish usullaridan foydalanildi. Raqobat razvedkasi va marketing axborot tizimining korxona boshqaruvidagi o'rni amaliy misollar asosida baholandi. Bozor muhiti, raqobatchilar faoliyati va ichki resurslar o'rtasidagi bog'liqlik kompleks tahlil qilindi. Iqtisodiy xavfsizlik darajasiga ta'sir etuvchi omillar sifat va nisbiy ko'rsatkichlar asosida aniqlanib, ularning boshqaruv qarorlariga ta'siri baholandi. Shuningdek, makro va mikromuhit omillarini hisobga olgan holda marketing vositalarini integratsiyalashgan tarzda qo'llash mexanizmi ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Razvedka faoliyati natijasi sifatida axborot mahsulotining yana bitta muhim xususiyati bor - uning muvaffaqiyat kafolati bo'la olmasligi. Olingan axborotni tahlil qilish uchun oddiy ko'nikmalardan tashqari, "olingan ma'lumotlardan mavjud vaziyatda eng yaxshi qarorni qabul qilish uchun foydalana olish talab etiladi", raqobat razvedkasi xizmati taqdim etgan axborotdan foydalanish natijadorligi uchun javobgarlikning katta qismi munosib boshqaruv qarorlarini qabul qilish uchun mas'ul shaxs zimmasiga yuklanadi.

Raqobat razvedkasi faoliyati samaradorligini baholash masalasi mazkur tizimni boshqarishning muhim metodologik bosqichlaridan biri hisoblanadi. Amaliyotda mutaxassislar tomonidan taklif etiladigan yondashuvlardan biri sifat modeli bo'lib, u maqsadlar, strategik ustuvorliklar hamda ularni ifodalovchi ko'rsatkichlar o'rtasidagi o'zaro muvofiqlikni tahlil qilishga asoslanadi. Mazkur modelga ko'ra, korxona rahbariyati va tahliliy xizmatlari muayyan razvedka loyihasini amalga oshirishdan oldin biznesni rivojlantirish ustuvor yo'nalishlarini belgilab oladi, shunga mos

mezonlar tizimini shakllantiradi va loyihani ushbu mezonlarga muvofiqlik darajasi bo'yicha baholaydi. Bunda kutilgan natijalar rejalashtirilgan samara bilan qiyoslanib, qaror qabul qilinadi.

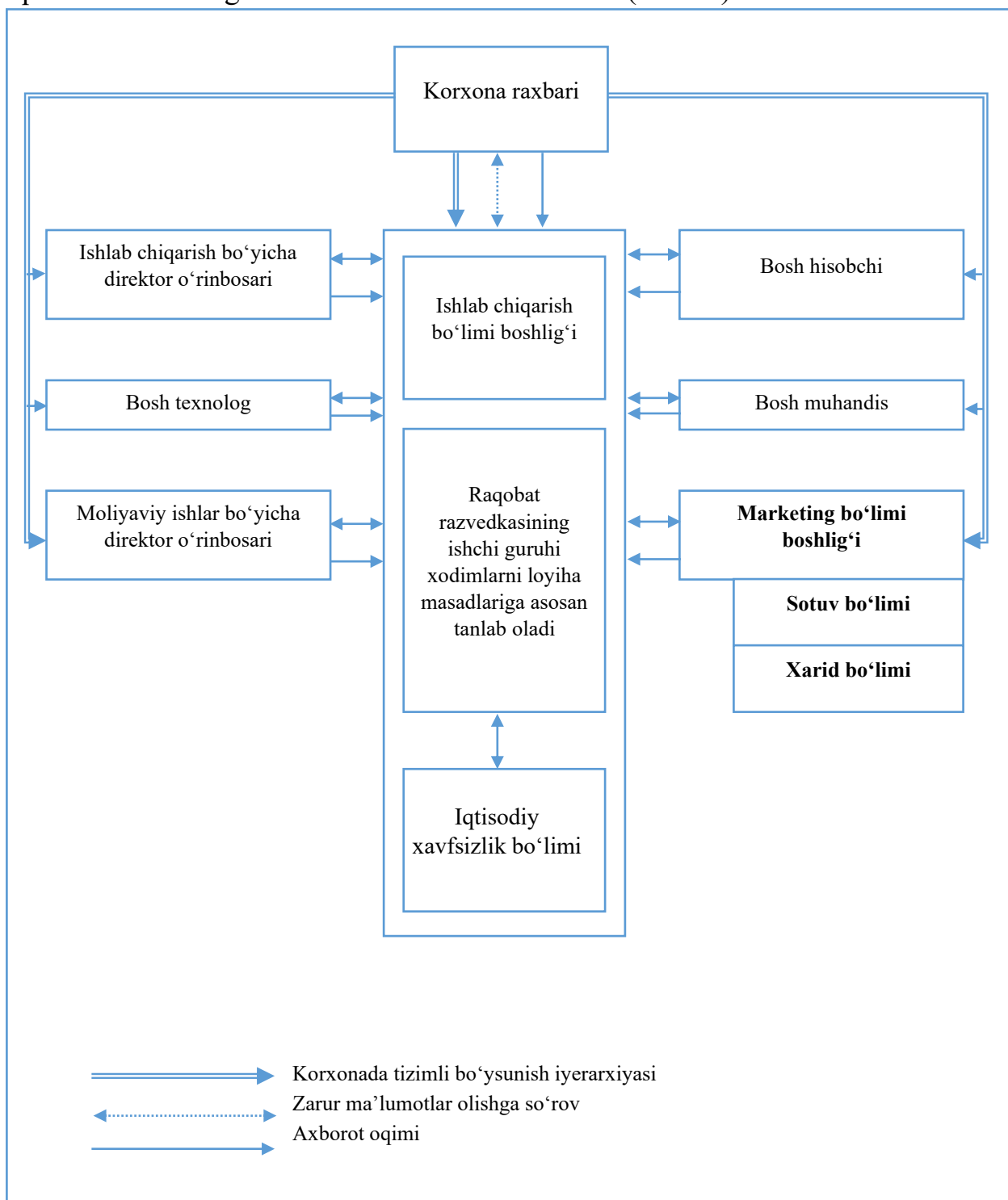
Natijadorlikni baholashda qo'llaniladigan asosiy sifat mezonlari sifatida quyidagilarni ajratish mumkin: raqobat razvedkasi natijasida amalga oshirilgan loyihalardan olingan iqtisodiy foyda; joriy muammolar hamda strategik vazifalarni hal etishga qo'shilgan hissa; korxona manfaatlariga qarshi qaratilgan huquqbuzarliklarni hujjatlashtirish darajasi; tashqi real va ehtimoliy tahdidlar to'g'risida o'z vaqtida va xolis axborot taqdim etish; qaror qabul qilish uchun axborot hajmini kengaytirish; axborot sifati va ishonchliligini oshirish; shuningdek, axborot tizimlari va dasturiy platformalarni takomillashtirish. Mazkur mezonlar orqali raqobat razvedkasi tizimining turli tarkibiy qismlari korxonaning rivojlanishiga qay darajada ta'sir ko'rsatayotganini nisbiy ko'rsatkichlar asosida taqqoslash imkoni yaratiladi. Biroq ushbu yondashuvning cheklovi shundaki, olingan natijalar ko'pincha qiymat ifodasida aniq hisoblanmaydi va muayyan darajada subyektivlik saqlanib qoladi.

Shu bilan birga, baholashning ehtimollik usuli ham qo'llanilib, u belgilangan maqsadlarga erishish ehtimolini aniqlashga asoslanadi. Bunda har bir vazifa bo'yicha raqobat razvedkasi joriy etilgandan so'ng biznes-jarayonlar samaradorligining oshishi ehtimoli hisoblab chiqiladi. Masalan, axborotdan foydalanish imkoniyatlarining kengayishi, qaror qabul qilish tezligi va sifati oshishi, bitimlarni amalga oshirish muddatlarining qisqarishi kabi ko'rsatkichlar tahlil obyektiga aylanadi. Ushbu usulning afzalligi risk darajasini baholash va yangi imkoniyatlarni prognoz qilish imkonidadir, ammo yuqori darajadagi subyektivlik hamda katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash zarurati uning kamchiligi sifatida namoyon bo'ladi.

Fikrimizcha, raqobat razvedkasi faoliyati samaradorligi sarflangan investitsiyalar hajmi bilan emas, balki qo'yilgan strategik vazifalarga qay darajada mos kelishi bilan belgilanadi. Agar razvedka natijalari boshqaruv qarorlarini qabul qilishga amaliy qiymat bersa va belgilangan maqsadlarga erishishga xizmat qilsa, uning korxona uchun ahamiyati sezilarli darajada ortadi. Aks holda, katta moliyaviy xarajatlar amalga oshirilgan taqdirda ham, natijalarning foydalilik darajasi past bo'lib qoladi.

Raqobat muhiti kuchayib borayotgan sharoitda, ayniqsa sanoat va elektro-texnika korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda menejerlar to'liq, ishonchli va tezkor axborot bilan ta'minlanishi hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bunday axborot tarkibi har bir korxonaning faoliyat xususiyatlariga ko'ra individual shakllanadi. Raqobatchilar haqidagi marketing axborotini tizimlashtirish maqsadida uni bir necha yo'nalishlar bo'yicha tasniflash mumkin: bozordagi faoliyat va ishlab chiqarish salohiyati. Birinchi guruhga narx siyosati, chegirmalar, shartnoma shartlari, sotuv hajmi, taqsimot kanallari va sertifikatlashtirish holati haqidagi ma'lumotlar kiradi. Ikkinchi guruh esa mahsulot sifati, qadoqlash texnologiyalari, tovar nomenklaturasi, ishlab chiqarish quvvati va texnologik imkoniyatlarni tahlil qilish orqali shakllantiriladi. Mazkur axborotlar raqobat muhitini chuqur baholash va iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash bo'yicha asoslangan boshqaruv qarorlarini qabul qilishga xizmat qiladi.

Kichik va oʻrta firmalar uchun bunday tarkibiy boʻlinma endi faoliyatini boshlayotganda 1-2-ta odam yetarli boʻladi. Xodimlarning yetishmasligi raqobat razvedkasi guruhini tashkil qilish bilan qoplanadi, unga joriy loyiha xususiyatlariga qarab firmaning har qanday xodimi kiritilishi mumkin. Bu holda unga raqobat razvedkasi guruhi aʼzosi vakolatlari beriladi (1-rasm).



1-rasm. Kimyo sanoati korxonalari iqtisodiy xavfsizligini taʼminlash modeli¹

¹ Muallif ishlanmasi

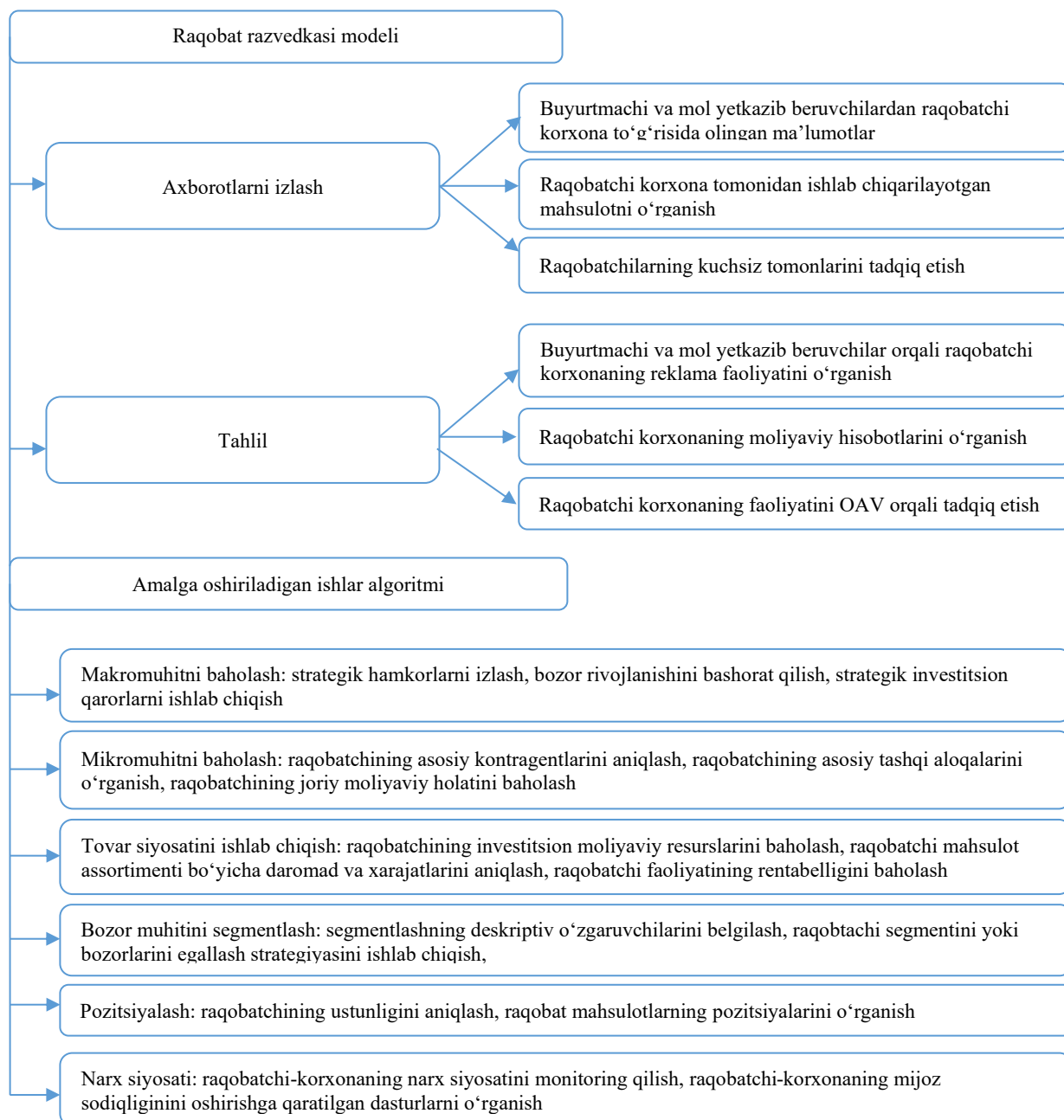
Raqobat sharoitida sanoat korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan samarali foydalanishning asosiy sharti korxona ichidagi bo'limlararo integratsiyalashgan axborot tizimining mavjudligidir. Chizmada ko'rsatilganidek, rahbariyat markaziy rol o'ynab, turli bo'limlar - ishlab chiqarish, moliyaviy ishlar, marketing, sotuv va xarid bo'limlari hamda raqobat razvedkasi xizmati faoliyatini muvofiqlashtiradi. Ishlab chiqarish va moliyaviy bo'limlar korxona resurslaridan samarali foydalanish va ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish bo'yicha axborot taqdim etadi, marketing va sotuv bo'limlari esa bozor, raqobatchilar faoliyati va xaridorlar xatti-harakatini kuzatish orqali tahliliy ma'lumotlarni yig'adi. Raqobat razvedkasi bo'limi esa ushbu axborotni tizimli ravishda qayta ishlab, rahbariyatga strategik qarorlar qabul qilish uchun asos bo'ladigan ma'lumotlar oqimini taqdim etadi. Iqtisodiy xavfsizlik bo'limi korxona faoliyatidagi risklarni aniqlash va prognozlash, ularni bartaraf etish mexanizmlarini ishlab chiqish vazifasini bajaradi. Marketing vositalari orqali raqobatchilar narxi, mahsulot sifati, tarqatish kanallari, reklama va sotuv strategiyalari doimiy monitoring qilinadi, bu esa korxona rahbariyatiga tezkor va asosli qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Bo'limlararo samarali hamkorlik natijasida raqobat razvedkasi va marketing vositalari bir-birini to'ldiradi, axborot oqimi tezkor va aniq bo'lib, korxonaning strategik barqarorligini ta'minlaydi. Shu tarzda integratsiyalashgan marketing va raqobat razvedkasi tizimi nafaqat iqtisodiy xavfsizlikni mustahkamlash, balki sanoat korxonasining bozor pozitsiyasini mustahkamlash va raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Mazkur maqolada raqobat razvedkasi vositalaridan foydalanish asosida sanoat korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash modeli taklif etiladi.

Iqtisodiy xavfsizlikni baholash muhimligini alohida o'rnini o'z ishida Shashlo N.V. aks ettirgan. U korxonaning iqtisodiy xavfsizligini baholash algoritmini ishlab chiqdi. Algoritm tahdidlar yaqinlashish ehtimolini baholashning sifat va miqdoriy mezonlari, natijada ta'sirni (yo'qotuvlarni) barqarorlikni buzuvchi qiluvchi kattaliklar, iqtisodiy xavfsizlikka tahdid qiluvchi kutilayotgan jamlangan mezon uchun sifat va miqdoriy ko'rsatkichlarni qamrab olgan. Ishlab chiqilgan model "xo'jalik faoliyatni amalga oshirayotgan tizimlarni himoyalanganlik holatini; korxona resurslari va imkoniyatlari holatini; tashkiliy-huquqiy, tartibli va soqchili, texnik, texnologik, iqtisodiy, moliyaviy va axborot-tahliliy turdagi usullar jamlamasini; tashkilotning boshqaruvi tuzilmaviy bog'lanishlari orqali tahdidlar qochish va barqarorlikni buzishga qarshi omillarga bardoshlilikka imkon beruvchi ijtimoiy va texnologik tizimni holatini aniqlashga" imkon beradi (2-rasm).

Undan keyin «O'zbekiston metallurgiya kombinati» aksiyadorlik jamiyatining raqobatchi "Kvarts" AJ bo'yicha raqobat razvedkasini o'tkazish uslubiyatini ishlab chiqamiz.

"Kvarts" AJni afzalligi shundaki, u to'qqiz yil mobaynida iqtisodiy xavfsizlikning musbat darajasiga ega bo'ldi, 2011-yilda daraja yuqori bo'lgan, sakkiz yil mobaynida daraja faqat o'rta me'yorgacha pasaydi, 2020-yil ichida iqtisodiy xavfsizlik darajasi manfiy bo'lgan, chunki koronavirus pandemiyasi sababli cheklanishlar kiritilgan va bu sharoitda iqtisodiyot ishlab chiqarishning barcha tarmoqlari bo'yicha pasayib ketdi.



2-rasm. “O‘zbekiston metallurgiya kombinati” aksiyadorlik jamiyati tomonidan raqobatchi bo‘lgan “Kvarts” AJga nisbatan raqobat razvedkasini o‘tkazish metodologiyasi

Raqobat razvedkasi modeli amalga oshirishning ikki yo‘nalishiga ega: birinchi yo‘nalish axborot ma’lumotlar izlashni, ikkinchi yo‘nalish esa - tahlillash ishlarini, ya’ni axborot resurslarini baholashni, nazarda tutadi.

Raqobat razvedkasini joriy etish harakatlari algoritmi quyidagilarga asoslangan: makromuhitni tahlil etish (foydali strategik sheriklarni izlash, bozor rivojlanishini prognozlash, strategik investitsiya qarorlari bo‘yicha chora-tadbirlarni ishlab chiqish); raqobatchi korxonani mikromuhitini tahlil etish (raqobatchining asosiy

kontragentlarini aniqlash, raqobatchilarni qo'llab-quvvatlaydigan tashqi obyektlarni va ularning aloqalarini aniqlash, raqobatchilarning joriy moliyalashtirishni aniqlash); tovar siyosatini ishlab chiqish (raqobatchining istiqbol investitsiya resurslarni baholash, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar assortimenti bo'yicha daromad va xarajatlarni aniqlash, yakuniy faoliyat rentabelligini aniqlash); bozor muhitini segmentlanishini baholash (segmentlanishining deskriptiv o'zgaruvchanlarini aniqlash, raqobatchilar bozori, maqsadli segmentlarini qamrab olish strategiyalarni aniqlash); raqobatchilarning bozordagi joyini aniqlash (raqobatchilar afzalliklarini, raqobat qiluvchi tovarlarni bozordagi joyini aniqlash) va narx siyosati (raqobatchi korxonani narx siyosatini monitoring qilish, raqobatchi korxonaning iste'molchiga xayrixohligini oshirish bo'yicha amalga oshirilayotgan dasturlarini aniqlash).

Raqobat razvedkasini amalga oshirish har bir algoritmini tajribali mutaxassislar olib borishi kerak. Raqobatchi korxona to'g'risida axborot olishning bu usuli bilan asosan maxsus tashkil etilgan bo'linma yoki kerakli ma'lumotlarni yig'ishga va raqobatchilarni tahlil qilishga qodir marketing xizmati shug'ullanadi.

Raqobatchi korxonani ma'lumotlari asosida korxonaning keyinchalik rivojlanishining, moliyaviy ko'rsatkichlarni prognozlash va rejalashtirishning to'g'ri ishlab chiqilgan strategiyasi korxona moliyaviy va xo'jalik faoliyati samaradorligini 20,5 % oshirishi mumkin. Mazkur metodologiya samaradorligini tasdiqlovchi raqobatchi "Kvarts" AJga nisbatan raqobat razvedkasini olib borgan «O'zbekiston metallurgiya kombinati» aksiyadorlik jamiyatini ma'lumotlarini hisoblanishini taqdim etamiz.

Ko'rinib turibdiki, tomonidan ishlab chiqilgan model bo'yicha amalga oshirilgan raqobat razvedkasi natijasida «O'zbekiston metallurgiya kombinati» aksiyadorlik jamiyati iqtisodiy xavfsizligi 2021-yil 0,074% tashkil etgan, 2022-yilda esa 0,262% va 2023-yilda 0,919% darajada bo'lishi kutilmoqda. Ya'ni bizning shuklamiz bo'yicha iqtisodiy xavfsizlik 0,919 miqdoridagi yuqori darajada bo'lishi kutilmoqda.

«O'zbekiston metallurgiya kombinati» aksiyadorlik jamiyatini moliyaviy va xo'jalik faoliyati koeffitsiyentlari sezilarli darajada oshishi kuzatilmoqda, korxona pul tushumlari ko'rsatkichi oshmoqda, o'z kapitali va pul mablag'lari ko'rsatkichi oshmoqda, valyuta balansi ko'tarilmoqda, korxona foydasi ko'paymoqda, natijada korxona iqtisodiy xavfsizligi darajasi ko'tarilmoqda. Shunday qilib, ta'kidlash joizki, raqobat razvedkasi vositalaridan foydalanish asosida korxona iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash tizimi samaradorligini baholash bo'yicha ishlab chiqilgan model samaralidir.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqobat razvedkasi korxona faoliyatida qo'shimcha axborot yig'ish vositasi emas, balki strategik boshqaruvni qo'llab-quvvatlovchi tizimli va kompleks mexanizm sifatida namoyon bo'ladi. Uning samaradorligi sarflangan mablag'lar miqdori bilan emas, balki boshqaruv qarorlariga amaliy qiymat berishi, risklarni kamaytirishi hamda korxonaning uzoq muddatli maqsadlariga xizmat qilishi bilan belgilanadi.

Raqobat muhiti keskinlashib borayotgan sanoat va elektrotexnika tarmoqlarida tezkor, ishonchli hamda tizimlashtirilgan marketing axborotlari iqtisodiy xavfsizlikning tayanch omiliga aylanmoqda. Narx siyosati, sotuv kanallari, ishlab chiqarish salohiyati, mahsulot sifati va texnologik imkoniyatlar bo'yicha to'plangan ma'lumotlar korxonaga nafaqat bozor pozitsiyasini mustahkamlash, balki ehtimoliy tahdidlarni oldindan aniqlash imkonini beradi. Ayniqsa kichik va o'rta biznes subyektlari uchun moslashuvchan ishchi guruhlar shaklida tashkil etilgan razvedka tizimi resurslarni tejagan holda yuqori natijaga erishishni ta'minlaydi.

Tadqiqot doirasida ishlab chiqilgan modelning amaliy tasdig'i sifatida O'zbekiston metallurgiya kombinati tomonidan raqobatchi Kvarts AJ faoliyatini tahlil qilish tajribasi keltirildi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, makro va mikromuhitni kompleks baholash, tovar va narx siyosatini monitoring qilish hamda moliyaviy ko'rsatkichlarni prognozlash asosida qabul qilingan qarorlar korxonaning xo'jalik samaradorligini sezilarli darajada oshirgan. Xususan, iqtisodiy xavfsizlik darajasi bosqichma-bosqich o'sib borishi, pul tushumlari, foyda va kapital ko'rsatkichlarining yaxshilanishi raqobat razvedkasining strategik ahamiyatini amalda tasdiqlaydi.

Demak, raqobat razvedkasini korxona boshqaruv tizimiga integratsiyalash, uni bevosita rahbariyatga bo'ysundirish va bosqichma-bosqich kengaytirish sanoat korxonalarining barqarorligi hamda iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning samarali yo'li hisoblanadi. Mazkur yondashuv kelgusida risklarni kamaytirish, resurslardan oqilona foydalanish va raqobat ustunligini shakllantirishga xizmat qiluvchi muhim strategik instrument sifatida qaralishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/chemicals-global-market-report>
2. Talaoui, Y. and Kohtamäki, M. (2020), «35 years of research on business intelligence process: a synthesis of a fragmented literature», Management Research Review, Vol. ahead-of-print No. ahead-ofprint. DOI: <https://doi.org/10.1108/MRR-07-2020-0386>;
3. Nyanga, C., Pansiri, J. and Chatibura, D. (2019), «Enhancing competitiveness in the tourism industry through the use of business intelligence: a literature review» // Journal of Tourism Futures. Vol. 6 No. 2, pp. 139-151. DOI: <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2018-0069>;
4. Fahey, L. (2007), «Connecting strategy and competitive intelligence: refocusing intelligence to produce critical strategy inputs», Strategic Direction, Vol. 23 No. 4. DOI: <https://doi.org/10.1108/sd.2007.05623dad.003> ;
5. Platt, W. Strategic Intelligence Production. Basic Principles. - New York: Frederic A. Praeger, 1957.
6. Бещмков М.А. “Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития.” Менеджмент в России и за рубежом, 2000, №2, 7-17;
7. Исаева Н.А. “Экономическая безопасность предприятия.” Вестник Екатеринбургского института, 2009; Устинова Л.Н. “Экономическая безопасность

предприятия: анализ, структура, модель.” Национальные интересы: приоритеты и безопасность, 2011, №45(138), 67-71;

8. Серебрякова Т.Ю. “Сущность и подходы к определению экономической безопасности предприятий.” Вестник НГУЭУ, 2015; Корелин В.В. “Инструменты обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия.” 2016;

9. Доронин А. И. Бизнес-разведка. - М.: Ось-89, 2010. - 704 с.;

10. Лемке Г.Э. Коммерческая разведка для конкурентного превосходства. - М.: Московская Финансово-Промышленная Академия, 2011. - 352 с.;

11. Сатлер В.В. Использование конкурентной разведки для повышения конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] // Актуальные вопросы экономических наук. - 2009. - С. 170-175.;

12. Бурханов А.У. Молиявий хавфсизлик. Ўқув қўлланма. Иқтисодиёт. 2019, 164 б.;

13. Абулқосимов Х.П. Иқтисодий хавфсизлик. Т.: Академия, 2006, 111 - б.;

14. Пардаев М.К., Аминов З.Ю. Корхонанинг иқтисодий хавфсизлиги ва уни таъминлаш йўллари. Рисола. Самарканд: Зарафшон, 2008.- 47 бет.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, fevral, 2-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: 9710. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlato standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**