



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 6 Issue 03 | pp. 166-172 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

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



**Tursunxo`jayev Sardor Jamoliddin o`g`li**

*PhD, Toshkent davlat iqtisodiy universiteti mustaqil tadqiqotchisi*

**Annotasiya.** Mazkur maqolada raqobat sharoitida sanoat korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan samarali foydalanish yo'llari ilmiy asosda yoritilgan. Tadqiqotda axborot-tahliliy faoliyat, marketing va raqobat razvedkasi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik tahlil qilinib, ularning natijadorligini baholash usullari (miqdoriy, sifat va ehtimoliy yondashuvlar) ko'rib chiqilgan. Shuningdek, raqobat razvedkasi asosida makro va mikro muhitni tahlil qilish, bozor segmentatsiyasi, narx va tovar siyosatini shakllantirish kabi marketing vositalarining ahamiyati ochib berilgan. Tadqiqot natijasida korxona iqtisodiy xavfsizligini oshirishga xizmat qiluvchi integrallashgan model taklif etilib, uning amaliy samaradorligi asoslab berilgan.

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

**Аннотация.** В данной статье рассматриваются научные основы эффективного использования маркетинговых инструментов для обеспечения экономической безопасности промышленных предприятий в условиях конкуренции. Анализируется взаимосвязь между информационно-аналитической деятельностью, маркетингом и конкурентной разведкой, рассматриваются методы оценки их эффективности (количественный, качественный и вероятностный подходы). Также выявляется важность таких маркетинговых инструментов, как анализ макро- и микросреды, сегментация рынка и формирование ценовой и продуктовой политики на основе конкурентной разведки. В результате исследования предложена интегрированная модель повышения экономической безопасности предприятия и обоснована её практическая эффективность.

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

**Abstract.** This article discusses the scientific basis for the effective use of marketing tools in ensuring the economic security of industrial enterprises in competitive conditions. The study analyzes the relationship between information and analytical activities, marketing and competitive intelligence, and considers methods for assessing their effectiveness (quantitative, qualitative and probabilistic approaches). It also reveals the importance of marketing tools such as macro and micro environment analysis, market segmentation, and the formation of price and product policies based on competitive intelligence. As a result of the study, an integrated model is proposed to increase the economic security of the enterprise, and its practical effectiveness is substantiated..

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

## 1. Kirish

Raqobat razvedkasining asosiy faoliyati axborot yig'ish hisobanadi. Biroq, axborot mahsulotlarining hayotiy sikli qisqa bo'lgani, shuningdek foydalanilish samara esa ko'p jihatdan ularning o'z vaqtida ishlatilishiga (bu raqobat razvedkasi faoliyati natijalaridan foydalanishning muhim belgisi) bog'liq bo'lgani bois, ko'pincha axborot ta'siridan ko'riladigan samara bunday mahsulotni yaratishga sarflangan kuch va mablag'larga mutanosib bo'lmaydi.

An'anaviy yondashuvlarda marketing asosan iste'molchilar ehtiyojini qondirish va savdo hajmini oshirishga qaratilgan bo'lsa, bugungi kunda u korxonaning raqobatbardoshligini oshirish, risklarni aniqlash va ularni boshqarish, bozor kon'yunkturasini chuqur tahlil qilish hamda strategik qarorlar qabul qilishda asosiy axborot manbai sifatida qaralmoqda. Ayniqsa, marketing faoliyatining raqobat razvedkasi bilan integratsiyalashuvi korxonaga raqobatchilar harakati, bozor tendensiyalari va iste'molchilar xulq-atvori haqida tezkor va ishonchli ma'lumotlar olish imkonini beradi. Bu esa iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlashda muhim omil bo'lib xizmat qiladi.

Sanoat korxonalarida marketing vositalaridan samarali foydalanish orqali nafaqat bozor ulushini kengaytirish, balki moliyaviy barqarorlikni mustahkamlash, ishlab chiqarish risklarini kamaytirish va resurslardan oqilona foydalanish imkoniyatlari yaratiladi. Shu bilan birga, marketing faoliyatining natijadorligini baholash, axborot-tahliliy tizimlarni takomillashtirish hamda raqobat razvedkasi asosida kompleks boshqaruv mexanizmlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy masalalardan biri hisoblanadi.

Mazkur maqolada aynan shu muammolarni hal etish, ya'ni sanoat korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan samarali foydalanishning nazariy va amaliy jihatlarini o'rganish hamda takomillashtirilgan yondashuvlarni ishlab chiqish maqsad qilib qo'yilgan.

## 2. 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 6. Бещмков М.А.[6], Исаева Н.А.[7], Серебрякова Т.Ю.[8], Доронин А.[9], Лемке Г.Э.[10], Сатлер В.В.[11] esa korxonalarning iqtisodiy va moliyaviy xavfsizligini ta'minlash, xavf-xatarlarni barvaqt aniqlash va boshqarish mexanizmlarini takomillashtirishga qaratilgan tadqiqotlar alohida yo'nalish 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. Hozirgi tadqiqotchilar axborot-tahliliy faoliyat natijadorligini baholash uchun yetarlicha ko'p usullarni ko'rib chiqishni taklif qilishmoqda. Bunday usullardan bittasi iqtisodchi M.V. Kurashova taklif qilgan tizim bo'lib, u uchta elementni: ilmiy-texnikaviy, ijtimoiy va iqtisodiy samaradorlikni birgalikda o'rganishga asoslangan.

### 3.Tahlil va natijalar

Ilmiy-texnik samaradorlik axborot ta'minoti tizimini tatbiq etish loyihasining korxonani ilmiy-texnik rivojlantirishdagi hissasini aks ettiradi. Bu yo'nalishda samaradorlikni baholash quyidagi ko'rsatkichlarni aniqlashga qaratilgan: mo'ljallangan texnologiya hamda texnik jihozlash va boshqalarning yangiligi, ko'lami, istiqbollari. Ijtimoiy samaradorlik axborot-tahliliy faoliyat natijadorligi va uning ijtimoiy muhitda ulushini aks ettiradi. Bu mehnat, turmush, dam olish sharoitlari, ijtimoiy-ruhiy iqlim, madaniyat, fan va h.k.lardagi o'zgarishlarda ifodalanadi. Ijtimoiy samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlashning nazariy va amaliy masalalarini hal qilishda nafaqat ijtimoiy natijani qiymat ifodasida ajratish bilan, balki aniq ijtimoiy natija olish imkonini beradigan hisoblash usullarini aniqlash bilan ham bog'liq qiyinchiliklar yuzaga keladi. Iqtisodiy natijadorlik natijalar va xarajatlar nisbatining aksidir. Bunday yondashuv alohida ishlab chiqarish elementlari bo'yicha "xarajatlar-natija" tamoyiliga va statistik baholashga asoslanadi.

Axborot-tahliliy va marketing faoliyati natijadorligini baholashga yondashuvlarning turli bo'lishiga qaramay, shuni tushunish kerakki, ularning hammasi ham raqobat razvedka faoliyatini o'lchash uchun mos kelmaydi. Bu birinchi navbatda raqobat razvedkasining o'ziga xosligi va uning natijalaridan foydalanish xususiyatlariga bog'liq.

Raqobat razvedkasining natijadorligini baholashning mukammal modelini qurishdagi asosiy qiyinchilik razvedka faoliyati bilan bog'liq natijalarni "ajratish" muammosidan iborat, chunki raqobat razvedkasining natijalari qisman boshqa funksiyalar va jarayonlarda namoyon bo'ladi. Korxonada raqobat razvedkasidan foydalanishning barcha uzoq muddatli samarasini baholash mumkin emasligi, natijalarning o'zi kabi natijadorlik ko'rsatkichlari sonining ko'pligi va turli-tumanligi ham bu jarayonni qiyinlashtiradi.

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.

Axborot-tahliliy tizimlardan foydalanish natijadorligini samarali baholash uchun miqdoriy, sifat, sifat-miqdoriy va ehtimoliy usullarni ko'rib chiqish istiqbolli deb hisoblaymiz.

Natijadorlikni o'lchashning oddiy va eng sodd modellardan biri miqdoriy usul bo'lib, axborot-tahliliy faoliyatga xarajatlarni ma'lum baholashni, shuningdek erishiladigan samarani baholashni nazarda tutadi. Bunday sxema bo'yicha o'lchash quyidagi tamoyil bo'yicha amalga oshiriladi: axborotdan foydalanishning barcha oqibatlari sanab o'tiladi, so'ng ular ijobiy va salbiy oqibatlarga ajratiladi, ularning har biri uchun oxirgi natijaga ta'sir qilish darajasi aniqlanadi, keyin ushbu oqibatlarni o'zaro bir-biriga moslay oladigan yagona o'lchov belgilanadi.

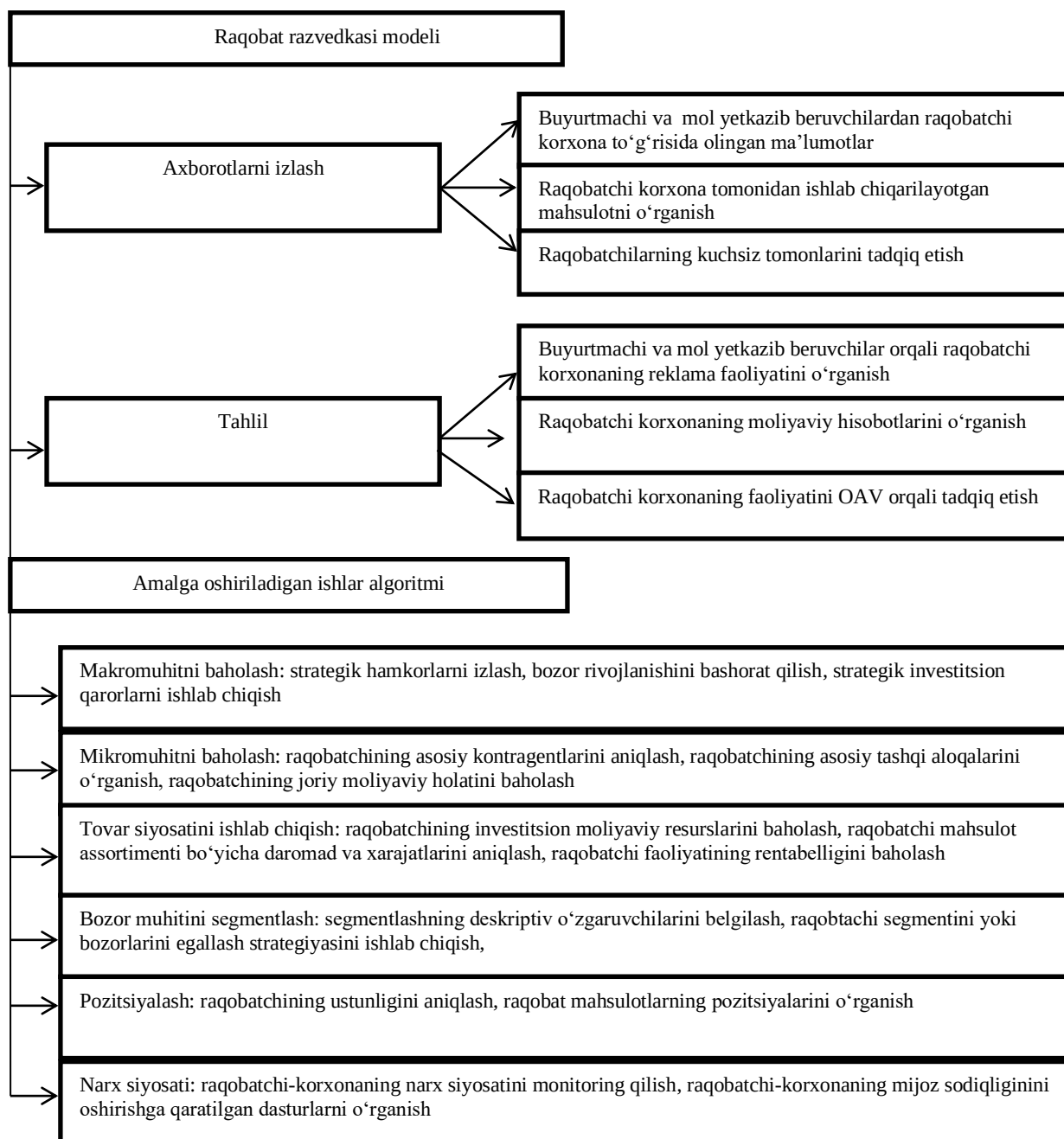
So'nggi paytlarda raqobat razvedkasi qanday qilib sotuvlar va marketing bo'limlari ixtiyoridagi razvedka axborotini olishi va samaraliroq foydalanishi mumkinligiga qiziqish ortdi. Sotuvlar va marketing sohasidan olingan razvedka axboroti, agar uning diqqat-markazida mahsulotlar, raqobatchilar va xaridorlar turganini hisobga olsak, juda foydalidir.

Raqobat razvedkasi xizmati ishining barcha sanab o'tilgan parametrlari bir-biri bilan o'zaro bog'langan bo'lishi kerak. Xizmatni loyihada belgilangan tuzilmaga tezroq chiqishga, ya'ni kengroq doiradagi vazifalarni hal qilishga tabiiy intilishi xato bo'ladi.

Raqobat razvedkasi vazifalarining ko'lami, axborotning zarurligiga dalillar to'planishiga qarab asta-sekin kengaytirilishi kerak. Biroq boshlang'ich budjet oldindan eng dolzarb vazifalarni hal qilish uchun yetarli bo'lishi lozim, bu xizmatning haqiqatan ham foydaliligini amaliy isbotlab beradi. Raqobat razvedkasining firma uchun muhim bo'lgan qarorlar qabul qilinishiga aynan aniq hissasi – bu raqobat razvedkasi tavsiyalari ayniqsa boshqa bo'linmalar menejerlarining fikriga mos kelmagan holda uni ishonch qozonishning eng yaxshi usulidir.

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. Undan keyin «O'zbekiston metallurgiya kombinati» aksiyadorlik jamiyatining raqobatchi "Kvarts" AJ bo'yicha raqobat razvedkasini o'tkazish uslubiyatini ishlab chiqamiz (1-rasm).

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.



**1-rasm. “O‘zbekiston metallurgiya kombinati” aksiyadorlik jamiyati tomonidan raqobatchi bo‘lgan “Kvarts” AJga nisbatan raqobat razvedkasini o‘tkazish metodologiyasi<sup>1</sup>**

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

<sup>1</sup> Muallif tomonidan tuzilgan.

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).

#### 4. Xulosa va takliflar

Mazkur maqolada xorijiy va mahalliy mualliflarning korxona iqtisodiy xavfsizligini baholash bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarning nazariy tahlili keltirilgan, raqobat razvedkasi vositalaridan foydalanish asosida korxona iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash modeli ko'rib chiqilgan. Ishda biz sanoat korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash maqsadida raqobat razvedkasi vositalari ko'rib chiqdik, ularning afzalliklari va kamchiliklarini aniqladik. Shuningdek, imitatsiya modeli asosida sanoat korxonalari iqtisodiy xavfsizligini baholash modelini ishlab chiqdik. Asos sifatida moliyaviy barqarorlik, rentabellik va ishbilarmonlik faolligi koeffisientlarini hisoblashga asoslangan faktorli statistik usul olingan. Mazkur mezonlar korxonani butun moliyaviy ahvolini baholaydi. Raqobat razvedkasi algoritmi raqobatchi korxona faoliyatining tashqi va ichki ko'rsatkichlari bo'yicha ma'lumotlarni yig'ishdan iborat. Formula moliyaviy mezonlar yig'indisidan iborat integral baholash ko'rinishga ega. Model afzalligi korxona faoliyati moliyaviy ko'rsatkichlarini, uni tashkil etuvchi omillarni shakllantiruvchi qismlarini sinchiklab tadqiq qilishdan iborat. Modelning kamchiligi – bu hisoblashlarning murakkabligi. Ishlab chiqilgan modelni aprobatsiyasi natijasida quyidagi xulosalarga keldik: moliyaviy va xo'jalik faoliyati koeffisientlari sezilarli darajada oshadi, korxona pul tushumlari ko'rsatkichi ko'tariladi, o'z kapitali va pul mablag'lari ko'rsatkichi oshadi, valyuta balansi ko'tariladi, korxona foydasi ko'payadi, natijada korxona iqtisodiy xavfsizligi darajasi ko'tariladi. Xulosaga kelayotgisi, raqobat razvedkasi vositalaridan foydalanish asosida korxona iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash tizimi samaradorligini baholash bo'yicha ishlab chiqilgan model samaralidir.

#### Adabiyotlar:

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. –Т.: Маънвият. 2019, 224 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.

Copyright: © 2026 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

