

SANOAT KORXONALARI IQTISODIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH

Tursunxo`jayev Sardor Jamoliddin o`g`li

PhD, Toshkent davlat iqtisodiy universiteti mustaqil tadqiqotchisi

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20019404>

Sanoat korxonalarini iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan samarali foydalanish muhim omillardan biri hisoblanadi. Chunki marketing faqat mahsulotni sotish yoki bozorda ilgari surish vositasi emas, balki u bozor tahlili, iste'molchi ehtiyojlarini aniqlash, raqobat muhitini baholash va strategik qarorlar qabul qilishda muhim axborot bazasini shakllantiradi. Shu nuqtayi nazardan, marketing vositalari orqali xavflarni oldindan aniqlash, ularni kamaytirish va korxonalar barqarorligini ta'minlash imkoniyatlari kengayadi.

Bugungi kunda sanoat korxonalarida marketing vositalaridan foydalanish amaliyoti ko'p hollarda an'anaviy yondashuvlarga asoslanib, iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash vazifalari bilan yetarli darajada integratsiyalashmagan. Natijada bozordagi o'zgarishlarga tezkor javob berish imkoniyatlari cheklanmoqda, risklarni boshqarish tizimida kamchiliklar yuzaga kelmoqda. Shu bois, marketing vositalarini iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash mexanizmiga tizimli ravishda joriy etish va ularning samaradorligini oshirish ilmiy-amaliy jihatdan dolzarb masala hisoblanadi.

2010–2024 yillar davomida O'zbekiston Respublikasida aholi jon boshiga sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi barqaror va tez sur'atlarda o'sib borganini kuzatish mumkin. Agar 2010 yilda ushbu ko'rsatkich 1 334,6 ming so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2024 yilga kelib u 23 679,4 ming so'mga yetgan. Bu qariyb 17,7 baravar o'sish demakdir. Mazkur tendensiya mamlakat sanoat siyosatining bosqichma-bosqich liberallasuvi, ishlab chiqarish quvvatlarining kengaytirilishi hamda sanoatni hududiy rivojlantirish strategiyalarining natijadorligini ko'rsatadi.

Ayniqsa, 2016 yildan keyingi davrda o'sish sur'atlarining keskin jadallashgani e'tiborga molik. 2017 yilda ko'rsatkich 4 594,7 ming so'mni, 2018 yilda esa 7 141 ming so'mni tashkil etgan. Bu davr sanoatni modernizatsiya qilish, xorijiy investitsiyalarni jalb etish va eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish tarmoqlarini rivojlantirish bilan chambarchas bog'liq. 2020 yilda global pandemiya sharoitiga qaramay, sanoat ishlab chiqarish hajmining pasaymasdan, aksincha o'sishda davom etgani milliy sanoatning nisbatan barqarorligini ko'rsatadi.

Viloyatlar kesimida esa sezilarli tafovutlar mavjud. Masalan, Andijon viloyati 2010 yilda 1251,3 ming so'm bilan respublika o'rtachasidan yuqori ko'rsatkichga ega bo'lsa, 2022 yilda 11119,9 ming so'mga yetib, boshqa viloyatlarga nisbatan yetakchi pozitsiyaga chiqqan. Toshkent shahri va viloyati ham yuqori natijalarni ko'rsatadi: 2022 yilda mos ravishda 11446,6 va 6165,6 ming so'm. Bu hududlarda sanoat va xizmat ko'rsatish tarmoqlarining rivojlanganligi, infratuzilma va investitsiyalarni jalb qilish bilan izohlanadi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, respublika bo'yicha ishlab chiqarish hajmi oshishi barqaror iqtisodiy o'sish bilan izohlanadi, ammo hududiy tafovutlar iqtisodiy rivojlanishning notekisligini aks ettiradi. O'sish sur'atlari va pasayishlar hududlar strategik rivojlanish siyosati, resurslar taqsimoti, sanoat quvvatlari va mahalliy investitsiyalar bilan bevosita bog'liq. Shu sababli, kelajakda hududiy barqarorlikni ta'minlash uchun resurslarni samarali taqsimlash va ishlab chiqarish salohiyatini oshirish bo'yicha maqsadli chora-tadbirlar muhimdir.

Mazkur tadqiqotda sanoat korxonalarini iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing vositalaridan foydalanish samaradorligini baholash kompleks va tizimli yondashuv asosida

amalga oshirildi. Tadqiqotning metodologik asosini dialektik yondashuv, tizimli tahlil, iqtisodiy-statistik usullar hamda taqqoslama va empirik tahlil metodlari tashkil etadi.

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 resurslarini 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 strategiyalarini 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).

Olib borilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, 2010–2024 yillar davomida O'zbekiston Respublikasida aholi jon boshiga sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining izchil va yuqori sur'atlarda o'sishi mamlakatda amalga oshirilayotgan sanoat siyosati, iqtisodiy liberallashtirish va investitsion faollikning natijadorligini yaqqol namoyon etgan. Ayniqsa, 2016 yildan keyingi davrda sanoatni modernizatsiya qilish, klaster tizimini joriy etish va hududiy industrial zonalarini rivojlantirish orqali iqtisodiy o'sishning yangi bosqichiga o'tilgani kuzatiladi. Shu bilan birga, pandemiya sharoitida ham sanoat ko'rsatkichlarining pasaymasdan o'sishda davom etgani milliy iqtisodiyotning barqarorlik darajasi yuqori ekanligini tasdiqlaydi.

Iste'mol tovarlari ishlab chiqarish tahlili ham umumiy o'sish tendensiyasini tasdiqlasa-da, ayrim yillarda pasayish holatlari qayd etilgani ichki bozor barqarorligi va talab dinamikasiga ta'sir etuvchi omillarni chuqurroq o'rganish zarurligini ko'rsatadi. Shu nuqtayi nazardan, sanoat korxonalarini iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda an'anaviy yondashuvlardan tashqari, zamonaviy boshqaruv va tahlil instrumentlarini joriy etish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot doirasida taklif etilgan raqobat razvedkasi (competitive intelligence) modeli sanoat korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda muhim instrument sifatida namoyon bo'ladi. Xususan, raqobatchi sifatida Kvarts AJ faoliyatini tahlil qilish misolida mazkur yondashuv orqali bozor muhitini chuqur o'rganish, xavflarni oldindan aniqlash va strategik qarorlar qabul qilish imkoniyatlari kengayishi asoslab berildi. Model doirasida makro va mikromuhit tahlili, tovar va narx siyosati, bozor segmentatsiyasi hamda raqobatchilar pozitsiyasini baholash kabi bosqichlar korxonaga barqarorligini ta'minlashda tizimli yondashuvni shakllantiradi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

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.

