

## SAVDODA AXBOROTNING TAVSIFLANISHI VA TURLARI

Husanova Gulchexra Sayfullayevna  
Xalqaro Nordik universiteti  
Iqtisodiyot va biznesni boshqarish kafedrası  
I.f.f.d., PhD.

[g.xusanova@nordicuniversity.org](mailto:g.xusanova@nordicuniversity.org)

ORCID: 0009-0002-7621-4008

Habibjonov Usmonjon Sherzodjon o'g'li

Xalqaro Nordik universiteti

[Habibjonovusmonjon9@gmail.com](mailto:Habibjonovusmonjon9@gmail.com)

(ORCID 0009-0005-6345-483X)

### Annotatsiya

Savdoda axborotning tavsiflanishi va turlari mavzusi zamonaviy iqtisodiyotda muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu sohada axborotning to'g'ri va samarali boshqarilishi savdo jarayonlarining muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir qiladi. Savdo axboroti turli xil manbalardan kelib chiqadi va ularni tasniflash uchun bir necha mezonlardan foydalaniladi. Axborotning asosiy turlari ichida statistik ma'lumotlar, bozor tadqiqotlari, iste'molchi xulq-atvorini o'rganish, raqobatchilar haqida ma'lumotlar va iqtisodiy ko'rsatkichlar mavjud. Har bir axborot turi o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, savdo strategiyalarini ishlab chiqishda muhim rol o'ynaydi. Masalan, statistik ma'lumotlar sotuvlarni prognoz qilishda yordam beradi, bozor tadqiqotlari esa yangi mahsulotlarni ishlab chiqishda iste'molchilarning ehtiyojlarini aniqlash imkonini beradi. Raqobatchilar haqida ma'lumotlar esa kompaniyalarga o'z pozitsiyalarini mustahkamlash va bozorda raqobatbardoshligini oshirishda yordam beradi. Shuningdek, axborotni to'g'ri yig'ish va tahlil qilish savdo jarayonlarini optimallashtirishga xizmat qiladi, bu esa oxir-oqibatda kompaniyaning daromadlariga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli, savdoda axborotning tavsifi va turlari haqidagi bilimlar har qanday biznes uchun zarurdir.

**Kalit so'zlar:** axborot, savdo aloqalari, ishlab chiqarish, talab va taklif, tovar, ishchi kuchi, sotish kanallari.

**Savdoda axborot bu** - savdo jarayonida muhim ma'lumotlar, masalan, mahsulotlar, narxlar, mijozlar va bozor tendentsiyalari haqida to'plangan va tahlil qilingan ma'lumotlardir. Bu axborot kompaniyalar uchun strategik qarorlar qabul

qilishda yordam berib, raqobatbardoshlikni oshiradi va mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilaydi. Savdoda axborotning to'g'ri tahlili biznes muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

Professional savdoda axborot tushunchasi, savdo jarayonida muhim ahamiyat kasb etadigan va kompaniyaning muvaffaqiyatini ta'minlash uchun zarur bo'lgan ma'lumotlar to'plamini anglatadi. Bu tushuncha, asosan, bozor tahlili, mijozlar ehtiyojlari, raqobatchilar faoliyati va iqtisodiy sharoitlar kabi omillarni o'z ichiga oladi. Savdo axboroti, kompaniyalar uchun strategik qarorlar qabul qilishda yordam beradi, chunki u to'g'ri va aniq ma'lumotlarga asoslangan holda amalga oshiriladi. Masalan, bozorning talab va taklifini aniqlash orqali kompaniya o'z mahsulotlarini qanday narxda sotish kerakligini belgilaydi yoki yangi mahsulotlarni ishlab chiqishda mijozlarning xohish-istaklarini hisobga oladi. Shuningdek, raqobatchilar haqida to'plangan axborotlar orqali kompaniya o'z pozitsiyasini mustahkamlash va bozor ulushini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bunday axborotni yig'ish va tahlil qilish jarayoni zamonaviy texnologiyalar yordamida yanada samarali amalga oshirilmoqda, masalan, katta ma'lumotlar (big data) va sun'iy intellekt (AI) vositalari orqali. Shu bilan birga, professional savdoda axborotning aniq bo'lishi ham juda muhimdir; ya'ni ma'lumotlar yangiligi, ishonchliligi va dolzarbligi ta'minlanishi kerak.

Axborotni turlarga ajratish, professional savdo sohasida muhim ahamiyatga ega jarayon hisoblanadi. Buning asosiy maqsadi, turli xil ma'lumotlarni to'g'ri va samarali tarzda tasniflash orqali savdo jarayonlarini optimallashtirishdir. Axborot turlarini aniqlash, kompaniyalar uchun mijozlar bilan aloqalarni yaxshilash, bozor tendensiyalarini tushunish va raqobatchilarni tahlil qilish imkonini beradi. Masalan, mijozlar haqidagi ma'lumotlarni segmentlarga ajratish orqali, kompaniyalar o'z mahsulotlari yoki xizmatlarini aniqroq yo'naltirishlari mumkin. Bu esa natijada savdo ko'rsatkichlarini oshirishga olib keladi. Bundan tashqari, axborotni turlarga ajratish, qaror qabul qilish jarayonini yengillashtiradi. Ma'lumotlar to'plami ichida muhim va dolzarb axborotlarni tezda topish imkonini beradi. Savdo mutaxassislari uchun bu juda muhim omil bo'lib, tezkor va aniq qarorlar qabul qilish ularning

muvaffaqiyatiga bevosita ta'sir qiladi. Axborotning turli kategoriyalarga ajratilishi orqali kompaniyalar o'z strategiyalarini yanada samarali ishlab chiqishi va amalga oshirishi mumkin.

Savdo jarayonini olib boorish sohasida axborot turli xil shakllarda va maqsadlarda o'zini namoyon etadi. Professional savdoda axborotning asosiy turlarini aniqlash uchun, avvalo, savdo jarayonining qanday bosqichlaridan o'tishini va har bir bosqichda qanday axborot zarurligini tushunish muhimdir. Quyida professional savdoda uchraydigan asosiy axborot turlari keltirilgan:

Bozor tadqiqoti axboroti
Mahsulot axboroti
Mijoz axboroti
Raqobat axboroti
Savdo natijalari axboroti
Marketing axboroti
Moliyaviy axboroti

**Rasm 1. Professional savdoda axborotning turlari.**

— *Bozor tadqiqoti.* Axboroti Bozor tadqiqoti axboroti, iste'molchilar, raqobatchilar va bozor tendentsiyalari haqida ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bu turdagi axborot kompaniyaga o'z mahsulotlarini yoki xizmatlarini qaysi segmentlarga yo'naltirish kerakligini aniqlashda yordam beradi. Bozor tadqiqoti odatda so'rovlar, intervyular va statistik ma'lumotlar orqali to'planadi.

— *Mahsulot axboroti.* Mahsulot axboroti mahsulotning xususiyatlari, afzalliklari va narxlari haqida ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bu turdagi axborot xaridorlarga mahsulotni tanlashda yordam beradi va sotuvchilar uchun mahsulotni samarali ravishda taqdim etish imkonini yaratadi.

— *Mijoz axboroti.* Mijoz axboroti mijozlarning ehtiyojlari, xulq-atvori va xarid qilish odatlari haqida ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Bu turdagi axborot

kompaniyalarga mijozlarga moslashtirilgan takliflar yaratishga yordam beradi va mijozlar bilan munosabatlarni yaxshilaydi.

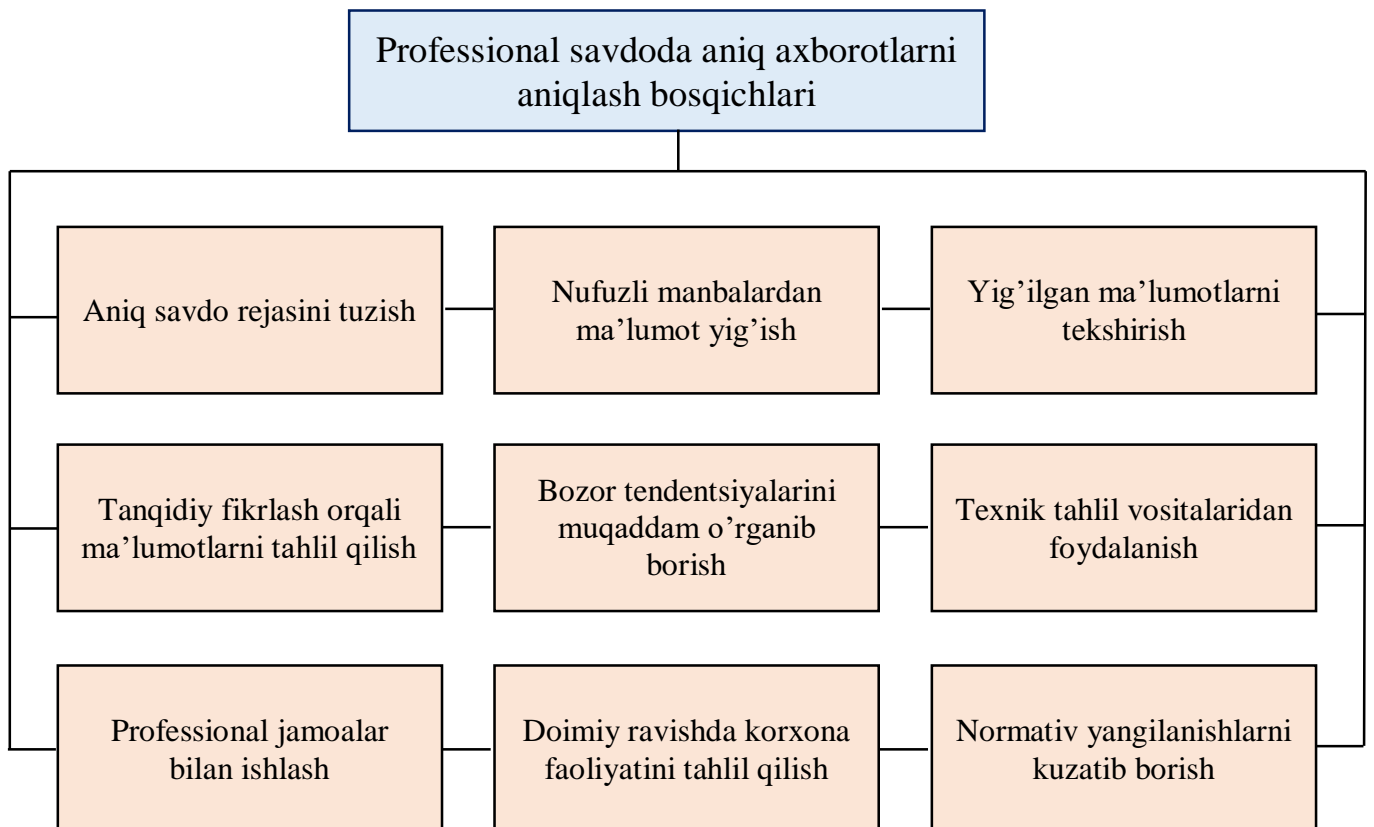
— *Raqobat axboroti.* Raqobat axboroti raqobatchilar haqida ma'lumotlarni to'playdi, jumladan ularning strategiyalari, kuchli va zaif tomonlari hamda bozor ulushlari. Bu turdagi axborot kompaniyaga o'z pozitsiyasini baholashga va raqobatbardosh strategiyalar ishlab chiqishga yordam beradi.

— *Savdo natijalari.* Axboroti Savdo natijalari axboroti kompaniyaning savdo ko'rsatkichlarini o'lchaydi, masalan, sotilgan mahsulotlar soni, daromadlar va foyda marjasi kabi ko'rsatkichlar. Bu turdagi axborot kompaniya faoliyatining samaradorligini baholashda muhim ahamiyatga ega.

— *Marketing axboroti.* Marketing axboroti reklama kampaniyalari, brend imiji va marketing strategiyalarini o'z ichiga oladi. Bu turdagi axborot kompaniyaga bozorni jalb qilish uchun eng yaxshi usullarni aniqlashga yordam beradi.

— *Moliyaviy axborot.* Moliyaviy axborot kompaniyaning moliyaviy holati haqida ma'lumot beradi, shu jumladan balans hisobotlari, daromad hisobotlari va naqd pul oqimlari. Bu turdagi axborotni investorlar va boshqaruv jamoasi qaror qabul qilish jarayonida foydalanadi.

Professional savdoda ishonchli ma'lumotni aniqlashning birinchi bosqichi — bu ma'lumot manbasini baholashdir. Ishonchli manbalar odatda Bloomberg, Reuters yoki The Wall Street Journal kabi tan olingan moliyaviy yangiliklar tashkilotlari, tartibga soluvchi organlar va obro'li moliyaviy tahlilchilar yoki institutlarni o'z ichiga oladi. Savdogarlar odatda aniqlik va yaxlitlik tarixiga ega manbalardan kelgan ma'lumotlarni afzal ko'rishlari kerak. Bundan tashqari, manbaning manfaatlar to'qnashuvi bo'lish ehtimoli bor-yo'qligini tekshirish juda muhimdir; masalan, agar moliyaviy tahlilchi ma'lum bozor harakatlaridan foyda ko'radigan brokerlik kompaniyasida ishlasa, ularning hisobotlari biryoqlama bo'lishi mumkin. Manbaning ishonchliligini sinchiklab o'rganish orqali savdogarlar noto'g'ri ma'lumotlarni filtrlashlari va ishonchliroq bo'lgan ma'lumotlarga e'tibor qaratishlari mumkin.



**Rasm 2. Professional savdoda aniq axborotlarni aniqlash bosqichlari.**

Professional savdo ishtirokchilari potentsial ishonchli manbani aniqlagandan so'ng, keyingi qadam ma'lumotni boshqa bir nechta obro'li manbalar bilan solishtirishdir. Bu jarayon bozor voqealari yoki tendentsiyalari haqida xabar berishdagi izchillikni tekshirish uchun turli platformalarni tahlil qilishni o'z ichiga oladi. Masalan, agar savdogar moliyaviy yangiliklar veb-saytida bir kompaniyaning daromadlar hisobotini o'qisa, ushbu ma'lumotni kompaniyaning rasmiy press-revizlari yoki boshqa moliyaviy yangiliklar manbalaridan tekshirish kerak. Ma'lumotni solishtirish faktlarni tasdiqlashga yordam beradi va yaxshiroq xabardor bo'lgan savdo qarorlarini qabul qilish uchun kengroq kontekstni taqdim etadi. Bu, shuningdek, noto'g'ri yoki chalg'ituvchi bo'lishi mumkin bo'lgan bitta manbaga bog'liq bo'lishni kamaytiradi.

Savdo ishtirokchilari o'zlari to'plagan ma'lumotlarning aniqligini baholash uchun tahliliy vositalar va ma'lumotlarni tasdiqlash texnikalaridan foydalanishlari kerak. Bunga statistik tahlil dasturlari yoki real vaqt rejimida ma'lumotlarni tahlil qilish va tarixiy samaradorlik ko'rsatkichlarini taqdim etuvchi platformalardan

foydalanish kiradi. Savdogarlar narx jadvallari, hajm tendensiyalari va boshqa texnik ko'rsatkichlarni tahlil qilib, yangilik maqolalari yoki tahlilchilar hisobotlarida keltirilgan da'volarni tasdiqlashlari mumkin. Shuningdek, ommaviy kompaniyalar uchun SEC (Qimmatli qog'ozlar va birjalar komissiyasi) tomonidan taqdim etilgan hisobotlardan foydalanish orqali ularning moliyaviy holati haqida asosiy ommaviy axborot vositalarida berilgan ma'lumotlardan tashqarida ma'lumot olish mumkin. Ma'lumotlarni sifat jihatdan baholashni kvantitativ tahlil bilan birlashtirish orqali savdogarlar aniq ma'lumotlarga asoslangan holda yanada yaxshi qarorlar qabul qilishlari mumkin.

### **Xulosa**

Savdoda axborot muhim ahamiyat kasb etadi, chunki ular ongli qarorlar qabul qilish uchun asos bo'lib xizmat qiladi va bir nechta turlarga bo'linadi: fundamental ma'lumotlar, bu iqtisodiy ko'rsatkichlar, daromad hisobotlari va moliyaviy bozorlarga ta'sir qiluvchi yangiliklarni o'z ichiga oladi; texnik ma'lumotlar, bu narx diagrammalari, savdo hajmlari va kelajakdagi narx harakatlarini oldindan bashorat qilish uchun tahlil qilinadigan naqshlarni o'z ichiga oladi; sentiment ma'lumotlari, bu ishtirokchilarning umumiy kayfiyatini so'rovnomalar yoki ijtimoiy tarmoqlar tahlili orqali aks ettiradi; va kvantitativ ma'lumotlar, bu statistik ma'lumotlar va algoritmik savdo strategiyalarida foydalaniladigan algoritmlarni o'z ichiga oladi. Bundan tashqari, savdogarlar savdo amaliyotlarini tartibga soluvchi qonunlarga rioya qilish uchun tartibga soluvchi ma'lumotlardan foydalanadilar. Har bir ma'lumot turi savdo strategiyalarini shakllantirishda, xavf-xatarni boshqarish yondashuvlarida va bozorni umumiy tushunishda muhim ahamiyat kasb etadi.

### **Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODAGI UMUMIY KOMMUNIKATSIYA TURLARI VA MOHIYATI. Nordic\_Press, 3(0003).
2. Maksudov, M. (2024). XALQARO SAVDO PALATASI (XSP) VA XALQARO BOJ TASHKILOTI (XBT). Nordic\_Press, 3(0003).
3. Khusanova, G. (2024). TOVAR AKSIYALARI TURLARI VA UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).

4. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2025). THE ROLE OF AGRICULTURE IN THE DEVELOPMENT OF THE EXPORT POTENTIAL OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 63(4), 354-361.

5. Khusanova, G. (2024). SAVDO AMALIYOTINI AMALGA OSHIRISHDA AXBOROTNING O'RNI. Nordic\_Press, 3(0003).

6. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2025). IMPACT OF WORLD BANK PROJECTS ON THE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY'S INDUSTRY. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 63(4), 345-353.

7. Khusanova, G. (2024). SALOHİYATLI MIJOZLAR BILAN ISHLASH BOSQICHLARI TAHLILI. Nordic\_Press, 3(0003).

8. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2025). POSSIBILITIES OF USING CHINESE EXPERIENCE IN COMBATING POVERTY IN UZBEKISTAN. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 63(4), 362-370.

9. Maksudov, M. (2025). XALQARO MEHNAT TAQSIMOTI VA ULARGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAVSIFI. Nordic\_Press, 6(0006).

10. Khusanova, G. (2024). MOTIVATSION SOTISH JARAYONINING UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).

11. Sherzodjon o'g'li, H. U. (2025). THE MAIN DIRECTIONS OF CHINA'S "ONE BELT-ONE ROAD" PROJECT AND THE IMPORTANCE OF UZBEKISTAN'S PARTICIPATION. ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ, 63(4), 335-344.

12. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODA SOTISH JARAYONLARINING BOSQICHLARI TASNIFI. Nordic\_Press, 3(0003).