

# KAMBAG‘ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHGA YO‘NALTIRILGAN OILAVIY TADBIRKORLIKDA INSON IMKONIYATLARIGA YONDASHUVI

**Ernazarova Nilufar Nozimjonovna**

Namangan muhandislik-qurilish instituti katta o‘qituvchisi

## **Annotatsiya**

Ushbu maqolada kambag‘allik darajasini qisqartirish jarayonida oilaviy tadbirkorlikning roli va uning inson imkoniyatlarini kengaytirish konsepsiyasi doirasidagi ahamiyati ilmiy-nazariy asosda tahlil qilinadi. Tadqiqotda oilaviy tadbirkorlikning mamlakat iqtisodiyotidagi o‘rni, uning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish va kambag‘allikni kamaytirish jarayoniga ta’siri chuqur o‘rganiladi. Shuningdek, oilaviy tadbirkorlikning samaradorligini oshirishga qaratilgan omillar tizimi ishlab chiqilib, ushbu omillarning iqtisodiy barqarorlikka ta’siri ilmiy nuqtai nazardan asoslanadi. Maqolada oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish va kambag‘allikni qisqartirish strategiyalarining samaradorligi baholanib, ularni yanada takomillashtirish bo‘yicha amaliy va nazariy tavsiyalar ilgari suriladi.

**Kalit so‘zlar:** globallashuv, kambag‘allik darajasi, oilaviy korxonalar, oilaviy biznes, oilaviy tadbirkorlik, kichik biznes, harakatlar strategiyasi, ehtiyojmand aholi.

## **Аннотация**

В данной статье проводится научно-теоретический анализ роли семейного предпринимательства в процессе снижения уровня бедности и его значимости в рамках концепции расширения человеческих возможностей. Исследование охватывает изучение места семейного предпринимательства в экономике страны, его влияние на социально-экономическое развитие и сокращение бедности. Также разработана система факторов, направленных на повышение эффективности семейного предпринимательства, и обосновано их влияние на экономическую стабильность с научной точки зрения. В статье оценивается эффективность стратегий развития семейного предпринимательства и сокращения бедности, а также предлагаются практические и теоретические рекомендации по их дальнейшему совершенствованию.

**Ключевые слова:** глобализация, уровень бедности, семейные предприятия, семейный бизнес, семейное предпринимательство, малый бизнес, стратегия действий, нуждающееся население.

## **Abstract**

This article provides a scientific-theoretical analysis of the role of family entrepreneurship in the process of reducing poverty levels and its significance within the framework of the concept of expanding human capabilities. The study examines the position of family entrepreneurship in the national economy, its impact on socio-economic development, and its influence on poverty reduction. Additionally, a system of factors aimed at increasing the efficiency of family entrepreneurship is developed, and the impact of these factors on economic stability is substantiated from a scientific perspective. The article evaluates the effectiveness of strategies for the development of

family entrepreneurship and poverty reduction, while also presenting practical and theoretical recommendations for their further improvement.

**Keywords:** globalization, poverty level, family enterprises, family business, family entrepreneurship, small business, action strategy, vulnerable population.

## KIRISH

Iqtisodiy o‘shish va kambag‘allikni qisqartirishda oilaviy tadbirkorlik muhim o‘rin tutadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, oilaviy tadbirkorlikning rivojlanishi bilan bog‘liq masalalar hozirda dunyo mamlakatlari taraqqiyotida muhim ahamiyatga ega bo‘lib, hech bir mamlakat oilaviy tadbirkorlik sektorining katta hissisiz rivojlanmagan. Oilaviy tadbirkorlikning samaradorligi iqtisodiy o‘shish va rivojlanish vositasi sifatida kambag‘allik darajasini pasaytirishga yordam berishini isbotlash ushbu tadqiqot oldiga qo‘yilgan maqsaddir.

Inson qobiliyatlariga yondashuv bu tadbirkorlarning qanday resurslarga ega ekanligiga qarashdan ko‘ra, kelajakdagi va amaldagi tadbirkorlarning, ularning individual shaxslarining ijtimoiy-iqtisodiy holatini, ular o‘zlarining shaxsiy, moddiy hamda ijtimoiy resurslari bilan nima qila olishlarini hisobga oladi. Shu sababli, moddiy resurslarning mavjudligini faqat oilaviy tadbirkorlik muvaffaqiyatining prognozi sifatida ko‘rib chiqish maqsadga muvofiqdir. Inson qobiliyatlari yondashuvi shundan dalolat beradiki, insonlarda shaxsning tanlash va harakat qilish erkinligiga aniq qiziqish uyg‘otganligi sababli tadbirkorlik bilan shug‘ullanishini, “inson nima qila oladi va natijasi nima bo‘lishi mumkin?” savoliga javob berishga harakat qilishi, bu foydali bo‘lishini anglatadi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning nazariy-uslubiy asoslari bo‘yicha xorijiy olimlardan: J. B. Sey, A. Smit, A. Marshall, Y. Shumpeter, J. Keyns, R. Xizrich, M. Piters, F. Xayek, M. Lapusta, Yu. Starostin, K. Makkonnell, S. Bryu [1–8] va boshqalarning ilmiy ishlarida yoritib berilgan.

Shu bilan birga, Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligi (MDH) davlatlarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini tadqiq etish hamda ekonometrik modellashtirish bo‘yicha V. M. Vlasova, A. Raiskiy, A. Shestakov, N. Ye. Yegorova, V. M. Savchenko, V. M. Shepelov, M. A. Fedotova va boshqalar ilmiy izlanishlar olib borishgan [9–15].

O‘zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikning umumiy muammolari, statistik ko‘rsatkichlarini takomillashtirish hamda prognozlash masalalari bo‘yicha mahalliy olimlardan: S. S. G‘ulyamov, Yo. Abdullayev, B. K. G‘oyibnazarov, M. R. Boltabayev, O. T. Kenjaboyev, O. Q. Rixsimboyev, A. B. Yugay, N. Q. Murodova, Z. Ya. Xudoyberdiyeva, H. P. Abulqosimov, A. A. Qulmatov va boshqalar ilmiy tadqiqotlar olib borganlar [16–24].

## METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida ma'lumotlarni chuqur va tizimli tahlil qilish maqsadida bir qator ilmiy-uslubiy yondashuvlar qo‘llanilgan. Jumladan, tadqiqot doirasida statistik kuzatish usuli orqali dastlabki ma'lumotlar yig‘ilgan va ularning ishonchligi

baholangan. Olingan ma'lumotlar statistik jamlash va guruhlash usuli yordamida tartibga keltirilib, umumiy tendensiyalar aniqlangan. Tahlil jarayonida o'rtacha miqdorlar usuli qo'llanilib, asosiy ko'rsatkichlarning umumiy xususiyatlari baholangan. Dinamika qatorlari orqali vaqt davomida ro'y berayotgan o'zgarishlar kuzatilib, tendensiyalar aniqlangan. Shuningdek, o'zgaruvchilar o'rtasidagi bog'liqlik darajasini aniqlash uchun korrelyatsion va regression tahlil usullari qo'llanilgan. Bundan tashqari, ekonometrik modellashtirish usuli yordamida asosiy omillar o'rtasidagi o'zaro ta'sir tahlil qilinib, natijalarni matematik modellar asosida ifodalashga harakat qilingan. Tadqiqot yakunida esa prognozlash usullari yordamida kelajakdagi tendensiyalarni oldindan baholash va ilmiy xulosa chiqarish amalga oshirilgan.

## TAHLIL VA NATIJALAR

Kambag'allikning konseptual tavsifi uning ko'p qirrali tabiati va ta'riflarining xilma-xilligi tufayli munozarali hisoblanadi. Fikrimizcha, kambag'allikni ma'lum bir muddatga moddiy resurslarning majburiy yetishmasligi yoki mahrum bo'lishi, normal faoliyatda qatnashish va odat tusiga kirgan qulayliklar hamda yashash sharoitlaridan foydalana olmaslik deb tushunish o'rinli. Kambag'allikka nisbatan bunday iqtisodiy yondashuv kambag'allikni asosan ma'lum chegaradan past bo'lgan odamlarning iste'moli va faoliyati nuqtai nazaridan tasavvur qiladigan Xalqaro Valyuta Jamg'armasi va Jahon banki kabi xalqaro rivojlanish agentliklarining yondashuviga mos keladi. Jahon bankinging kengaytirilgan ta'rifi [25] kambag'allikni ko'p o'lchovli tushuncha sifatida ko'rib chiqadi, uning ma'nosi, sabablari va ahamiyati jinsi, yoshi, madaniyati va boshqa ijtimoiy hamda iqtisodiy kontekstlarga qarab farqlanadi.

Xususan, Gananing qishloq va shaharlarida erkaklar kambag'allikni moddiy boyliklarning yetishmasligi bilan bog'laydilar, ayollar esa uni oziq-ovqat xavfsizligi sifatida belgilaydilar [26]. Mamlakatimizda esa kambag'allikni aholi, jumladan, ayollar va erkaklar, asosan, ishsizlik oqibati sifatida qabul qiladi. Shu sababli hukumat tomonidan aholi bandligini ta'minlashga qaratilgan chora-tadbirlar doirasida 2020-yilda "Aholi bandligi to'g'risida"gi O'zbekiston Respublikasi qonuni [27] qabul qilindi.

Ushbu qonunning 12-moddasida mahalliy ijro hokimiyati organlarining aholi bandligi sohasidagi vakolatlari quyidagicha belgilab berilgan: ish o'rinlari tashkil etilishini va aholi bandligining o'sishini rag'batlantirish, ishsizlik darajasini qisqartirish, aholining ijtimoiy ehtiyojmand toifalarini ishga joylashtirish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish; yangi ish o'rinlari tashkil etilishini rag'batlantirish bo'yicha hududiy jamg'armalar faoliyatini boshqarish, shu jumladan, tadbirkorlik subyektlarini qo'llab-quvvatlash uchun tijorat banklarida kredit liniyalarini ochish choralari ko'rish; aholining ijtimoiy ehtiyojmand toifalarini ishga joylashtirish uchun davlat-xususiy sheriklik shartlari asosida tashkilotlarni barpo etish; oilaviy tadbirkorlikni, hunarmandchilikni, tomorqa xo'jaliklaridagi qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishlarini va kasanachilikni rivojlantirishga ko'maklashish.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, kambag'allikni tavsiflashda avlodlararo tafovutlar ham mavjud. Hozirgi kunda yoshlar daromad olish qobiliyatini eng muhim

boyluk deb bilishadi. Kambag'allik darajasini chuqurroq tushunish uchun uning tarqalishini kontekstga asoslangan holda tahlil qilish talab etiladi. Buni esa o'z navbatida, pandemiyaning tarqalishi sababli dunyo bo'ylab kambag'allik darajasining oshib ketishi bilan izohlash mumkin.

Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasining qishloq joylarida kam daromadli ish o'rinlari, ishsizlik, yersizlik va zamonaviy qulayliklarning yetishmasligi kambag'allikning asosiy sabablaridan biridir. Iqtisodiy sharoitlar va ishlab chiqarish vositalaridan foydalanishga e'tibor qaratish, yangi oilaviy tadbirkorlik subyektlarini tashkil etish kambag'allikni qisqartirish hamda barqaror turmush darajasini yaratishga xizmat qiluvchi moliyaviy, insoniy va jismoniy ehtiyojlarni qondirishga imkon yaratadi.

Albatta, kambag'allik ishlab chiqarishdagi kamchiliklar va cheklangan qo'llab-quvvatlash tizimlarining mavjudligi bilan ham bog'liq bo'lishi mumkin. Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, shuni ta'kidlash mumkinki, kambag'allik uy xo'jaliklarining past mahsuldorligi, moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatining cheklanganligi hamda tadbirkorlik uchun boshqa iqtisodiy va ijtimoiy rag'batlarning yetishmasligi oqibatida yuzaga keladi.

O'zbekiston Respublikasida grantlar va subsidiyalar berish, yoshlar imkoniyatlarini kengaytirish markazlarini yaratish va "Yoshlar ishlari agentligi"[28] faoliyati orqali yoshlarni kichik biznes va xususiy tadbirkorlikka keng jalb etish, zamonaviy kasb-hunarlar, raqamli iqtisodiyot ko'nikmalarini puxta egallashlari uchun qo'shimcha shart-sharoitlar yaratish, ularni ish bilan ta'minlash jarayonlariga ko'maklashish orqali kambag'allik darajasini qisqartirishga qaratilgan ko'plab siyosiy tashabbuslar amalga oshirilgan bo'lsa-da, hali ham kambag'allik darajasi saqlanib qolmoqda.

Bu esa hukumatning kambag'allikka qarshi tashabbuslarni asosiy yo'nalishda qo'llashi, kambag'allikni qisqartirishni rejalashtirish, davlat dasturlarini keng ko'lamda amalga oshirish va byudjetni qo'llab-quvvatlash siyosati keng qamrovli ma'lumotlarga zid kelayotganligini tasdiqlamoqda. Shunday qilib, intellektual imkoniyatlarning pastligi, tadbirkorlik imkoniyatlarining yoki korxonalarining tadbirkorlik yo'nalishining cheklanganligini hisobga olgan holda, yangi tadbirkorlik boshlovchilarni moliyalashtirishni ta'minlashga urg'u beradigan ta'minot tomonidagi yondashuvlar bu qiyosiy yondashuvni inkor etayotganga o'xshaydi.

Shunday qilib, kambag'allikni qisqartirishga yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik korxonalarining rivojlanishi bozordagi bo'shliqlardan optimal foydalanish, mahsulot va xizmatlarni keng miqyosda ishlab chiqarish hamda tashkiliy innovatsiyalarni amalga oshirish orqali oilaviy tadbirkorlikning rivojlanish yo'nalishiga o'tish qobiliyatiga bog'liq. Oilaviy tadbirkorlik tovarlar yoki xizmatlarni taqdim etishda mavjud bozor bo'shliqlarini yopish va kapital hajmi, foydasi hamda ishchilar soni bo'yicha korxonani kengaytirish uchun innovatsiyalar bilan shug'ullanishni talab qilsa-da, oilaviy tadbirkorlik egalari bu masalalarni har doim ham e'tiborga olmaydilar.

Bunday uzoqni ko'ra olmaslik ko'pchilik oilaviy tadbirkorlik korxonalarining zaruriyati va albatta, kelgusi istiqbolli yo'nalishining natijasidir. Shunday qilib,

ko'pchilik oilaviy tadbirkorlik korxonalari ish bilan ta'minlash va atrofdaagi jamoalarga hayotni qo'llab-quvvatlash imkoniyatlarini yaratish orqali kambag'allikni keskin qisqartirish qobiliyatiga ega bo'lmasligi mumkin. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlar daromad keltiradigan ishlarni boshlash va daromad olishning o'ziga xos risklarini o'z zimmalariga olishlari uchun ijodiy hamda innovatsion ko'nikmalarni talab qiladi.

Shunday qilib, kambag'allikni qisqartirishga yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik korxonalari munosib ish o'rinlarini yaratish, odamlarning imkoniyatlarini kengaytirish va ularning atrofidaagi jamoalarni stressli kambag'allik holatlaridan chiqarish uchun kuchli ijodkorlik va innovatsion yo'nalishga ega bo'lishi kerak.

Oilaviy tadbirkorlik imkoniyatlarini tan olish, ijodkorlik va foydani optimallashtirish bilan aholini band qilish hamda iqtisodiy risklarni o'z zimmasiga olish kambag'allikni qisqartirish uchun eng to'g'ri yo'l hisoblanadi. Bu qisman kambag'allikni qisqartirishga yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlikning ijtimoiy imkoniyatlarini va salohiyatini oshirishni o'z ichiga olgan bandlikni ta'minlash hamda daromadni oshirishga bog'liq. Oilaviy tadbirkorlik marginal foyda va odatdagidek yondashuvlardan mamnun bo'lgan kichik biznesga qaraganda nisbatan ko'proq tavakkal qilishlari va innovatsiyalarga ko'proq e'tibor qaratishlari talab etiladi.

Tadbirkorlikka yo'naltirilganlik, garchi oilaviy tadbirkorlik mahsuloti bo'lishi mumkin bo'lsa-da, barcha kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari ham kuchli tadbirkorlik yo'nalishiga ega emas. Tadbirkorlikka yo'naltirilganlik tabiatan oilaviy tadbirkorlik darajasiga ishora qiladi.

Kuchli tadbirkorlikka yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik tavakkalchilik, faollik, innovatsiya, raqobatbardosh tajovuzkorlik va avtonomiya kabi beshta asosiy xususiyatni namoyon etadi. Ushbu besh atributning har birini aniqlash mumkin bo'lsa-da, tadqiqotlar tadbirkorlikka yo'naltirilganlikni faoliyat sohasidan qat'i nazar, biznes samaradorligiga katta hissa qo'shuvchi omil sifatida keltirish mumkin.

Tadbirkorlikka yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotni ta'minlash orqali kambag'allikni subsidiyalashda muhim rol o'ynashi mumkin.

Tadbirkorlikka yo'naltirilganlik iqtisodiyotda ko'pincha o'sish, raqobatbardosh ustunlik va yuqori samaradorlikning asosi sifatida qabul qilinadi. Tadbirkorlikka yo'naltirilganlik oilaviy tadbirkorlik egalari o'z bizneslarining tashkiliy maqsadlarini amalga oshirish, o'z qarashlarini saqlab qolish va raqobatbardosh ustunliklarni yaratish uchun foydalanadigan tadbirkorlik strategiyasini ishlab chiqish jarayonini aks ettiradi.

Tadbirkorlikka yo'naltirilganlik oilaviy tadbirkorlikning moliyaviy barqarorligi va raqobatbardoshligini yaratishda muhim rol o'ynaganligi sababli uning ish bilan ta'minlash imkoniyatlarini kengaytirish, daromad yaratish, shaxsiy ijtimoiy tarmoqlarni rivojlantirish hamda insonlar hayotini yaxshilaydigan boshqa ehtiyojlar uchun imkoniyatlarni kengaytirish xususiyatiga ega. Shu sababga ko'ra, O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish, aholi bandligini ta'minlash, yoshlar va xotin-qizlar tashabbuslarini keng miqyosda moliyaviy qo'llab-quvvatlash maqsadida qabul qilingan "Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish dasturlari doirasida amalga oshiriladigan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi [29] qaror

kambag'allik darajasini sezilarli darajada qisqartirishi mumkin. Bunday tadbirkorlikka yo'naltirilgan qarorlar va harakatlar uchun asos bo'ladigan siyosat hamda amaliyotlarning ta'siri kambag'allikni qisqartirishga xizmat qiladi.

Kichik biznes va tadbirkorlikka yo'naltirilganlik o'rtasidagi oldindan aytilgan bog'liqlikni hisobga olgan holda, tadbirkorlikka yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik bilan shug'ullanish mantiqan to'g'ri keladi. Shunga ko'ra, tadbirkorlikka yo'naltirilgan kichik korxonalar bozor takliflarini jonlantirish uchun innovatsiyalarga tayyor bo'lib, yangi mahsulot va xizmatlarni sinab ko'rish orqali tavakkal qiladilar. Olib borilgan tadqiqotlar tadbirkorlikka yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlikni oila daromadini ko'paytiruvchi subyekt sifatida ko'rsatsa-da, ularning xodimlarining boshqaruv va moliyaviy imkoniyatlarini oshirish hamda muayyan identifikatorlarni qabul qilish orqali ijtimoiy imkoniyatlarni kengaytirish bunday korxonalar uchun qo'shimcha ijtimoiy imtiyozlar yaratishi mumkin.

Oilaviy tadbirkorlikka yo'naltirilgan korxonalarining tabiatini o'rganganimiz sababli oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish orqali kambag'allikni qisqartirish o'rtasidagi bog'liqlikni tahlil qilish muhim ahamiyat kasb etadi. Oilaviy tadbirkorlikni tashkil etish orqali daromadni oshirish va bandlikni ta'minlash imkoniyatlarini yaratish kambag'allikni qisqartirishga ijobiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Haqiqiy tadbirkorlik yangi bozorlar, yangi sanoatlar, yangi texnologiyalar, yangi institutsional shakllar, real samaradorlikning oshishi va kambag'al odamlarning daromad olish hamda hayotiy ehtiyojlarini qondirish uchun barqaror ish o'rinlarini yaratish orqali ijtimoiy boylikka hissa qo'shishi lozim. Shuning uchun tadbirkorlik va kambag'allikni qisqartirish o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud deb taxmin qilish mantiqan to'g'ri keladi, ya'ni tadbirkorlikning o'sishi kambag'allik darajasini pasaytirishi lozim. Shu bilan birga, yaratilgan bandlik imkoniyatlarining barqaror bo'lishi, aholi turmush farovonligini yaxshilash uchun iqtisodiy imkoniyatlarni ta'minlashi va odamlarning o'z-o'ziga ishonchini mustahkamlashi kerak.

Iqtisodiy o'sish kambag'allikni qisqartirishning muhim sharti bo'lib, kambag'allikni qisqartirish aholining turmush darajasini oshiradigan iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishni yaxshilash hamda qo'llab-quvvatlashdan iboratdir. Oilaviy tadbirkorlik egalari uchun cheklangan resurslarni boshqarish bo'yicha ta'lim berish, risklarni boshqarishni hisobga olgan holda asosli biznes-rejalarni ishlab chiqishga o'rgatish muhimdir. Fikrimizcha, hukumat tadbirkorlikni shaxsiy salohiyatni rivojlantirish va malaka oshirish bilan bog'liq talablarga asoslangan aralashuvlar bilan birgalikda ko'rib chiqsa, bu nafaqat tadbirkorlar, balki oilaviy tadbirkorlik korxonalari faoliyat yuritayotgan kengroq ijtimoiy hamjamiyat uchun ham foydali bo'ladi.

Firmalarning raqobatbardosh ustunligi ko'p jihatdan ularning tashkiliy va boshqaruv jarayonlarining sifati hamda samaradorligiga bog'liq bo'lganligi sababli hukumat oilaviy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlari doirasida boshqaruv ko'nikmalari va bilimlarining ahamiyatini qanday oshirishni ko'rib chiqishi, oilaviy tadbirkorlar uchun kompleks ta'lim va kurslarni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlashi lozim. Bu kichik biznesning o'zini o'zi barqaror va raqobatbardosh bo'lishiga yordam beradi.

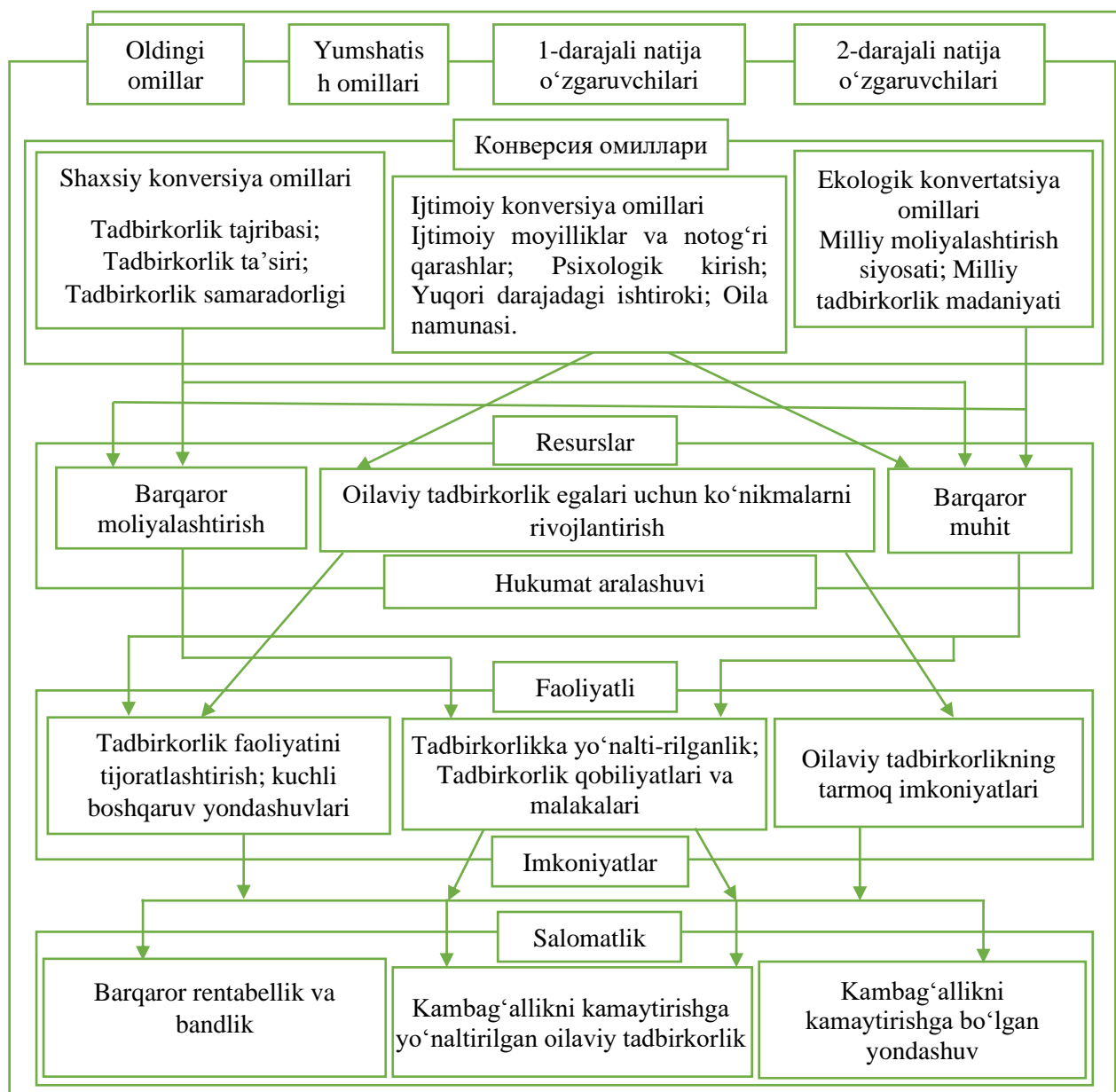
Ta'limning turli shakllari tadbirkorlik faoliyatida turlicha ta'sir ko'rsatadi. Xususan, marketing bo'yicha treningdan o'tgan oilaviy tadbirkorlik subyektlari savdo hajmini va bandlik darajasini oshirish orqali samaradorlik ko'rsatkichlariga erishadilar. Moliyaviy ta'lim olgan oilaviy tadbirkorlik egalari esa samaradorlikni oshirish maqsadida xarajatlarni qisqartirishga ko'proq e'tibor qaratadilar. Shu sababli, agar maqsad bandlikni yaratish bo'lsa, bu kambag'allikni qisqartirishga ko'proq ta'sir ko'rsatishi aniq, va agar asosiy e'tibor rentabellikka qaratilsa, ikkalasi ham muhim bo'lishi mumkin. Bundan kelib chiqadiki, oilaviy tadbirkorlik egalari bilimni mustahkamlash uchun marketing va moliyaviy ta'limni birgalikda o'qitish zarur.

Kambag'allikni qisqartirishga yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik subyektlari faoliyat yuritishi uchun davlat muassasalari tomonidan barqaror moliyalashtirish va oilaviy tadbirkorlik egalari malakasini oshirish muhim, ammo bu tadbirkorlikning rivojlanishi va barqaror rentabelligi uchun yetarli emas. Barqaror intellektual va moliyaviy resurslarni ta'minlash biznes va makroiqtisodiy kontekstda amalga oshirilishi lozim.

Ijtimoiy konversiya ishtirokchilari oilaviy tadbirkorlikni tashkil etish va faoliyat yuritishda tadbirkorlik egasining o'z-o'zini samarali boshqarish qobiliyatini hamda ichki nazorat tizimini shakllantirsa-da, milliy tadbirkorlik madaniyati va biznesni moliyalashtirish siyosati kabi ekologik konversiya omillari kambag'allikni qisqartirishga yo'naltirilgan korxonalar uchun kengroq muhitni ta'minlaydi. O'z mablag'laridan foydalanish imkoniyati oilaviy tadbirkorlik egalari ko'proq tavakkal qilish va faolroq bo'lishga undashi mumkin, chunki ularda buning uchun yetarli moliyaviy resurslar mavjud.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqqan holda, taqdim etilayotgan kambag'allikni qisqartirishga asoslangan tadbirkorlikka yo'naltirilganlik yondashuv mexanizmi resurslar, xususan, boshqaruv ko'nikmalariga davlat aralashuvi orqali muvozanatni ta'minlashi mumkin. Bir tomondan, konversiya omillari, ikkinchi tomondan esa funksiyalar va imkoniyatlar o'rtasidagi munosabatlarni muvozanatlashtirish mumkin bo'lsa-da, natija o'zgaruvchilari, ya'ni oilaviy tadbirkorlikning rentabelligi kabi tadbirkorlik rivojlanishidan oldingi funksiyalar va bandlik imkoniyatlari kambag'allikni qisqartirishda asosiy omillardan hisoblanadi. Umuman olganda, taklif etilgan mexanizmda belgilangan vazifalar qobiliyat, tovarlar va muayyan natijalarga erishishga imkon beradigan sharoitlarning funksiyasidir.

Funksiyalar tadbirkor, novator, ixtirochi, ijodiy va tashabbuskor bo'lish kabi tadbirkorlik yo'nalishlarini asoslaydi. Ushbu jihatlar tashabbuskorlik, innovatsiya, ijodkorlik va faollik kabi omillar bilan ijobiy bog'liq bo'lib, ular ko'pincha biznesni tijoratlashtirish hamda korxonalarining kuchli boshqaruv yondashuvlarida namoyon bo'ladi. Shu sababli, ko'nikmalarni rivojlantirish konversiya omillari, oilaviy tadbirkorlikning rentabelligi hamda bandlikning o'sishi o'rtasidagi munosabatlarda muvozanatlashtiruvchi omil sifatida xizmat qilishi mumkin. Biroq, turli xil boshqaruv qobiliyatlari va ko'nikmalari turli tadbirkorlik subyektlari uchun dolzarb ekanligini tushunish muhimdir.



**1-rasm. Kambag'allikni qisqartirishga asoslangan tadbirkorlikka yo'naltirilganlik yondashuv mexanizmi<sup>1</sup>**

### XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, kambag'allikni qisqartirishga yo'naltirilgan mahsulot va xizmatlar bozorini boshqarish qobiliyatlari hamda innovatsiyalarni boshqarish qobiliyatlari yuqori darajada o'zaro bog'liq bo'lishi mumkin. Chunki ular biznesning o'sishi, rentabelligi va, natijada, kambag'allikni kamaytirish uchun muhim bo'lgan ish o'rinlarini yaratish hamda daromad olishning ajralmas qismidir. Shu sababli, turli boshqaruv qobiliyatlarining ahamiyati biznesning yo'nalishi va faoliyat yuritadigan sektoriga qarab o'zgaradi.

Xususan, Namangan viloyatida rivojlanayotgan uy turizmiga yo'naltirilgan oilaviy tadbirkorlik subyektlarini o'rganish shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlikning ichki

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

tarmoq, ijtimoiy kapital tarmoqlari darajasidagi imkoniyatlari va tashqi tarmoq, innovatsiyalar kabi bozor darajasidagi imkoniyatlari oilaviy tadbirkorlikning rivojlanishi hamda rentabelligi bilan sezilarli va ijobiy bog‘liqdir.

### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Sey J.B. Traktaty politicheskoy ekonomii. – M.: Ekonomika, 1985. – 55 s.
2. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov. T.1. – M.: Os’, 1977. – 480 s.
3. Marshall A. Printsipy politicheskoy ekonomii. T.1. – M.: Progress, 1993. – 415 s.
4. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. – M.: Progress, 1985. – 159 s.
5. Keynes J. Obshchaya teoriya zanyatosti, protsenta i deneg. – M.: Ekonomika, 1948. – S. 238-241.
6. Xizrich R., Piters M. Predprinimatelstvo ili kak zavesti sobstvennoe delo i dobitsya uspexa. – M.: Progress, 1991. – 223 s.
7. Xayek F. Doroga k rassvetu. – M.: Ekonomika, 1992. – 91 s.
8. Lapusta M.G., Starostin Yu.L. Maloye predprinimatelstvo. – M.: Infra-M, 1997. – S. 87.
9. Makkonnell K.R., Bryu S.L. Ekonomiks. V 2-x t. T.1. – M., 2003. – 399 s.
10. Vlasova V.M. Osnovy predprinimatelskoy deyatel’nosti. – M.: Finansy i statistika, 1996. – 106 s.
11. Raiskiy A. Ekonomika predpriyatiya. – M.: Marketing, 2000. – 696 s.
12. Shestakov A. Predprinimatelskaya deyatel’nost. – M., 2000. – 263 s.
13. Yegorova N.Ye. Modelirovanie deyatel’nosti malogo predpriyatiya. // Ekonomika i matematicheskkiye modely. Tom 35, №2, 1999. – S. 67-69.
14. Savchenko V.M. Fenomeny predprinimatelstva. // Ros. ekonomicheskii zhurnal. – M., 2006. №9. – 46 s.
15. Shepelov V.M. Ocherki teorii i praktiki razvitiya predprinimatelstva. – T.: Fan, 1998. – 177 s.
16. Fedotova M.A. Dokhody predprinimatelya. – M., 1993. – 235 s.
17. G‘ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. – T.: 2008. – 365 b.
18. Abdullayev Yo. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari. – T.: Mehnat, 2010. – 349 b.
19. G‘oyibnazarov B.K., Boltaboyev M.R. va boshqalar. Kichik biznes va tadbirkorlik: O‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2010. – 275 b.
20. Kenjaboyev A.T. Tadbirkorlik faoliyatini axborotlashtirish milliy tizimini shakllantirish muammolari. Iqt. fan. dokt. diss. avtoref. – T.: 2005. – 39 b.
21. Rixsimboev O.Q. O‘zbekiston Respublikasida kichik va o‘rta biznesning ustuvor yo‘nalishlarini ekonometrik bashoratlash. Iqt. fan. nomz. diss. avtoref. – T.: 2002. – 22 b.
22. Yugay A.B. Modelirovanie protsessov upravleniya razvitiem proizvodstva predpriyatiy malogo biznesa. Iqt. fan. nomz. diss. avtoref. – T.: 2004. – 22 b.

23. Murodova N.Q. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. Iqt. fan. dokt. diss. avtoref. – T.: 2016. – 74 b.

24. Xudoyberdiyev Z.Ya. va boshqalar. Tadbirkorlik va ishga joylashtirish texnologiyasi. O‘quv qo‘llanma. – T.: ILMZIYO, 2016.

25. Abulqosimov H.P., Qulmatov A.A. O‘zbekistonda kichik biznes sohasida oilaviy tadbirkorlikning o‘rni va uni rivojlantirish yo‘llari. Monografiya. – T.: Universitet, 2015. – 126 b.

26. The World Bank. 2014. “Ending Poverty and Sharing Prosperity.” Global Monitoring Report 2014/2015.

27. Boateng, G. O., Boateng, A. A., Bampoe, H. S. 2015. “Microfinance and Poverty Reduction in Ghana: Evidence from Policy Beneficiaries.” Review of Business and Finance Studies 6 (1): 99–108.

28. O‘zbekiston Respublikasining 2020-yil 20-oktyabr O‘RQ-642-son "Aholi bandligi to‘g‘risida"gi Qonuni. <https://lex.uz/docs/-5055690>

29. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2020-yil 11-sentyabr 550-son “Nikoh, oila va fuqarolik holati dalolatnomalarini qayd etish sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlarni tizimlashtirish to‘g‘risida”gi Qarori. <https://lex.uz/ru/docs/-6638940>

30. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 27-mart PQ-5041-son “Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish dasturlari doirasida amalga oshiriladigan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori. <https://lex.uz/ru/docs/-5345627>



# Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

**Muharrir:**

**Ingliz tili muharriri:**

**Rus tili muharriri:**

**Musahhah:**

**Sahifalovchi va dizaynerlar:**

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

## 2025-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](mailto: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**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**