

## СОВРЕМЕННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА

**Исраилов Рустамбек Ибрагимович**

д.э.н.(DSc), профессор

Наманганский государственный технический университет

E-mail: [israilov\\_rustambek@mail.ru](mailto:israilov_rustambek@mail.ru)

### Аннотация

В данной статье рассмотрена методика оценки факторов, влияющих на развитие субъектов малого бизнеса, а также выявление факторов, влияющих на развитие малого бизнеса с использованием PEST-анализа (политические, экономические, социально-демографические, технологические факторы), сущность PEST-анализа — определение и оценка влияния макроэкологических факторов на текущие и будущие результаты деятельности субъектов малого бизнеса.

**Ключевые слова:** малый бизнес, предпринимательство, эффективность, анализ, факторы, оценка, политические факторы, экономические факторы, социально-демографические факторы, технологические факторы, результат.

### Annotatsiya

Ushbu maqolada kichik biznes subyektlarini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarini baholashning uslubiyati, kichik biznes rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillarni PEST (siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik, texnologik omillar) tahlilidan foydalanib aniqlash, PEST tahlilining mohiyati makro-ekologik omillarning kichik biznes subyektlarining joriy va kelajakdagi faoliyati natijalariga ta'sirini aniqlash va baholash, kabi masalalar ko'rib chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** kichik biznes, tadbirkorlik, samaradorlik, tahlil, omillar, baholash, siyosiy omillar, iqtisodiy omillar, ijtimoiy-demografik omillar, texnologik omillar, natija.

### Abstract

This article examines the methodology for assessing factors influencing the development of small business entities, the identification of factors affecting the development of small business using PEST analysis (political, economic, socio-demographic, technological factors), the essence of PEST analysis — determining and evaluating the impact of macro-environmental factors on the current and future performance of small business entities.

**Keywords:** small business, entrepreneurship, efficiency, analysis, factors, assessment, political factors, economic factors, socio-demographic factors, technological factors, result.

### ВВЕДЕНИЕ

Малый бизнес является важной неотъемлемой частью современной экономики, поэтому исследования, связанные с ним, являются весьма актуальными. На этапе глобализации роста мировой экономики малый бизнес сталкивается с множеством препятствий: в развивающихся странах — из-за

недостаточного внимания со стороны государства к поддержке, что делает деятельность неэффективной, в развитых странах исследования показывают, что проблемы не столь связаны с внутренними и внешними факторами.

Изменение ситуации в деятельности малого бизнеса в положительную сторону, повышение эффективности использования ресурсов, предложение инновационных идей работниками при социальной солидарности, переход к цифровой экономике, основанной на развитии IT-технологий, создают основу для развития. В некоторых развитых странах результаты деятельности малого бизнеса составляют более половины годового ВВП. Основная часть экономически активного населения занята именно в этом бизнесе. Такой результат обеспечивается не только государственными условиями для осуществления предпринимательской деятельности, но и ответственностью субъектов малого бизнеса, честностью и прозрачностью их деятельности.

Ситуация в Узбекистане аналогична – значительная часть валового внутреннего продукта формируется за счет малого бизнеса, однако вопросы честности и прозрачности ведения бизнеса остаются проблемой. Научное изучение малого бизнеса, функционирующего в Узбекистане, является актуальным, так как, оно может выявить проблемы развития и возможные способы их устранения, что в свою очередь способствует росту экономики Узбекистана. Возможно, самым важным вкладом малого бизнеса, помимо обеспечения экономического роста, является регулирование вопросов занятости, что проявляется в создании новых рабочих мест. Кроме того, малый бизнес способствует формированию среднего класса, составляющего значительную часть экономически активного населения.

## МЕТОДОЛОГИЯ

Для анализа существуют несколько вариантов, которые могут показать, как макросреда влияет на субъекты предпринимательства. При анализе развитых стран целесообразно использовать STEP-анализ, так как они обладают стабильной политической системой и развитой экономикой, где приоритет отдается социальным и технологическим факторам. PEST используется для анализа стран, которые не могут быть классифицированы как развитые. Здесь решающими факторами считаются политические и экономические.

В процессе проведения исследования мы постарались выявить факторы, эффективно влияющие на деятельность малого бизнеса, используя их классификацию, а также определить факторы, влияющие на развитие малого бизнеса, с помощью PEST-анализа (политические, экономические, социально-демографические, технологические факторы).

Сущность PEST-анализа заключается в определении и оценке влияния макроэкологических факторов на текущие и будущие результаты деятельности субъектов малого бизнеса.

PEST является аббревиатурой четырех английских слов:

P – Political/legal, E – Economic, S – Sociocultural, T – Technological forces.

Цель PEST-анализа заключается в мониторинге изменений макросреды по четырем основным направлениям и выявлении тенденций и явлений, которые не находятся под контролем предприятия, но оказывают влияние на принятие стратегических решений.

PEST-анализ представляет собой исследование, основанное на определении политических, экономических, социально-демографических и технологических факторов, влияющих на рассматриваемый процесс, а также на оценке степени влияния отдельных факторов внутри этих групп на данный процесс.

Поэтому рекомендуется использовать данный анализ для учета макросреды малого бизнеса в Узбекистане. Для выявления состояния малого бизнеса в Узбекистане в 2018–2023 годах нами был проведен анализ с помощью PEST-методики.

Данный метод часто используется академиками и практиками и может служить первым шагом для последующих исследований. Как отмечалось выше, влияние макросреды на рост малого бизнеса Узбекистана рассматривается с точки зрения четырех групп факторов: политических, экономических, социальных и технологических.

## АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате анализа исследований ученых, отчетов аналитических агентств и сбора данных на основе опроса специалистов в данной области, проведенного авторами, были сформированы группы факторов по четырем направлениям, а также их элементы, определенные по методу PEST-анализа. Для оценки влияния каждого элемента в составе группы факторов использовался диапазон от «-1 до -3» и от «+1 до +3». Знаки «минус» и «плюс» позволяют определить «негативное» или «позитивное» воздействие элемента. Описание уровня влияния воздействия факторов приведено в таблице 1.

Таблица 1

### Оценка положительных или отрицательных элементов по группам PEST-факторов в малом бизнесе<sup>1</sup>

Рейтинг	Описание воздействия
<b>Описание факторов с отрицательным влиянием</b>	
-1	Влияние факторов слабое, любое их изменение не приводит к существенным изменениям для малого бизнеса
-2	Может незначительно частично повлиять на показатели экономической эффективности малого бизнеса.
-3	Существенное влияние факторов, любое их изменение оказывает значительное воздействие на деятельность (развитие) малого бизнеса, что приводит к изменениям
<b>Описание факторов с положительным влиянием</b>	
+1	Уровень воздействия фактора низкий, любые изменения фактора почти не влияют на уровень роста малого бизнеса.

<sup>1</sup> Разработана автором

Рейтинг	Описание воздействия
+2	Лишь значительные изменения фактора оказывают влияние на уровень развития малого бизнеса.
+3	Уровень воздействия фактора высокий, любое колебание показателей фактора оказывает влияние на уровень роста малого бизнеса.

Учитывая оценку влияния внешних факторов на малый бизнес, в таблице-2 приведена сформированная матрица по результатам PEST-анализа.

**Таблица 2**

### Определение факторов, влияющих на внешнюю среду роста малого бизнеса в Узбекистане методом PEST<sup>1</sup>

Факторы	Пояснение к группе факторов
<b>Политические факторы (P)</b>	
Уровень интеграции Узбекистана в мировую экономику	Направление интеграции Узбекистана в мировое экономическое сообщество оказывает положительное влияние на малый бизнес. Субъекты малого бизнеса получают возможность налаживать партнерские связи, учиться за рубежом, повышать качество объектов недвижимости. Больше внимания уделяется стандартам качества выполнения работ. Имеются возможности открытия предприятий в других странах и расширения рынков. Политическая ситуация вызывает незначительные, но отрицательные колебания, влияющие на малый бизнес. В течение прошедших лет наблюдались существенные изменения, были внесены многочисленные законодательные инициативы, которые в будущем должны радикально изменить правила игры на рынке (ипотека, сокращение полномочий вмешательства в деятельность малого бизнеса) и принести значительные выгоды.
Политическая ситуация в Узбекистане	
Изменения в законодательной базе	
<b>Экономические факторы (E)</b>	
Постоянные колебания валютного курса по отношению к национальной валюте	Изменение валютного курса и девальвация национальной валюты приводят к росту цен на импортное сырье, что влечет за собой рост себестоимости продукции и снижение темпов производства. Снижение покупательной способности населения Узбекистана вызывает постоянные изменения спроса на различные объекты. За последние годы активное развитие малого бизнеса привело к усилению конкуренции, что отразилось на основных участниках рынка. Субъекты малого бизнеса в отрасли конкурируют не только за клиентов и качество товаров и услуг, но и за сотрудников. В соответствии с законодательным увеличением минимальной заработной платы возросла оплата труда работников отрасли, а низкий объем собственных финансовых ресурсов влияет на финансовое состояние субъектов предпринимательства.
Рост цен на материалы (сырье)	
Покупательная способность населения	
Усиление конкуренции малого бизнеса	
Повышение заработной платы работников	
Малый объем собственных финансовых ресурсов	
<b>Социально-культурные факторы (S)</b>	
Изменение предпочтений и ценностей потребителей (физических и юридических лиц) в отношении товаров, производимых малым бизнесом в Узбекистане	Несмотря на рост цен и снижение покупательной способности, на рынке увеличивается стремление потребителей к более качественным и дорогим объектам, их удобству, наличию инфраструктуры и другим факторам. В будущем эти тенденции существенно повлияют на уровень конкуренции по качеству и будут стимулировать развитие малого бизнеса. Безвизовый

<sup>1</sup> Разработана автором

Факторы	Пояснение к группе факторов
Трудовая миграция специалистов за рубеж	режим и желание получать больше заработка способствуют трудовой миграции, одновременно побуждая владельцев строительного бизнеса повышать уровень заработной платы сотрудников.
Демографическая ситуация	
Профессиональное развитие в малом бизнесе	
<b>Технологические факторы (Т)</b>	
Развитие цифровизации	Предприниматели получают новые технологии для воздействия на спрос и предложение, поиска покупателей, продвижения продукции и товаров на рынке. Автоматизация рабочих процессов и управления позволяет постепенно снижать зависимость от человеческого фактора. Наблюдается тенденция поиска высококвалифицированных специалистов. IT-сфера создает новые продукты и программы для планирования и оптимизации рабочего времени, что способствует развитию малого бизнеса. Основными потребителями отрасли являются представители IT-сектора (офисная недвижимость, жилье и др.). Развитие новых технологий способствует повышению качества выполняемых работ и уровня строительства в целом.
Автоматизация процессов	
Развитие IT	
Разработка новых технологий	

Для проведения PEST-анализа изначально были определены факторы, влияющие на развитие малого бизнеса, по 4 группам и внесены в таблицу -3, с разделением по отдельным группам.

К политическим факторам были отнесены: политическая ситуация в Узбекистане (политическая стабильность); сотрудничество с другими странами; поддержка со стороны других государств; поддержка и законодательная база со стороны государства; изменения в законодательстве; влияние государства на малый бизнес, включая долю государственной собственности; регулирование конкурентной среды в малом бизнесе государством.

В качестве экономических факторов были выделены: ВВП и ВНД на душу населения; возможности финансирования; доля малого бизнеса в уровне занятости населения; количество действующих предприятий; средняя номинальная заработная плата; стабильность курса национальной валюты; уровень инфляции; квалификация работников.

К социально-демографическим факторам, влияющим на малый бизнес, были отнесены: честность и прозрачность ведения бизнеса; демографические тенденции; тенденции в сфере образования; изменение структуры доходов; отношение к труду и отдыху; социальная мобильность населения.

К технологическим факторам, влияющим на малый бизнес, были отнесены: пригодность к производству; стимулирование инноваций; конкурентоспособность страны; возможность приобретения новых технологий; уровень внедрения новых технологий.

Для оценки степени влияния каждого фактора внутри группы и значимости его воздействия на развитие малого бизнеса были использованы заключения ведущих экспертов территориальных управлений Министерства экономического развития и сокращения бедности Республики Узбекистан по Наманганской, Ферганской и Андижанской областям. Кроме того, был проведен опрос среди руководителей

малого бизнеса, работающих в регионах. Всего в опросе участвовало 270 респондентов (по 90 человек из каждой области), выбранных на выборочной основе (таблица 3).

**Таблица 3**

**Результаты PEST-анализа и степень их воздействия влияющие факторы на развитие малого бизнеса<sup>1</sup>**

Группа факторов	Оценка респондентов **		Группа факторов	Оценка респондентов **	
	Степень воздействия фактора *			Степень воздействия фактора *	
<b>Политическая (P – Political) группа факторов (баллы / количество респондентов / процентный показатель)</b>			<b>Экономическая (E – Economic) группа факторов (баллы / количество респондентов / процентный показатель)</b>		
Политическая ситуация в Узбекистане	+2/210/78	-1/60/22	Состояние и тенденции экономики Узбекистана	+1/245/90,7	-2/25/9,3
Сотрудничество с другими государствами	+3/238/88	-2/32/12	Возможности финансирования	+2/181/67	-1/89/33
Поддержка со стороны других государств	+2/247/91,5	-1/23/8,5	Доля малого бизнеса в уровне занятости населения	+1/225/83,3	-1/45/16,4
Поддержка государства и законодательная база	+3/270/100	-	Количество действующих инфраструктур	+2/93/34,4	- 2/177/65,6
Изменения в законодательстве	+2/119/44	-2/151/56	Размер средней номинальной заработной платы	+1/254/94,1	-3/16/5,9
Влияние государства на малый бизнес, включая долю государственной собственности	+2/133/49,3	-1/137/50,7	Стабильность курса национальной валюты	+2/290/100	-
Регулирование конкурентной среды в малом бизнесе государством	+1/201/74,4	-1/69/25,6	Уровень инфляции	+3/17/6,3	- 2/253/93,7
			Квалификация работников	+2/260/96,3	-2/10/3,7
<b>Итоговые баллы:</b>	<b>+15</b>	<b>-9</b>	<b>Общие баллы</b>	<b>+14</b>	<b>-13</b>
<b>Социально-демографическая (S – Sociocultural) группа факторов (баллы / количество респондентов / процентный показатель)</b>			<b>Технологическая (T – Technological forces) группа факторов (баллы / количество респондентов / процентный показатель)</b>		
Честность и прозрачность ведения бизнеса	+2/205/75,9	-2/65/24,1	Пригодность к производству	+2/218/80,7	-2/62/19,3
Демографические тенденции	+1/36/13,3	-1/234/86,7	Стимулирование инноваций	+3/241/89,3	-1/29/10,7

<sup>1</sup> Разработано автором.

Тенденции в сфере образования	+3/174/64,4	-2/96/35,6	Конкурентоспособность страны	+2/199/73,7	-1/71/26,3
Изменение структуры доходов	+1/35/13	-1/235/87	Возможность приобретения новых технологий	+3/172/63,7	-2/98/36,3
Отношение к труду и отдыху	+3/238/88,1	-2/32/11,9	Уровень внедрения новых технологий	+2/194/71,6	-1/76/28,4
Социальная мобильность населения	+2/194/71,6	-1/76/28,4	Государственная техническая политика	+3/194/71,6	-1/76/28,4
<b>Итоговые баллы:</b>	<b>+12</b>	<b>-9</b>	<b>Итоговые баллы:</b>	<b>+15</b>	<b>-8</b>

**Примечание:**\* Исходя из методологии PEST-анализа, степень воздействия фактора была определена в диапазоне от «-1; -3» до «+1; +3». Общее количество составило 270 респондентов.

Согласно результатам PEST-анализа мы определяем группы положительных и отрицательных факторов и обосновываем их влияние на развитие малого бизнеса в Ферганской долине. На основе данных таблицы -3 мы выделяем группы факторов с наивысшими отрицательными (с «минусом») и положительными (с «плюсом») показателями (таблица - 4). Результаты анализа влияния групп факторов создают основу для разработки стратегий дальнейшего развития малого бизнеса и определения его приоритетных направлений с учетом текущего состояния.

Результаты анализа показывают, что наивысшие положительные баллы получили группы факторов с результатом «+15», а наибольшие отрицательные результаты – группы факторов с показателями «-13» и «-9» (таблица 4).

**Таблица 4**

### Группировка факторов PEST-анализа развития малого бизнеса в Узбекистане<sup>1</sup>

Группы факторов	Общий балл	Влияние факторов на развитие малого бизнеса
<b>Положительные факторы</b>		
Технологические факторы (Т)	(+15)	Технологическое развитие, цифровизация, автоматизация и дальнейшее развитие IT-сферы являются движущей силой. Использование технологических инноваций, повышение качества, скорость реагирования на изменения внешней среды и способность адаптироваться к новым вызовам современности помогают участникам рынка решать кадровые проблемы и обеспечивать конкурентные преимущества.
Политические факторы (Р)	(+15)	Политические факторы влияют на развитие малого бизнеса, так как именно государство определяет правила игры для участников рынка. Современная политическая ситуация, движение в направлении мирового сообщества открывает возможности для освоения новых технологий, опыта работы и адаптации организаций к мировым стандартам и требованиям, что повышает конкурентные преимущества и обеспечивает выход местных компаний на внешние рынки. Ряд законодательных инициатив в будущем будет способствовать развитию отрасли.

<sup>1</sup> Разработана автором

Группы факторов	Общий балл	Влияние факторов на развитие малого бизнеса
<b>Отрицательные факторы</b>		
Экономические факторы (E)	(-13)	Экономические факторы оказывают сильное дестабилизирующее влияние на деятельность малого бизнеса (рост цен на материалы и сырье, снижение покупательной способности граждан Узбекистана), что препятствует эффективной деятельности участников малого бизнеса и замедляет его развитие.
Социально-демографические факторы (S)	(-9)	Неблагоприятная демографическая ситуация, отток кадров за рубеж и их низкая квалификация являются одними из основных проблем отрасли. Сотрудничество между предприятиями, финансирование научных исследований и развитие профессионального образования помогают решать кадровые проблемы и стимулируют развитие малого бизнеса.

Согласно проведенным исследованиям, менее отрицательно воздействующие на развитие малого бизнеса являются экономические и социально-культурные. Экономические факторы оказывают наиболее отрицательное воздействие (особенно изменение валютного курса и снижение покупательной способности населения), тогда как социально-культурные факторы влияют в меньшей степени (неблагоприятная демографическая ситуация и отток кадров за рубеж).

Среди положительных факторов можно выделить: политические (принятие ряда законопроектов, способствующих развитию малого бизнеса, и движение Узбекистана в сторону мирового экономического сообщества, открывающее новые возможности для участников рынка; разработка новых технологий; автоматизация процессов) и технологические факторы.

Степень воздействия и сила влияния определённых факторов, установленных на основе метода PEST-анализа, были оценены 7 экспертами. Результаты анализа весовых значений факторов, влияющих на развитие малого бизнеса, обобщены в таблице -5.

**Таблица 5**
**Оценка реальной значимости PEST-факторов<sup>1</sup>**

Группа и вид фактора	Оценка экспертов							Общая сумма	Весовое значение фактора
	1	2	3	4	5	6	7		
<b>Политическая (P – Political/legal) группа факторов</b>									
Политическая ситуация в Узбекистане	10	4	6	8	8	4	7	47	0,18
Сотрудничество с другими государствами	4	6	2	2	4	9	10	37	0,14
Поддержка со стороны других государств	8	8	6	8	8	3	2	43	0,16
Поддержка государства и законодательная база	10	6	4	4	8	10	7	49	0,18
Изменения в законодательстве	6	6	4	6	6	7	9	44	0,16
Влияние государства на малый бизнес, включая	4	7	8	3	2	1	5	30	0,11

<sup>1</sup> Разработано автором на основе выводов респондентов.

Группа и вид фактора	Оценка экспертов							Общая сумма	Весовое значение фактора
	1	2	3	4	5	6	7		
долю государственной собственности									
Регулирование конкурентной среды в малом бизнесе государством	3	1	4	3	3	4	2	20	0,07
<b>Итого</b>	<b>45</b>	<b>38</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>270</b>	<b>1,0</b>
<b>Экономическая (E – Economic) группа факторов</b>									
ВВП и ВНД на душу населения	6	6	6	7	6	7	6	44	0,11
Инвестиции в основной капитал	6	9	6	6	8	4	6	45	0,12
Доля малого бизнеса в занятости населения	4	6	7	8	6	8	3	42	0,11
Количество действующих инфраструктур	6	8	8	10	6	4	4	46	0,12
Средняя номинальная заработная плата	6	8	10	10	10	8	8	60	0,16
Стабильность курса национальной валюты	6	8	10	10	10	5	7	56	0,15
Уровень инфляции	6	8	8	8	6	10	5	51	0,13
Квалификация работников	4	6	8	4	6	7	6	41	0,11
<b>Итого</b>	<b>44</b>	<b>59</b>	<b>63</b>	<b>63</b>	<b>58</b>	<b>53</b>	<b>45</b>	<b>385</b>	<b>1,0</b>
<b>Социально-демографическая (S – Sociocultural) группа факторов</b>									
Честность и прозрачность ведения бизнеса	2	6	8	4	4	6	4	34	0,14
Демографические тенденции	6	8	8	10	10	10	6	58	0,23
Тенденции в сфере образования	4	8	6	8	8	6	5	45	0,18
Изменение структуры доходов	6	8	8	10	10	8	3	53	0,21
Отношение к труду и отдыху	2	4	4	8	2	6	3	29	0,12
Социальная мобильность населения	2	4	2	4	4	6	7	29	0,12
<b>Итого</b>	<b>22</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>44</b>	<b>38</b>	<b>42</b>	<b>28</b>	<b>248</b>	<b>1,0</b>
<b>Технологическая (T – Technological forces) группа факторов</b>									
Производственный метод (ручной труд)	4	6	6	10	8	6	7	47	0,17
Стимулирование инноваций	4	8	4	6	6	6	10	44	0,16
Конкурентоспособность страны	2	2	6	4	6	6	5	31	0,11
Возможность приобретения новых технологий	6	8	10	8	6	8	7	53	0,19
Уровень внедрения новых технологий	6	8	8	6	5	7	4	44	0,16
Государственная техническая политика	8	10	10	8	3	6	8	53	0,19
<b>Итого</b>	<b>30</b>	<b>42</b>	<b>44</b>	<b>42</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>41</b>	<b>272</b>	<b>1,0</b>

## ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

На основе экспертных заключений, обобщённых в таблице, при изучении степени воздействия и силы влияния факторов, наиболее высокий уровень

воздействия на развитие малого бизнеса был выявлен у следующих субиндексов политической группы:

- политическая ситуация в Узбекистане (0,18);
- сотрудничество с другими государствами (0,14);
- поддержка со стороны других государств (0,16);
- поддержка государства и законодательная база (0,18);
- изменения в законодательстве (0,16).

К экономическим факторам, имеющим значительное воздействие, относятся:

- инвестиции в основной капитал (0,12);
- количество действующих инфраструктур (0,12);
- средняя номинальная заработная плата (0,16);
- стабильность курса национальной валюты (0,15);
- уровень инфляции (0,13).

Можно также отметить, что субиндексы социально-демографических и технологических факторов имеют достаточно высокие значения влияния.

Таким образом, важнейшие изменения в макросреде заключаются в следующем:

- динамика валютных курсов влияет на снижение доходов малого бизнеса;
- рост инфляции приводит к снижению спроса на товары в среднем сегменте рынка.

Опыт большинства развитых стран показывает, что самым важным аспектом развития малого и среднего бизнеса является государственная поддержка. Одними из наиболее передовых и эффективных систем поддержки малого и среднего предпринимательства являются американская и европейская модели. Так, в странах Западной Европы и США в настоящее время малые предприятия создают более 80% новых рабочих мест<sup>1</sup>.

Опыт США показывает, что успех в развитии малого бизнеса достигается благодаря использованию сети поддержки, включающей: финансовую, логистическую, информационную и консультационную помощь. В создании такой сети участвуют государство, местные органы власти, общественные организации, университеты и крупный бизнес. На современном этапе развития мировой экономики малый и средний бизнес сталкивается со множеством препятствий, основные из которых обычно наблюдаются в развивающихся странах – это недостаточная поддержка со стороны государства или её неэффективность.

Сегодня в Узбекистане существует система государственной поддержки малых предприятий, при которой государство формирует и совершенствует инфраструктуру, повышает доходы населения, развивает средне-специальное образование и ускоряет процессы экономической интеграции с мировым сообществом.

---

<sup>1</sup> The role of small and medium-sized enterprises in the development of the innovative economy.: <http://iii.ua/uk/rol-malih-tasarednih-pidpriemstv-v-rozvitku-innovaciyanoi-ekonomiki>

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 21-apreldagi PQ-5087-son “Tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish, ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi Qarori
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning 2022 yil 20 dekabrda Oliy Majlisga Murojaatnomasi. <https://president.uz/uz/lists/view/5774>
3. Israilov R. Kichik biznesni rivojlantirish omillari va zaxiralarini baxolash metodologiyasi. Monografiya. – N.: SUNRIZE-PRO, 2024-yil, – B. 126.
4. Israilov R. Mechanism for assessment of factors affecting the development of small business subjects// Namangan muhandislik-texnologiya instituti ilmiy-texnika jurnal, 2024-yil. №1-soni,– B. 432-441.
5. Israilov R. Kichik biznes sub`yektlarini rivojlantirishga ta`sir etuvchi omillari// Xorazm ma`mun akademiyasi axborotnomasi. 2024-yil 6/2-son. – B. 210-214. (08.00.00;№21)
6. Тореев В.Б. “Влияние институциональных и территориальных факторов развития малого бизнеса на занятость населения» дисс. –М.: 2010г. С-348.;
7. Xodiev B.Yu. O‘zbekiston iqtisodiyotida tadbirkorlik rivojini ekonometrik modellashtirish.: I.f.d. dissertatsiya avtoreferati. –T.: 2000. -42 b.;
8. Muftaydinov Q. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida tadbirkorlikni rivojlantirish muammolari. Dis. iqt. fan. d-ri. - T/, 2004. -18-b.
9. G‘ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. –T.: 2002. -256 b.;
10. Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik asoslari. 100 savol va 100 javob (1-qism), T.- “Mehnat”, 2000. – 347 b.;
11. The role of small and medium-sized enterprises in the development of the innovative economy.: <http://iii.ua/uk/rol-malih-taserednih-pidpriemstv-v-rozvitku-innovacijnoyi-ekonomiki>
12. Секторальное партнерство – малый и средний бизнес. URL: <http://prismua.org/eap-sme/>



# Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

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

**2025-yil, sentyabr, 9-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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**