

MAMLAKAT TARAQQIYOTIGA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING TA'SIRI

Rasulova Nargiza Shavkatovna
Toshkent Kimyo-Texnologiya Instituti
“Menejmenti” kafedrası katta o‘tuvchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishi va undagi istiqbollar tahlil qilingan. Mamlakat iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishning muhim muammolarini hal etish uchun iqtisodiy asoslarni yaratishning hal qiluvchi omili hisoblanadi. Ular bozor talablariga eng ko‘p egiluvchanlik va moslashganlikka ega bo‘lgan holda, aholi turmush tarzi va shart sharoitiga yangilik kirituvchi, bosh yo‘lni ko‘rsatuvchi bo‘lib chiqadi.

Kalit so‘zlar: tarbiya, ta’lim, mehnat, iqtisod, kichik biznes, tadbirkorlik, xususiy tadbirkorlik, korxonalar.

Аннотация

В данной статье анализируется развитие малого бизнеса и частного предпринимательства и его перспективы. В экономике страны малый бизнес и частное предпринимательство являются решающим фактором создания экономических основ для решения важных задач развития. Обладая наибольшей гибкостью и приспособляемостью к требованиям рынка, они являются новаторами и первооткрывателями образа жизни и условий жизни населения.

Ключевые слова: воспитание, образование, труд, экономика, малый бизнес, предпринимательство, частное предпринимательство, предприятие.

Abstract

This article analyzes the development of small business and private entrepreneurship and its prospects. In the country’s economy, small business and private entrepreneurship is a decisive factor in creating economic foundations for solving important problems of development. Having the most flexibility and adaptability to the market requirements, they are the innovators and pioneers of the lifestyle and conditions of the population.

Keywords: upbringing, education, labor, economics, small business, entrepreneurship, private enterprise, enterprise.

KIRISH

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakat taraqqiyotining eng muhim omillaridan biridir. Ular iqtisodiy o‘rishni tezlashtiradi, aholi bandligini oshiradi va jamiyat farovonligini yaxshilashga xizmat qiladi.

Birinchiidan, kichik biznes yangi ish o‘rinlarini yaratadi. Yirik korxonalarga nisbatan kichik va o‘rta biznes subyektlari ko‘proq ishchi kuchini jalb qiladi. Bu esa ishsizlik darajasini kamaytirib, aholining daromad manbalarini kengaytiradi.

Ikkinchiidan, xususiy tadbirkorlik iqtisodiyotda raqobat muhitini kuchaytiradi. Raqobat esa mahsulot va xizmatlar sifatini oshiradi, narxlarning barqaror bo‘lishiga olib keladi va iste’molchilar uchun ko‘proq tanlov imkonini yaratadi.

Uchinchidan, kichik biznes innovatsiyalarni joriy etishda muhim rol o'ynaydi. Tadbirkorlar yangi g'oyalarni tezroq amalga oshiradi, zamonaviy texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etadi. Bu esa iqtisodiyotning modernizatsiyasiga yordam beradi.

Kichik biznes hududlar rivojiga ham katta hissa qo'shadi. Ayniqsa, qishloq joylarda kichik korxonalar tashkil etilishi infratuzilmani rivojlantiradi va hududlar o'rtasidagi iqtisodiy tafovutni kamaytiradi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakat iqtisodiy barqarorligi va taraqqiyotining asosiy tayanchlaridan biri hisoblanadi. Ularni qo'llab-quvvatlash orqali davlat iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi, aholi turmush darajasini oshiradi va kelajak rivoji uchun mustahkam zamin yaratadi.

Jahon amaliy tajribasining ko'rsatishicha, kichik biznes yirik ishlab chiqaruvchilarga nisbatan kapital mablag' sarfini kam talab qilishi, ixchamligi, shart sharoitdan kelib chiqqan holda o'zi ishlab chiqarayotgan mahsulotlar turlarini tez o'zgartira olishi, ishlab chiqarish quvvatlarini jadal modernizatsiya qilish imkoniyatiga egaligi bilan muhim ahamiyat kasb etadi. Kichik tadbirkorlik bozor konyukturasining o'zgaruvchan talablariga xamda vaqti-vaqti bilan bo'lib turadigan iqtisodiy inqirozlarga tezroq moslasha oladi. Yurtimizda tadbirkorlik nima uchun kutilgan darajada rivojlanmayapti? Chunki bu soha vakillarini asossiz ravishda tekshirish holatlari ko'p. Ochig'ini aytganda, tadbirkorlikning erkin rivojlanishiga o'zimiz - davlat idoralari yo'l qo'ymayapmiz. Hech kimga kerak bo'lmagan tartib-taomillar hamon saqlanib qolmoqda, joylarda ko'pgina amaldorlar faqat o'z shaxsiy manfaatini o'ylab ish ko'rmoqda" ushbu fikrlaridan tadbirkorlik faoliyati va tadbirkorlar iqtisodiyot uchun nechog'lik muhim ahamiyat kasb etishini ko'rishimiz mumkin. Xususan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini rivojlantirish hamda uning boshqaruv faoliyati mexanizmlarini takomillashtirish masalalari bugungi kun uchun dolzarb va ustuvor vazifalardan biri bo'lib qolmoqda. Aynan kichik biznes va tadbirkorlik o'zining harakatchanligi, kam kapital mablag'larini jalb qilgan holda ishlab chiqarishni yengilroq va tez modernizatsiya qilish orqali ishlab chiqarilayotgan mahsulot turlarini qisqa davr ichida yangilab raqobatdosh mahsulotlarni iste'molchilarga taqdim etadi. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni tobora rivojlanishi ular faoliyatini boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish masalalariga bog'liqdir. Mamlakatimizda ushbu sohada zamonaviy boshqaruv usullarini qo'llash hamda rivojlangan xorij tajribasini chuqur o'rganishni qo'llab-quvvatlashga qaratilgan chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

O'zbekistonda tadbirkorlik jamiyatining ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlari mujassamlashgan, yaqqol namoyon bo'ladigan hamda tez rivojlanib borayotgan va harakatchan sohasiga aylanib bormoqda. Mamlakatda bozor munosabatlarining shakllanishi va iqtisodiy taraqqiyotida uning o'rni va roli tobora sezilarli tus olib bormoqda. Tadbirkorlik ideologi hisoblangan XX asr buyuk iqtisodchisi Yozef Shumpeter: "Tadbirkorlikning jamiyat ijtimoiy - iqtisodiy taraqqiyotidagi hal qiluvchi rolini u bo'lmagan joyda juda his qilish mumkin"deb ta'kidlab o'tgan. Kichik biznes

subyektlari faoliyatini rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan muammolarni hal qilish mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishini ta'minlash nuqtai-nazaridan juda dolzarb hisoblanadi. M.V.Mamutning xulosasiga ko'ra, kichik biznes subyektlarini mikrokreditlash amaliyotini rivojlantirish uchun banklar va nobank kredit tashkilotlarining mikrokredit operatsiyalari Markaziy bank tomonidan nazorat qilinmasligi kerak. Nobel mukofotining sohibi, M.Yunusning xulosasiga ko'ra, endi ish boshlayotgan kichik biznes subyektlarini kreditlashda asosiy e'tibor kreditlashning ijtimoiy samarasiga qaratilishi kerak. Tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy imkoniyatlari kengaygandan so'ng, ular bozor stavkalarida beriladigan kreditlarga bo'lgan talabning oshishiga sababchi bo'lishadi [4]. F.Allen va D.Geyl kichik va o'rta biznes subyektlari faoliyatini moliyalashtirishning ikki tizimi - banklar faoliyatiga asoslangan tizim va moliya bozorlariga asoslangan tizimning mavjudligini e'tirof etishadi va bunda birinchi tizimning nisbatan muhim ahamiyat kasb etishini ta'kidlashadi. F.Allen va D.Geylning mazkur xulosasi o'tish iqtisodiyoti mamlakatlari uchun muhim amaliy ahamiyat kasb etadi. Buning sababi shundaki, birinchidan, mazkur mamlakatlarda kichik biznesni kreditlash tizimida tijorat banklari yetakchi mavqega ega; ikkinchidan, kichik biznes subyektlari uchun qimmatli qog'ozlar bozori orqali resurslar jalb qilish imkoniyati mavjud emas.

Shanel-Reyno va Bluaning xulosasiga ko'ra, kichik va o'rta korxonalarining yirik korxonalar bilan aloqalarini yaxshi yo'lga qo'yilishi ularning tijorat banklari kreditlaridan foydalanish imkoniyatini oshiradi. Chunki, yirik korxonalar kichik va o'rta korxonalar bilan ishbilarmonlik munosabatlariga kirishishdan oldin ularning bozor talablariga javob bera olishini tahlil qiladi. Yirik korxonalar hamkori bo'lgan kichik va o'rta korxonalarining holatini doimiy ravishda nazorat qiladi. J.Shanel-Reyno va E.Bluaning mazkur ilmiy xulosasi taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasining tahliliga asoslangan va shu jihatdan ishonchli hisoblanadi. Ular tomonidan amalga oshirilgan tadqiqotlar aniq ma'lumotlar tahliliga asoslangan bo'lib, yirik biznesning kichik va o'rta biznes subyektlari faoliyatini rivojlanishida muhim rol o'ynashini asoslashga xizmat qiladi. MakNotonning fikriga ko'ra, qishloq xo'jaligi ishlab chiqaruvchilari uchun likvidli ta'minot vazifasini bo'lg'usi hosil o'taydi. Ammo qurg'oqchilik bo'lsa, ular mo'ljallangan miqdorda hosilni yig'ishtirib olisha olmaydi. Shu sababli, bo'lg'usi hosil qurg'oqchilikdan, tabiiy ofatlardan sug'urtalangan bo'lishi kerak. Buning ustiga, bo'lg'usi hosilni ular tomonidan sug'urta qilinganligi qurg'oqchilikning yuz berishi natijasida olinmagan hosil tufayli yuzaga keladigan kredit riski muammosining chuqurlashishini oldini oladi. Ammo fikrimizcha, iqtisodchi olimlarning kichik biznes subyektlari faoliyatini moliyalashtirishni takomillashtirishga qaratilgan xulosalari, taklifi va tavsiyalarini O'zbekiston amaliyotida qo'llash imkoniyatlarini asoslab berish muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mamlakat iqtisodiy taraqqiyotiga ta'sirini baholash maqsadida kompleks ilmiy yondashuv va iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanilgan. Tadqiqot jarayonida iqtisodiy tahlil, qiyosiy

taqqoslash, statistik kuzatuv, tizimli yondashuv hamda ilmiy umumlashtirish usullari qoʻllanilgan.

Tadqiqotning nazariy-uslubiy asosini Oʻzbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini tartibga soluvchi normativ-huquqiy hujjatlar, mahalliy va xorijiy iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlari, xalqaro tashkilotlarning tahliliy hisobotlari hamda ilgʻor xorijiy tajribalar tashkil etgan. Mazkur manbalar asosida kichik biznesning iqtisodiy tizimdagi oʻrni va rivojlanish tendensiyalari oʻrganilgan.

Iqtisodiy tahlil usuli yordamida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning bandlikni taʼminlash, aholi daromadlarini oshirish, raqobat muhitini rivojlantirish hamda hududiy iqtisodiy faollikni ragʻbatlantirishdagi roli baholangan. Shu bilan birga, kichik biznes subyektlarining iqtisodiy samaradorlikka taʼsiri hamda ularning makroiqtisodiy barqarorlikni taʼminlashdagi ahamiyati aniqlashtirilgan.

Qiyosiy tahlil usuli asosida kichik biznes subyektlarini moliyalashtirish mexanizmlari, kreditlash tizimi, investitsion faollik va innovatsion rivojlanishga taʼsir etuvchi omillar oʻzaro solishtirilgan. Shuningdek, milliy amaliyot xorijiy davlatlar tajribasi bilan qiyosiy jihatdan tahlil qilinib, samarali institutsional mexanizmlar aniqlangan.

Statistik kuzatuv va maʼlumotlarni tahlil qilish usullari yordamida kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, yangi ish oʻrinlarini yaratishdagi hissasi, ishlab chiqarish hajmi hamda iqtisodiy samaradorlik koʻrsatkichlariga taʼsiri oʻrganilgan. Tadqiqot davomida rasmiy statistik maʼlumotlar, davlat hisobotlari va iqtisodiy koʻrsatkichlardan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Oʻzbekistonda tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini ishonchli himoya qilish, xususiy mulkning qonuniy hamda amaliy jihatdan ustuvor rolini taʼminlash, iqtisodiyotda davlat ulushini bosqichma-bosqich kamaytirishga qaratilgan aniq manzilli chora-tadbirlar amalga oshirib kelinmoqda Oʻzbekiston Respublikasi Prezidenti Mirziyoyev Shavkat Miromonovich taʼkidlaganlaridek: “Bizning bosh vazifamiz - tadbirkorlikni rivojlantirishni ragʻbatlantirish uchun eng qulay shart-sharoitlar yaratishni taʼminlashdir. Biznes bilan shugʻullanayotgan har kishida davlat tomonidan qoʻllab-quvvatlanishiga astoydil ishonch boʻlishi shart. Odamlar biznes bilan shugʻullanishdan manfaatdor boʻlishi zarur. Tadbirkor va xalq boy boʻlsa - mamlakat ham boy boʻladi” [8].

Ishchi kuchining toʻla va samarali bandligi milliy iqtisodiyotning barqaror va mutanosib rivojlanishiga sezilarli taʼsir koʻrsatadi. Biroq, oʻzgaruvchan bozor sharoitida ushbu holatni taʼminlash juda murakkab boʻlib, aksariyat hollarda ishchi kuchiga talab va uning taklifi oʻrtasida nomuvofiqlik mavjud boʻladi. Bunga nisbatan yuqori haq toʻlanadigan ish oʻrinlari orqali namoyon boʻluvchi ishchi kuchiga talabning taklifdan ortda qolishi, aksariyat holatlarda esa yirik xoʻjalik yurituvchi subyektlar tomonidan yangi ish oʻrinlari yaratishning iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq emasligi sabab boʻladi. Shunday holatlarda kichik biznes ishchi kuchi toʻla bandligini taʼminlashning yashirin imkoniyatlari sifatida maydonga tushadi. Ishchi

kuchi bozorida kichik biznes korxonalarining ish beruvchi sifatidagi o'zni uning muhim ijtimoiy funksiyalaridan biri hisoblanadi.

Statistika va yetakchi ommaviy axborot vositalari ma'lumotlariga ko'ra, har yili ish o'rinlarining 2/3 qismi kichik tadbirkorlik hisobiga yaratiladi. Bu borada kichik biznesning roli ayniqsa inqiroz vaqtida, shuningdek depressiv hududlarda katta ahamiyat kasb etadi. Shunday tarzda kichik biznes millionlab kishilarga qiyinchilik vaqtlarini yengib o'tishga yordam beradi, demak, jamiyatdagi ijtimoiy tanglikni yumshatishga imkon beradi. Biroq, mazkur funksiyani kichik biznesning o'ziga xos xususiyatlari qatoriga kiritish mumkin emas, chunki ish o'rinlari shuningdek davlat, korporativ tuzilmalar, hatto notijorat tashkilotlari tomonidan ham tashkil etiladi.

Jahondagi rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, yirik korxonalariga nisbatan kichik biznes subyektlarida yangi ish o'rinlarini yaratishga moyillik kuchliroq bo'lib, u quyidagi sabablar orqali izohlanadi:

1) kichik biznesning kapital sig'imi past bo'lgan yangi ish o'rinlarini tezlik bilan tashkil etishga qodirligi. Kichik korxonadagi bir ish o'rniga to'g'ri keluvchi kapital sarflari yirik korxonalariga nisbatan sezilarli darajada past. Ba'zi bir mutaxassislar fikricha, buning natijasida ish o'zni qiymati o'rtasidagi farq o'z baravardan oshib ketadi: «yirik biznesda bitta ish o'rnini tashkil etish 100-150 ming AQSh dollari tursa, kichik biznesda bitta ish o'rnini yaratish taxminan 10 ming AQSh dollariga tushadi»;

2) kichik korxonalaridagi kapital texnik tuzilishining nisbatan yuqoriligi. Ya'ni, ularda foydalanilayotgan ishlab chiqarish vositalari birligiga yirik korxonalariga qaraganda ko'proq jonli mehnat (ishchi kuchi) birligi to'g'ri keladi;

3) kichik korxonalar tashkil topish jarayonlarining yengilligi. Yangi kichik biznes korxonalari yirik korxonalariga nisbatan tezroq va ko'proq miqdorda tashkil etilishi tabiiy. Buni birgina yirik korxonalarni tashkil etish uchun o'rtacha 15-20 kun talab etilgani holda kichik biznes subyektlari uchun o'rtacha 2 ish kuni talab etilishi orqali ham izohlash mumkin;

4) kichik korxonalar ma'lum qismi faoliyatining yirik korxonalar faoliyatining hosilasi sifatida amalga oshirilishi. Ya'ni, yirik korxonalarining tashkil etilishi o'z navbatida, yana kichik biznes korxonasidagi ish o'rinlarining ko'payishiga olib keladi;

5) kichik biznes korxonalarida ishchi kuchini yollashda miqdor samarasining amal qilishi. Ishchi kuchini yollashning miqdor samarasi - kichik tadbirkorlik subyektlari sonining nisbatan tezlik bilan ko'payishi, yirik korxonalar tarkib topishiga nisbatan hosilaviy tarzda ko'proq tarkib topishi natijasida yangi ish o'rinlarining yaratilishi. Ya'ni, kichik biznes korxonasi tomonidan yollash mumkin bo'lgan ishchilar soni yirik korxonadagiga qaraganda oz bo'lsada, bunday korxonalar sonining ko'pligi pirovardida jami yirik korxonalaridagi ishchilar umumiy sonidan ko'proq ishchilar yollanishiga imkon yaratadi.

Kichik biznesning ijtimoiy funksiyalari qatoriga ijtimoiy takror ishlab chiqarish jarayoniga ish beruvchilarning boshqa guruhlari tomonidan deyarli foydalanilmayotgan qo'shimcha mehnat resurslarini jalb etishga ko'maklashishni kiritish to'g'ri bo'ladi. Ularga «ishchi kuchi» tovarining egasi sifatidagi mehnat potentsiali obyektiv omillar orqali cheklangan kiradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida

aksariyat ish beruvchilar ularga to'laqonli ishchilar sifatida qaramaydilar, shunga ko'ra ularni ishga joylashtirish imkoniyatini ta'minlash holatida emaslar. Kichik biznes esa bu qadar qat'iy talablarni qo'yamaydi. Oilaviy firmalarda eng kam darajada mehnatga layoqatli bo'lgan oila a'zolarining mehnatidan ham foydalaniladi. Yollanma mehnatdan foydalanuvchi kichik korxonalar kasanachilar, o'quvchi yoshlar, keksa yoshdagi fuqarolar mehnatidan foydalanishga nisbatan ko'proq moslashgan. Keyingi ikkita guruhning aholi umumiy sonidagi ulushi doimiy ravishda ko'payib borayotganligini hisobga olgan holda, kichik biznesning qarab chiqilayotgan funksiyasining amaliy ahamiyati ham oshib bormoqda.

Milliy iqtisodiyotda kichik biznesning to'laqonli rivojlanishi hamda o'z vazifalarini samarali bajarishida soha tarkibiy tuzilmasining mukammallik darajasi muhim o'rin tutadi. Tarkibiy tuzilmaning mukammal bo'lishi kichik biznes salohiyatidan to'liq foydalanish hamda uning raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi. Iqtisodiy taraqqiyotning yuksalib borishi bilan kichik biznesning tarkibiy tuzilishini takomillashtirish obyektiv zaruratga aylanadi. Chunki, mamlakatdagi barqaror iqtisodiy o'sish sur'atlarini, YaIM hajmidagi, bandlikni ta'minlashda soha ulushini oshirib borish pirovardida yangidan-yangi kichik biznes subyektlarining tashkil etilishini taqozo etadi. Bu esa ko'p jihatdan kichik biznes tarkibida yuqori texnologik ishlab chiqarishning ustuvor holdagi rivojlanishiga bog'liq.

E.Tixonovanning ta'kidiga ko'ra, "Kichik biznesning rivojlanish muammosi odatda yaxlit holda, uning o'ziga xos, ayrim hollarda o'zgacha xususiyatlarga ega bo'lgan alohida qism va elementlarini ajratmagan holda ko'riladi. Shunga ko'ra, kichik korxonalarni oldindan tarkib topgan bozorlarda faoliyat yurituvchi an'anaviy hamda yangi texnologiyalar, mahsulotlar va bozorlarni o'zlashtiruvchi innovatsion korxonalariga ajratish muhim holat hisoblanadi"

Kichik biznes subyektlarining soni ortib borishi bilan ular o'rtasidagi raqobat kuchayib, aksincha, an'anaviy tarmoqlardagi foyda normasi pasayib boradi. Bu esa, kichik biznes subyektlarini texnik-texnologik darajasi yuqori bo'lgan tarmoqlarga o'tishga majbur qiladi. Boshqa tomondan, kapitallashuv, ya'ni korxonalarda asosiy ishlab chiqarish fondlari va aylanma mablag'lar qiymatining oshib borishi bilan ularning ishlab chiqarish jarayoniga yuqori qiymatdagi texnik vositalarni jalb etish imkoniyatlari kengayib boradi. Ilg'or ilm-fan yutuqlariga asoslangan kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yetarli darajada rivojlanmasligi sabablari hamda bu borada qilinishi lozim bo'lgan ishlarni quyidagi jadval orqali kuzatish mumkin.

Iqtisodiyotdagi davlat mulkining ulushini pasaytirish bo'yicha tub chora-tadbirlarni qo'llash yo'li bilan ishlab chiqarishning samaradorligi va raqobatbardoshligini oshirishning kuchli omili sifatida xususiy sektor, kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish; xizmat ko'rsatish sohasi va servis, kichik biznes, kasanachilik, ijtimoiy va bozor infratuzilmasini jadal rivojlantirish, mavjud quvvatlarni modernizatsiyalash va texnik qayta qurollantirish hamda yangilarini kiritish, uy-joy qurilishini kengaytirish uchun qulay sharoit va rag'batlarni yaratish, ta'lim, sog'liqni saqlash va uy-joy sohalarini muvozanatli

rivojlantirish orqali aholi daromadlari va bandligining izchil o‘shishiga yo‘naltirilgan faol ijtimoiy siyosatni amalga oshirish muhim hisoblanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tahlillar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakat iqtisodiy taraqqiyotining muhim omillaridan biri ekanligini tasdiqladi. Mazkur soha iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash, yangi ish o‘rinlarini yaratish, aholi daromadlarini oshirish va bozor munosabatlarini rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etdi. Ayniqsa, kichik biznes subyektlarining iqtisodiy jarayonlarga tez moslasha olishi, ishlab chiqarishni qisqa muddatda modernizatsiya qilishi hamda bozor talabiga mos mahsulot va xizmatlarni taklif etishi uning iqtisodiyotdagi strategik rolini kuchaytirdi.

Tadqiqot natijalari kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning hududiy rivojlanish, bandlik darajasi va raqobat muhitini shakllantirishdagi o‘rni yildan-yilga ortib borayotganini ko‘rsatdi. Ushbu sohaning rivojlanishi aholining tadbirkorlik faolligini oshirish, innovatsion faoliyatni kengaytirish hamda iqtisodiyotning tarkibiy diversifikatsiyasini jadallashtirishga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish zarurati saqlanib qolmoqda.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati samaradorligini yanada oshirish maqsadida quyidagi yo‘nalishlarga e‘tibor qaratish maqsadga muvofiq hisoblanadi:

1. Kichik biznes subyektlarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini kengaytirish va imtiyozli kreditlash tizimini takomillashtirish.

2. Zamonaviy boshqaruv usullari hamda raqamli texnologiyalarni tadbirkorlik faoliyatiga keng joriy etish orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirish.

3. Hududlarda kichik biznes uchun infratuzilma va xizmat ko‘rsatish tizimini rivojlantirish, ayniqsa qishloq joylarda tadbirkorlik faolligini rag‘batlantirish.

4. Innovatsion va yuqori texnologiyali ishlab chiqarishga ixtisoslashgan kichik korxonalar ulushini ko‘paytirish hamda ularning eksport salohiyatini oshirish.

5. Tadbirkorlik subyektlari va yirik korxonalar o‘rtasidagi kooperatsiya aloqalarini mustahkamlash orqali ishlab chiqarish zanjirining integratsiyasini rivojlantirish.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni izchil qo‘llab-quvvatlash mamlakat iqtisodiy barqarorligini mustahkamlash, aholi farovonligini oshirish va raqobatbardosh iqtisodiyotni shakllantirishning muhim omillaridan biri bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. -T.: “Xalq so‘zi” gazetasi. 23.12.2017.

2. Шумпетер Й. Теория экономического развития. -М.: “Эксмо”, 2007. Мамут М.В. Микрофинансирование: новые возможности финансово-кредитной системы // “Банковское дело”. - Москва, № 4, 2009.

3. Юнус М., Жоли А. Создавая мир без бедности: социальный бизнес и будущее капитализма. Пер. с англ. - М.: “Альпина Паблишерз”, 2010.

4. Allen F., Gale D. Comparing Financial Sestems. - Cambridge, Mass: “MIT Press”, 2000.
5. Chanel-Reynaud G., Bloy E. La Banque et le risqué PME - Presses Universitaires de Lyon, 2001.
6. МакНотон Д. Банковские учреждения в развивающихся странах. Пер. с англ. -М.: “ИЭР”, 1994.
7. Тихонова Е.О. Роль интеграции в развитии традиционного и инновационного малого бизнеса // “Российское предпринимательство”. №2, 2008.
8. Раджапова, З. Т., & Мирзаева, Г. З. (2023). ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ В ЛАНДШАФТНОМ ДИЗАЙНЕ.(в дошкольных образовательных организациях). Analysis of world scientific views International Scientific Journal, 1(4), 70-76.
9. Norboevna, R. N. (2021, April). IMPROVING THE MEMBERSHIP SYSTEM IN ECOLOGICAL EDUCATION OF PRESCHOOL CHILDREN. In Archive of Conferences (Vol. 20, No. 1, pp. 97-98).
10. Nigmatov, A. N., & Ravshanova, N. N. (2020). Scientific Preschool Environmental Education and Training Research Methodology. The American Journal of Social Science and Education Innovations, 2(08), 23-31.
11. Babayeva, D. R., & Ochilova, X. S. (2022, October). МАКТАБГАЧА YOSHDAGI BOLALARNI NUTQ O ‘STIRISH ORQALI MUSTAQIL FIKRLASHGA O ‘RGATISH. In INTERNATIONAL CONFERENCES (Vol. 1, No. 8, pp. 21-23).
12. Sharipova, G. S., & Madaminjonova, M. S. (2022, April). BASIC CONCEPT IN CLOTHES DESIGN. In International Scientific and Current Research Conferences (pp. 12-15).



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

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

2026-yil, may, 5-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

Bot:

[@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)

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 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**