

ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС

Зокирова Фарангиз

Докторант ТГЭУ,

Аннотация

Малый бизнес играет ключевую роль в экономике Узбекистана, обеспечивая более половины валового внутреннего продукта страны и создавая значительные возможности занятости. Данная статья исследует, как конкурентная среда и институциональные факторы влияют на развитие малого предпринимательства в условиях переходной экономики Узбекистана. В исследовании использованы методы анализа статистических данных и нормативно-правовой базы, а также обзор современной литературы по теме. Результаты показывают, что здоровая конкурентная среда стимулирует инновации и рост малых предприятий, в то время как институциональные барьеры (сложные регуляции, бюрократия) могут серьезно сдерживать их развитие. Сделан вывод о том, что последовательные экономические реформы и укрепление институциональной поддержки способны повысить конкурентоспособность малого бизнеса и его вклад в устойчивый рост экономики.

Ключевые слова: малый бизнес; конкурентная среда; институциональные факторы; предпринимательство; Узбекистан; экономическое развитие.

Annotatsiya

Kichik biznes O'zbekiston iqtisodiyotida muhim o'rin egallab, mamlakat yalpi ichki mahsulotining yarmidan ortig'ini ta'minlaydi hamda bandlikni kengaytirishda salmoqli rol o'ynaydi. Mazkur maqolada O'zbekistonning o'tish davri iqtisodiyoti sharoitida raqobat muhiti va institutsional omillarning kichik tadbirkorlik rivojiga ta'siri tadqiq etiladi. Tadqiqotda statistik ma'lumotlarni tahlil qilish, normativ-huquqiy bazani o'rganish hamda mavzu bo'yicha zamonaviy ilmiy adabiyotlar sharhi metodlaridan foydalanilgan. Tadqiqot natijalari sog'lom raqobat muhiti kichik biznes subyektlarida innovatsiyalar va o'sishni rag'batlantirishini, institutsional to'siqlar (murakkab tartib-taomillar, byurokratik jarayonlar) esa ularning rivojlanishini sezilarli darajada cheklashini ko'rsatadi. Xulosa sifatida, izchil iqtisodiy islohotlar va institutsional qo'llab-quvvatlashni mustahkamlash kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirishi hamda uning iqtisodiy barqaror o'sishga qo'shayotgan hissasini kuchaytirishi mumkinligi asoslab beriladi.

Kalit so'zlar: kichik biznes; raqobat muhiti; institutsional omillar; tadbirkorlik; O'zbekiston; iqtisodiy rivojlanish.

Abstract

Small business plays a key role in the economy of Uzbekistan, accounting for more than half of the country's gross domestic product and creating significant employment opportunities. This article examines how the competitive environment and institutional factors influence the development of small entrepreneurship in the context of Uzbekistan's transition economy. The study employs methods of statistical

data analysis, review of the regulatory and legal framework, and an overview of relevant contemporary literature. The results indicate that a healthy competitive environment stimulates innovation and growth among small enterprises, while institutional barriers such as complex regulations and bureaucracy can significantly constrain their development. The study concludes that consistent economic reforms and strengthened institutional support can enhance the competitiveness of small businesses and increase their contribution to sustainable economic growth.

Keywords: small business; competitive environment; institutional factors; entrepreneurship; Uzbekistan; economic development.

ВВЕДЕНИЕ

Малое предпринимательство рассматривается во всем мире как фундамент развития рыночной экономики и социальной стабильности. В экономически развитых странах государство традиционно оказывает значительную поддержку малому бизнесу[3], поскольку именно этот сектор обеспечивает внедрение инноваций, создание рабочих мест, поддержание конкурентной среды и противодействие монополизму[4]. В Узбекистане роль малого бизнеса крайне важна: на его долю приходится свыше половины ВВП страны[1], и он выступает “сердцем” экономики, способствуя росту занятости и внедрению новых идей. За годы независимости Узбекистана малый бизнес превратился в один из основных драйверов роста – благодаря экономической либерализации и реформам его вклад в ВВП вырос с 31% в 2000 году до 58% в 2016 году[5].

Однако, несмотря на положительную динамику, малый бизнес по-прежнему сталкивается с серьезными вызовами. Конкурентная среда и институциональная структура экономики являются решающими факторами, от которых зависит успех или стагнация малого предпринимательства. Конкурентная среда подразумевает совокупность условий рынка, степень конкуренции и наличие либо отсутствие монополий на тех или иных рынках. Институциональные факторы охватывают нормативно-правовые условия ведения бизнеса, эффективность государственных институтов, защиту прав собственности, налоговую и административную системы и другие элементы “правил игры” в экономике. Развивающаяся экономика Узбекистана, выходя из периода централизации, требует создания таких институтов и условий, которые бы стимулировали предпринимательскую активность и не подавляли инициативу избыточными барьерами. В этой связи актуально изучить, каким образом конкурентная рыночная среда и институциональные условия влияют на развитие малого бизнеса в республике, и какие меры могут усилить его вклад в экономический рост. Настоящее исследование направлено на обобщение опыта и выявление основных тенденций в данной сфере.

МЕТОДОЛОГИЯ

Исследование основано на системном подходе, включающем анализ как количественных, так и качественных данных о развитии малого бизнеса в Узбекистане. В качестве информационной базы использовались официальные

статистические показатели (например, доля малого бизнеса в ВВП, количество субъектов малого предпринимательства и т.д.), отчеты Государственного комитета по статистике и данные международных организаций. Кроме того, проведен обзор научной литературы и экономических обзоров, посвященных деловой среде Узбекистана и влиянию институциональных факторов. Особое внимание уделено нормативно-правовым актам, определяющим условия ведения малого бизнеса (налоговое законодательство, регуляторные реформы, программы государственной поддержки). Методы исследования включают сравнительный анализ (сопоставление условий и показателей до и после ключевых реформ), а также контент-анализ стратегических документов и публикаций. Такой подход позволил выявить взаимосвязи между изменениями в конкурентной и институциональной среде и показателями развития малого предпринимательства.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Проведенный анализ показал, что расширение предпринимательской активности в стране совпадает с мерами по улучшению рыночной конкуренции. Малые предприятия заполнили множество ниш, особенно в сфере услуг, торговли и сельского хозяйства, что привело к росту конкуренции на этих рынках. Благодаря реформам последних лет, направленным на либерализацию экономики, устранение монополий и упрощение доступа на рынок, в Узбекистане наблюдается устойчивый рост числа малых предприятий. По состоянию на 2025 год в стране зарегистрировано свыше 1,2 млн субъектов малого предпринимательства[6][7], что свидетельствует о высокой деловой активности. Конкуренция между ними стимулирует внедрение новых товаров и услуг, повышение качества обслуживания и технологическое обновление. Малые фирмы, ориентируясь на спрос потребителей, гибко реагируют на изменения рынка и тем самым способствуют формированию более эффективной и разнообразной экономики. Кроме того, наличие множества малых игроков само по себе создает нормальную конкурентную среду, препятствуя появлению доминирующих монополистов и обеспечивая более сбалансированное развитие рынков[4]. Таким образом, конкурентная среда, в которой действует малый бизнес, является одновременно результатом развития этого сектора и условием его дальнейшего роста.

Результаты исследования подтверждают, что институциональная среда может как ускорять развитие малого бизнеса, так и тормозить его. С одной стороны, позитивные институциональные изменения последних лет создали более благоприятные условия для предпринимателей. К примеру, важным шагом стало принятие Указа Президента Республики Узбекистан №ПУ-4848 от 5 октября 2016 года «О дальнейшем развитии предпринимательства и защите прав собственности, а также повышении качества предпринимательской среды». Данным указом было предписано прекратить необоснованные проверки со стороны государственных органов и обеспечить предпринимателям дополнительные правовые гарантии[8]. Реализация этого указа существенно

улучшила деловой климат: укреплена нормативно-правовая база, упорядочены льготы и преференции для субъектов малого бизнеса, устранены многочисленные барьеры при создании и ведении предприятий. В результате бизнес получил большую свободу действий, а процедура открытия новых фирм стала проще[9]. Другим важным институциональным изменением стала либерализация валютного рынка в 2017 году, позволившая предпринимателям свободно конвертировать выручку и закупать импортное оборудование. Эти меры, наряду с общим курсом на экономическую либерализацию, обеспечили ускоренный рост сектора малого предпринимательства[5].

С другой стороны, выявлено, что ряд институциональных проблем продолжает сдерживать потенциал малого бизнеса. В их числе предприниматели и эксперты отмечают избыточно сложные и непоследовательные требования законодательства, административные барьеры и недостаточную эффективность некоторых государственных институтов. В частности, регуляторные и институциональные барьеры – такие как запутанные налоговые и правовые нормы, громоздкие бюрократические процедуры при регистрации и лицензировании – существенно затрудняют масштабирование малого и среднего бизнеса[2]. Наличие подобных барьеров приводит к тому, что часть предпринимателей предпочитает оставаться в “тени” либо ограничивать рост своего дела до уровня микробизнеса, чтобы избежать усложненного регулирования. Также среди проблем отмечается ограниченный доступ к финансированию для малых предприятий (сложность получения кредитов, недостаточное развитие механизмов микрофинансирования), что во многом тоже является институциональной задачей. Тем не менее, государство предпринимает усилия для решения этих проблем: реализуются программы поддержки (льготное кредитование, обучение предпринимателей), совершенствуется налоговая политика и цифровизация госуслуг для бизнеса. В целом результаты свидетельствуют о том, что улучшение институциональной среды прямо коррелирует с ростом малого бизнеса – там, где снижаются административные барьеры и укрепляется правовая защита, наблюдается приток новых предпринимателей и расширение действующих предприятий.

Анализ влияния конкурентной среды показал, что конкуренция выступает важнейшим стимулом развития малого бизнеса. В условиях конкурентного рынка малые фирмы вынуждены повышать свою эффективность, внедрять инновации и улучшать качество продукции, чтобы удержаться и расширить долю рынка. Это подтверждается практикой Узбекистана: например, в секторе торговли и услуг наличие большого количества предприятий стимулировало внедрение новых форм обслуживания (онлайн-торговля, сервисная доставка и т.п.) и повысило общий уровень сервиса для потребителей. Конкурентная среда также создает возможности для специализации малых фирм в нишевых сегментах, где крупные игроки менее активны. В то же время анализ показывает, что недостаточная конкуренция либо доминирование отдельных крупных компаний может отрицательно сказаться на малом бизнесе. Если на рынке

присутствуют монополии или олигополии (в том числе государственные предприятия), малые фирмы могут столкнуться с затруднением доступа к ресурсам или рынкам сбыта. В прошлом экономика Узбекистана характеризовалась значительной концентрацией в некоторых отраслях, но проводимые антимонопольные меры и приватизация постепенно улучшают ситуацию. Малый бизнес сам по себе является инструментом противодействия монополизму[10], поэтому поддержка множества новых предприятий – это одновременно шаг к формированию здоровой конкуренции. Таким образом, влияние конкурентной среды двояко: благоприятная, равноправная конкуренция способствует расцвету малого бизнеса, тогда как монополизация рынков его подавляет. Государственной политике важно продолжать курс на развитие конкуренции – через упрощение доступа на рынки, противодействие ценовым сговорам и защиту прав предпринимателей.

Институциональные факторы имеют не менее существенное влияние. Проведенный анализ подтверждает теоретические положения о том, что качественные институты являются основой для роста предпринимательства. Если правила ясны и стабильны, если собственность защищена, а издержки на соблюдение законов невелики, то у малого бизнеса больше стимулов к инвестированию и расширению. В условиях Узбекистана институциональные реформы последних лет (упрощение регистрации, налоговые льготы, мораторий на проверки и др.) привели к заметному улучшению бизнес-климата и всплеску активности МСП. Отдельно стоит отметить влияние регуляторной нагрузки: снижение бюрократии и прозрачное регулирование существенно уменьшают издержки ведения бизнеса. Например, внедрение электронных систем отчётности и лицензирования сокращает время и контакты с чиновниками, что не только облегчает жизнь предпринимателям, но и снижает возможности для коррупции. Анализ мнений предпринимательского сообщества показывает, что самые болезненные проблемы связаны с непоследовательностью законодательства и сложностью процедур – решение этих вопросов на институциональном уровне может снять “невидимые стены”, душащие инициативу малого бизнеса. В то же время, сильные институты – это не только про ограничения, но и про поддержку: наличие эффективных программ обучения, консультационной поддержки, прозрачных механизмов финансирования существенно повышает шансы малых предприятий на успех. Международный опыт свидетельствует, что устойчивое развитие малого предпринимательства опирается на сочетание конкуренции и институтов: конкуренция обеспечивает стимулы к росту, а институты – надёжный каркас, уменьшающий риски. В Узбекистане уже намечена положительная траектория в этом направлении, однако аналитические результаты указывают на необходимость дальнейшего углубления реформ.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Полученные результаты согласуются с выводами других исследований, подчеркивающих взаимозависимость конкурентной среды, институционального

климата и успехов малого предпринимательства[11]. Государственная политика, направленная на улучшение данных факторов, рассматривается как ключевой инструмент стимулирования МСП. В частности, международные эксперты отмечают, что для превращения малого бизнеса в подлинный драйвер устойчивого роста требуются комплексные меры: создание благоприятных условий (предсказуемое законодательство, низкие административные барьеры), расширение доступа к финансовым ресурсам и цифровым технологиям, а также поддержка инноваций[12]. В Узбекистане уже предпринимаются шаги в этом направлении – сотрудничество с международными финансовыми институтами (МБРР, ЕБРР, IFC) позволяет привлекать ресурсы на развитие сектора, вводятся современные инструменты (онлайн-платформы для регистрации бизнеса, электронное правительство и пр.) для упрощения взаимодействия государства и предпринимателей.

Важно подчеркнуть, что деполитизированный, экономический подход к реформам приносит наибольшие плоды. Речь идет не о разовых кампаниях, а о последовательном формировании предпринимательской среды, где верховенство закона, равенство возможностей и здоровая конкуренция становятся нормой. Для дальнейшего прогресса в развитии малого бизнеса в Узбекистане участники рынка и аналитики рекомендуют сконцентрироваться на следующих направлениях. Первое – продолжение регуляторных реформ: необходимо и дальше упрощать налоговую систему, устранять противоречия в законодательстве и ускорять административные процедуры. Второе – усиление институциональной поддержки: это подразумевает развитие инфраструктуры для малого бизнеса (бизнес-инкубаторы, технопарки), программы льготного кредитования и страхования рисков, обучение предпринимательским навыкам. Третье – поощрение конкуренции и инноваций: важно обеспечить равный доступ малых игроков к государственным закупкам, внедрять антимонопольные механизмы, а также поощрять внедрение новых технологий через гранты и налоговые стимулы. Выполнение этих задач создаст условия, при которых малый бизнес сможет максимально реализовать свой потенциал.

Таким образом, обсуждение показывает, что конкурентная среда и институты – это две опоры, на которых держится развитие малого предпринимательства. В условиях Узбекистана дальнейшее улучшение этих опор будет способствовать диверсификации экономики, росту инновационности и повышению благосостояния населения за счет расширения предпринимательской активности. Малый бизнес, находясь в центре внимания экономической политики, способен превратиться в источник устойчивого роста, если конкурентные правила честны, а институциональная поддержка надежна. Дальнейшие исследования могут быть направлены на количественную оценку вклада отдельных реформ и факторов в динамику МСП, а также на изучение отраслевых различий влияния конкуренции и институтов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Иноятов У. У. Эффективность малого бизнеса – как фактор развития конкурентной среды национальной экономики Узбекистана // Бюллетень науки и практики. – 2018. – Т.4, №1. – С.255-260.
2. Министерство инвестиций, промышленности и торговли РУз. Малые и средние предприятия (МСП): основа экономического роста – Пресс-релиз (новости), 11.06.2025.
3. Rakhmonova J. Competitive environment for the development of small business and private entrepreneurship in New Uzbekistan // European Journal of Pedagogical Initiatives and Educational Practices. – 2025. – Vol.3(1). – P.83-94.
4. Stat.uz – Государственный комитет по статистике Республики Узбекистан. Основные показатели субъектов малого предпринимательства в Республике Узбекистан (январь-сентябрь 2025) – Пресс-релиз, 24.10.2025.
5. Малые и средние предприятия (МСП): основа экономического роста – Панельная сессия на Международном инвестиционном форуме (Ташкент, 2025) // gov.uz (МИИТ).



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, yanvar, 1-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

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**