

TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI

Suyunov Jabbor Maxmudovich
QarDU tayanch doktoranti

Annotasiya: mazkur maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanish holati, YaIM, eksport va sanoat kabi makroiqtisodiyot ko'rsatkichlaridagi ulushi tahlil qilingan. Shuningdek, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning asosiy yo'llari bo'yicha takliflar ilgari so'rilgan.

Kalit so'zlar: kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, import, eksport, sanoat, o'zini-o'zi band qilish, servis, bozor infratuzilmasi, samaradorlik.

Аннотация: в данной статье анализируется состояние развития малого бизнеса и частного предпринимательства, его удельный вес в таких макроэкономических показателях, как ВВП, экспорт и промышленность. Также были запрошены предложения по основным направлениям развития малого бизнеса и частного предпринимательства.

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, импорт, экспорт, промышленность, самозанятость, сервис, рыночная инфраструктура.

Abstract: this article analyzes the state of development of small business and private entrepreneurship, its share in macroeconomic indicators such as GDP, export and industry. Also, proposals on the main ways of developing small business and private entrepreneurship were requested.

Key words: small business, private entrepreneurship, import, export, industry, self employment, service, market infrastructure.

Kichik biznesning asosiy xususiyatlaridan biri mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi uchun zarur bo'ladigan asosiy ko'rsatkichlarni qisqa muddat ichida ta'minlab berishi bilan ajralib turadi. Ya'ni kichik biznes mamlakat ichki bozorida taqchil bo'lgan tovar va xizmatlar bilan to'ldiradigan, iqtisodiyotning tarkibiy negizini belgilab beradigan eng muhim soha hisoblanadi. Shuningdek mehnat resurslaridan samarali foydalanish uchun ish bilan bandligini va daromadlarini xizmat qiladi. Umuman kichik biznesning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyati:



Shuning uchun ham jahonning barcha mamlakatlarida kichik biznes milliy iqtisodiyotining poydevori hisoblanadi. Bugungi kunda rivojlangan xorijiy mamlakatlarda ham kichik korxonalarning soni ularda mavjud bo'lgan jami korxonalarning 70-80 foizini tashkil etmoqda. Masalan, Yaponiya aholisining esa 71,7 foizi kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanmoqda. Kichik biznes rivojlanishining iqtisodiy ahamiyatlaridan biri bu mamlakat yalpi ichki mahsulotini tarkib va miqdor jihatdan ko'payishini ta'minlashdan iboratdir. Keyingi yillarda kichik biznesni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi natijasida kichik biznesning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotdagi ulushi o'sib, 2024 yilda 62,9 foizni tashkil etdi.

Kichik biznes mamlakatning iqtisodiy salohiyatini ko'tarishi, davlatning muvaffaqiyatli rivojlanishi va gullab-yashnashining o'lchovi bo'lganligi uchun O'zbekistonda ham kichik biznesning rivojlanishini rag'batlantirishga alohida e'tibor qaratilgan. Respublikamizda kichik biznesni rivojlantirish bugungi kunning asosiy ustivor vazifasidir. Kichik biznesga bo'lgan e'tiborning iqtisodiy sabablari:

- ichki bozorni mahalliy tovar va xizmatlar bilan to'ldirish;
- aholining harid qobiliyatini oshirish;
- mamlakatning eksport salohiyatini yuksaltirish;
- ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish;
- servis xizmatlari ko'rsatishni rivojlantirish;
- yirik korxonalarni butlovchi detallar va qismlar bilan ta'minlash;
- raqobat muhitini vujudga keltirish;

• mamlakat ichida kapitalning aylanuvchanligini ta'minlash kabilar. Xulosa qilib aytish mumkinki, haqiqatdan ham kichik biznes sub'ektlari ichki bozorni mahalliy tovar va xizmatlar bilan to'ldirayotgan, yirik korxonalarni butlovchi detallar va qismlar bilan ta'minlayotgan va mamlakat eksport salohiyatini oshirayotgan sohaga aylanib bormoqda. Buni mamlakat eksport salohiyatidagi o'rnini oshib borayotganidan ham ko'rish mumkin. Kichik biznesning tashqi iqtisodiy faoliyatdagi o'ri ham asta-sekin kengayib bormoqda. Uning eksport hajmidagi ulushi 2024 yilda 28,3 foizni tashkil etib, bu ko'rsatkich 2015 yilga nisbatan 9,1 foizga oshgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi "2022 2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni// www.lex.uz
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 24 yanvardagi "Respublikada ishlab chiqarishni rivojlantirish va sanoat kooperasiyasini kengaytirishning samarali tizimini yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-99-son Qarori// www.lex.uz
3. Jay Conrad Levinson, Paul R. J. Hanley. The Guerrilla Marketing Revolution: Precision Persuasion of the Unconscious Mind. — Piatkus Books, 2005. — 192 p. — ISBN 978-0749926113.
4. Kotler, P. (1998) Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. 9th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.
5. Kholmamatov Diyor Haqberdievich, Boyjigitov Sanjarbek Komiljon ugli. Marketing Problems In The Development Of Export Activities Of Small Business Entities. International Journal of Engineering and Information Systems (IJEAIS), 31 39 pp, 2020