

XUSUSIY TADBIRKORLIKNI DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB-QUVVATLASH MEXANIZMLARI

Suyunov Jabbor Maxmudovich
QarDU tayanch doktranti

Annotasiya: ushbu maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlanish holati, davlat tomonidan beriladigan e'tibor, 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: xususiy tadbirkorlik, kichik biznes, 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, внимание, уделяемое государством, как ВВП, экспорт и промышленность. Также были запрошены предложения по основным направлениям развития малого бизнеса и частного предпринимательства.

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

Abstract: this article analyzes the state of development of small business and private entrepreneurship, attention paid by the state, 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, export, industry, self employment, service, market infrastructure.

Ma'lumki, har qanday davlatning tashqi iqtisodiy faoliyatida eksport muhim rol o'ynaydi. Mamlakatimiz iqtisodiyotining ravnaqi eksport salohiyatining yuksalishiga ham bevosita bog'liqdir. Mustaqillik yillarida mamlakatimizning eksport salohiyati tubdan o'zgardi. Bunda kichik biznesning o'rni ham beqiyosdir. Kichik biznes sub'ektlari bugungi kunda ichki iste'mol bozorini import o'rnini bosuvchi tovarlar bilan taklif etmoqda. Kichik biznes mamlakat iqtisodiyoti tarmoqlarida ham eng muhim sohaga aylanib bormoqda. Qishloq xo'jaligi, savdo, maishiy xizmat ko'rsatish, ovqatlanish, mehmonxona va turizm faoliyatlarida kichik biznesning salmog'i juda kattadir. Keyingi paytlarda sanoatda tarmoqlarida modernizatsiya, ishlab chiqarishni texnik va texnologik jihatdan o'zgartirish, sanoatda chuqur tarkibiy o'zgartirishlar va diversifikatsiyani amalga oshirilishi natijasida qishloq joylarda ham sanoat tarmoqlari

rivojlanib bormoqda. Bunda esa kichik biznes asosiy yetkachilardan hisoblanadi. Sanoat ishlab chiqarishda ham kichik biznesning ulushi yildan-yilga oshib bormoqda.

Kichik biznesni sanoat tarmoqlaridan oziq-ovqat sanoatida, qayta ishlash sanoati, yengil sanoatda ulushi yuqori bo'lmoqda. Asta sekinlik bilan kichik biznes sub'ektlari sanoatning boshqa muhim tarmoqlariga ham faoliyati oshishib bormoqda. Kichik biznesni rivojlantirishdan yana bir maqsad mamlakatning ma'naviy tarbiyaviy va madaniy ishlarini yuksaltirish. Chunki kichik biznes ma'naviy tarbiyaviy va madaniy sohalarini rivojlanishiga ham o'z hissasini qo'shadi. Respublikamizda kichik biznesni rivojlantirishning ma'naviy-tarbiyaviy va madaniy sabablari:

- an'anaviy xalq amaliy san'ati va badiiy hunarmandchilikning tiklanishiga ko'maklashish;

- sport va sog'lomlashtirish maskanlarini barpo etish;
- xususiy o'quv muassasalarini ochish;

- obodonlashtirish, ko'rkamlashtirish va ekologik tarbiyani yo'lga qo'yish;

- bolalar, o'smirlar hamda yoshlar lagerlarini tashkil qilish. Keyingi 3-4 yil ichida mamlakat iqtisodiyotida davlat ulushini qisqarishi, erkin bozoro mexanizmlarini amal qilishi natijasida kichik biznesning rivojlanishida tub bo'rilish bo'ldi. Xususan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiyot tarmoqlaridagi ulushi ham oshib bormoqda. Ayniqsa, kichik va xususiy korxonalarining ishlab chiqarish tarmoqlaridagi hissasi ortib bormoqda.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash mumkin, milliy iqtisodiyotda kichik va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish kambag'allikni qisqartirish, o'zini-o'zi ish bilan bandligini ta'minlash, mahallalarda xizmat ko'rsatish sohalarini rivojlantirish kabilarga erishishni ta'minlaydi. Mahaliy institutlarning samaradorligi rolini oshirish – tadbirkorlarga yangi korxona yaratish uchun eng yaxshi imkoniyatlarni taqdim etishi, shuningdek, uning keyingi faoliyati va rivojlanishi uchun qulay sharoit yaratishga inkoniyat berilishi lozim:

1. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish uchun dastavval tadbirkorlik subyektlarini aniq moliyalashtirish manbalarini, shu jumladan aholi mablag'lari, byudjetdan tashqari jamg'armalar, tadbirkorlar, tijorat banklari va moliya institutlarining kreditlari, xalqaro tashkilotlar va xorijiy davlatlarning grantlari, xalqaro standartlarga muvofiq kredit uyushmalari faoliyatini yo'lga qo'yish.

2. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlar o'z ehtiyojlari uchun ob'ektlar quradigan yangi tashkil etilgan kichik biznes sub'ektlariga yagona soliq to'lovi to'lash bo'yicha imtiyozlar yaratish.

3. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari bilan yirik korxonalar o'rtasida ilmiy-texnika sohasida kooperasiyasini yo'lga qo'yish. Yirik korxonalarining

buxgalteriya, marketing kabi xizmatlarini autsorsing asosida tashkil etish mexanizmlari bo'yicha huquqiy asoslarni mustahkamlash. tadbirkorlik

4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlarning davlat xaridlarida ishtirokini oshirish, subyektlarining davlat xaridlari sohasida yanada soddalashtirish deb hisoblaymiz.

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. Nikki LaMarko.<https://smallbusiness.chron.com/problems-smallscale-businesses-12355.html>

4. 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.

5. Kotler, P. (1998) Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. 9th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.