

№	MUNDARIJA	Page
1.	MILLIY SUG'URTAS BOZORINING INVESTITSIYAVIY JOZIBADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI <i>Qo'ldoshev Qamariddin Mansurovich</i>	4
2.	MOLIYAVIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHDA PENSIYA VA HAYOT SUG'URTASINING AHAMIYATI <i>Mirzamahmudova Madina Odiljon qizi</i>	8
3.	SUG'URTA MEXANIZMLARINING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRI VA IMKONIYATLARI <i>Ko'chimov Abdujamil Hamraqulovich, To'g'izova Malika Soxib qizi</i>	11
4.	YANGI O'ZBEKISTONDA AHOLINI IJTIMOIIY HIMOYALASH BORASIDA DAVLAT TIBBIY SUG'URTASINING AHAMIYATI <i>Ametova Fotimajon Rozmatovna</i>	14
5.	O'ZBEKISTON SUG'URTA BOZORIDA HAYOT SUG'URTA SOHASINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI <i>Matiyazova Sanobar Rajabbayovna</i>	17
6.	TAKAFUL: ISLOMIY SUG'URTANING ZAMONAVIY IMKONIYATLARI VA RIVOJLANISH MUAMMOLARI <i>Xudoyberdiyev Umid Murodovich</i>	20
7.	GLOBAL MOLIYAVIY BEQARORLIK SHAROITIDA JAHON SUG'URTA BOZORIDAGI ASOSIY TENDENSIYALAR <i>Xalikov Umid Raxmatullaevich</i>	24
8.	SUG'URTA TASHKILOTLARINING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI <i>Umarova Gulnora Akromovna</i>	28
9.	ISLOMIY MOLIYALASH: TAMOYLLARI, TUZILISHI VA ISTIQBOLLARI <i>Yarashova Vasila Kamalovna, Yuldashkhujayev Saidusmonkhuzha Botir ugli</i>	30
10.	BUDJET TASHKILOTLARIDA ASOSIY VOSITALARNING ESKIRISHI VA UNGA QO'YILADIGAN CHORA-TADBIRLAR <i>Ashirova Gulchehra Abdug'aniyevna</i>	33
11.	MINTAQAVIY IQTISODIYOTNING MAMLAKAT RIVOJLANISHIDAGI O'RN <i>Toshaliyeva Saodat Toxirovna</i>	36
12.	SANOAT TARMOG'INING IQTISODIY SALOHİYATINI BAHOLASHDA EKONOMETRIK USULLAR VA OMILLAR <i>Kasimov Azamat Abdukarimovich</i>	39
13.	TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING RENTABELLIGINI BAHOLASHDA EBITDA ASOSIDA BALLI REYTING TIZIMINI SHAKLLANTIRISH METODOLOGIYASI <i>Abdullayev Zafarbek Safibullayevich</i>	42
14.	O'ZBEKISTONDA EKOLOGIK BARQARORLIKKA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI ANIQLASH <i>Xamdamov Shoh-Jaxon Raxmat o'g'li</i>	48
15.	KORXONALARGA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB ETISH SHAKLLARI <i>Ibragimov G'anijon G'ayratovich</i>	51
16.	YASHIL SUG'URTANI RIVOJLANTIRISHDAGI MUAMMOLAR VA IMKONIYATLAR <i>Yo'ldosheva Aziza Muzaffar qizi</i>	54
17.	O'ZBEKISTONDA MILLIY IQTISODIYOTNI BARQAROR O'SISH SHAROITIDA QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORINI JADAL RIVOJLANTIRISHDA ANDERRAYTING OPERATSIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI <i>Alimov Ilhomjon Ikromovich</i>	57
18.	KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING DAROMADINI OSHIRISH STRATEGIYALARI <i>Sharipov Ixtiyor Baxtiyorovich</i>	60
19.	O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI AHOLISINI ISH BILAN BANDLIGINI OSHIRISH YO'LLARINI STATISTIK TAHLILI <i>Razikova Gulmira Sharifovna</i>	63
20.	O'ZBEKISTON SUG'URTA TASHKILOTLARIDA KORPORATIV BOSHQARUV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI <i>Xasanov Farrux Ravshanovich</i>	65

“O‘ZBEKISTON SUG‘URTA BOZORI” JURNALI TAHRIR KENGASHI A‘ZOLARI

1. Teshabayev To‘lqin Zakirovich (Kengash raisi, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori, falsafa fanlari doktori, professor).
2. Maqsudov Davron Sanjarxo‘jayevich (Kengash raisi o‘rinbosari, Istiqbolli loyihalar milliy agentligi direktori o‘rinbosari).
3. Azimov Rustam Sadikovich (“O‘zbekinvest” eksport-import sug‘urta kompaniyasi” AJ bosh direktori, falsafa fanlari doktori).
4. Mehmonov Sultonali Umaraliyevich (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti prorektori, fan nomzodi, professor).
5. Abdurahmonova Gulnora Qalandarovna (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti prorektori, falsafa fanlari doktori, professor).
6. Sindarov Sherzod Egamberdiyevich (Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti prorektori, falsafa fanlari doktori, professor).
7. Zakirov Latif Xamidullayevich (Moliya vazirligi huzuridagi TKFJMS qoshidagi To‘lovlarni kafolatlash jamg‘armasi direktori).
8. Xalilov Oybek Nasirovich (O‘zbekiston sug‘urta bozori professional ishtirokchilari uyushmasi kengashi raisi).
9. Qurbonov Xayrulla Abdurasulovich (TDIU Xalqaro va milliy reytinglar bilan ishlash kafedrasi mudiri, dots.).
10. Quldoshev Qamariddin Mansurovich (TDIU “Sug‘urta ishi” kafedrasi professori, DSc, bosh muharrir).
11. Zaynalov Jahongir Rasulovich (Samarqand iqtisodiyot va servis instituti “Moliya” kafedrasi mudiri, falsafa fanlari doktori, prof.).
12. Shennayev Xojayor Musurmanovich (TDIU “Sug‘urta ishi” kafedrasi mudiri, DSc, prof.).
13. Boyev Xabibullo Ismoilovich (TDIU “Sug‘urta ishi” kafedrasi professori, falsafa fanlari doktori).
14. Ortiqov Furqat A‘zamjonovich (“Kafil Sug‘urta” AK sug‘urta kompaniyasi direktorlar kengashi raisi).
15. Nurullayev Abdulaziz Sirojiddinovich (O‘zbekiston madaniyat va san‘at instituti professori, falsafa fanlari dots.).
16. Merident Randles (FSA, MAAA. Principal & Consulting Actuary. Katta maslahatchi, UNDP-Milliman Global Actuarial Initiative).
17. Ong Xie (FIA, FSAS. Dastur menejeri, UNDP-Milliman Global Actuarial Initiative. Olmosh: She/Her).
18. Hasanov Xayrulla Nasrullayevich (TDIU Beshta tashabbus markazi kafedra mudiri, t.f.n.).
19. Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich (TDIU “Moliya bozori va sug‘urta” kafedrasi mudiri, falsafa fanlari doktori).
20. Mutalova Dilorom Maxamadjanovna (TDIU “Soliqlar va soliqqa tortish” kafedrasi professori, falsafa fanlari doktori).
21. Imomov Hamdilla Hamdamovich (TDIU “Korporativ moliya va qimmatli qog‘ozlar” kafedrasi professori v.b., falsafa fanlari doktori).
22. Kenjayev Ilxom G‘iyozovich (TDIU Magistratura bo‘yicha dekan o‘rinbosari, t.f.d., dots.).
23. Yadgarov Akram Akbarovich (TDIU “Yashil iqtisodiyot” kafedrasi professori v.b., falsafa fanlari doktori).
24. Yuldashev Obiddin Toshmurzayevich (TDIU “Sug‘urta” kafedrasi professori v.b.).
25. Samadov Asqarjon Nishonovich (TDIU “Marketing” kafedrasi dotsenti, universitet Kengashi kotibi, fanlar nomzodi).
26. Baratova Dinara Alisherovna (TDIU “Sug‘urta” kafedrasi dotsenti, t.f.n. kotib).
27. Qarshiyev Daniyar Eshpo‘latovich (TDIU “Sug‘urta” kafedrasi dotsenti, t.f.n., bosh muharrir).
28. Nomozova Qumri Isoyevna (Bank-moliya akademiyasi dotsenti, PhD).
29. Hamdamov Shoh-Jahon Raxmat o‘g‘li (TDIU “Korporativ moliya va qimmatli qog‘ozlar” kafedrasi dotsenti, t.f.n.).
30. Maxmudov Samariddin Baxriddinovich (TDIU “Korporativ moliya va qimmatli qog‘ozlar” kafedrasi dotsenti, t.f.n.).



KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING DAROMADINI OSHIRISH STRATEGIYALARI

Sharipov Ixtiyor Baxtiyorovich

Ma'mun universiteti "Iqtisodiyot" kafedrası dotsenti, (Phd)

ixtiyorshb@gmail.com

DOI: https://doi.org/10.55439/INS/vol2_iss2/279

Annotatsiya: Ushbu maqolada asosiy e'tibor kichik biznes faoliyatining turli jihatlariga qaratilib, mamlakat iqtisodiyotidagi asosiy makroiqtisodiy ko'rsatkichlari, daromadni oshirish uchun izchil strategik rejalashtirish, marketing, daromadga ta'sir etuvchi omillar, shuningdek, raqamli transformatsiya va elektron tijorat kabi zamonaviy yondashuvlar ko'rib chiqiladi.

Kalit so'zlar: kichik biznes, mikrofirma, strategik rejalashtirish, marketing, tashqi va ichki omillar.

Abstract: This article focuses on various aspects of small business operations, examining key macroeconomic indicators in the country's economy, consistent strategic planning to increase revenue, marketing, factors affecting revenue, as well as modern approaches such as digital transformation and e-commerce.

Keywords: small business, micro-firm, strategic planning, marketing, external and internal factors.

Абстрактный: В данной статье рассматриваются различные аспекты деятельности малого бизнеса, рассматриваются основные макроэкономические показатели экономики страны, последовательное стратегическое планирование для увеличения доходов, маркетинг, факторы, влияющие на доходы, а также современные подходы, такие как цифровая трансформация и электронная коммерция.

Ключевые слова: малый бизнес, микрофирма, стратегическое планирование, маркетинг, внешние и внутренние факторы.

Kirish (Введение/ Introduction)

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznes subyektlarining daromadini oshirish, zamonaviy sharoitlarga mos ravishda faoliyat yuritish, innovatsion fikrlashni rivojlantirish va raqobatbardosh mahsulot yoki xizmatlar taklif qilish bugungi kunning eng dolzarb masalalaridan biridir. XXI asrda jahon miqyosida ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, axborot texnologiyalari va boshqa ko'plab sohalarida global raqobat tobora kuchayib, tadbirkorlik uchun qulay sharoitlar shakllanmoqda. Ayniqsa, kichik biznes subyektlari ish o'rinlari yaratish, mahalliy ehtiyojlarni qondirish, o'ziga xos yangiliklarni joriy etish va bozorni rang-baranglashtirish kabi iqtisodiy funksiyalarni amalga oshirishda muhim o'rin tutadi.

Bu borada mamlakatimiz Prezidenti Shavkat Mirziyoyev "...yurtimizda bu soha ish o'rni, investisiya, innovatsiya, raqobat, qo'shilgan qiymat va eksportni ko'paytirishga eng katta turtki berayotgan yo'nalishga aylandi. So'nggi besh yilda kichik va o'rta tadbirkorlar soni 2 karra ko'paydi. Ularda 10 million 500 ming odam – jami band aholining 74 foizi daromad topib, ro'zg'or tebratayapti. Iqtisodiyot hajmining yarmidan ko'pi, sanoat va eksportning uchdan biri shu soha vakillari hissasiga to'g'ri kelayapti. Ushbu raqamlarning o'ziyoq mamlakatimiz iqtisodiyoti uchun kichik va o'rta biznes qanchalik muhimligini yaqqol ko'rsatib turibdi. Davlatimiz rahbari shu bois bu yo'nalishni qo'llab-quvvatlash bundan keyin ham davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri bo'lishini ta'kidlaydi [1].

Shuningdek, kichik va o'rta biznesning xalqaro bozorlarga chiqishiga imkoniyatlarni kengaytirish, mikro moliyalashtirishni rivojlantirish, innovatsiyalar va startaplarni qo'llab-quvvatlash hamda yirik biznes bilan kooperatsiyani rivojlantirishning yangi instrumentlarini amaliyotga joriy etishda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 11.09.2023 yildagi 158-son "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risidagi farmoni [2] mazkur sohani yangi bosqichga olib chiqish uchun meyoriy-huquqiy asos bo'lib xizmat qilmoqda.

Katta salohiyat va tez o'zgarishlarga moslashish qobiliyatiga ega kichik biznes subyektlari har doim ham o'z oldiga qo'ygan maqsadlarga oson erisha olmaydi. Ular kapital tanqisligi, kadrlar malakasining yetishmasligi, marketing bilimlari va strategik rejalashtirish tajribasi

kamligi kabi turli to'siqlarga duch kelishadi. Biroq aynan ushbu to'siqlarni bartaraf etish orqali kichik biznes subyektlari bozorni egallashda, daromadlarini oshirishda va raqobatbardoshligini mustahkamlashda eng katta maralarga erishishlari mumkin.

Adabiyotlar sharhi (Обзор литературы/Literature review)

Ko'plab xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar, kichik biznes subyektlarining iqtisodiyotdagi o'rni hamda ahamiyati to'g'risida ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Jumladan, Y.Shumpeter [3] o'zining «Iqtisodiy rivojlanish nazariyasi» kitobida, tadbirkorni novator (yangilik bunyod qiluvchi odam) deb ta'riflagan. Olim tadbirkorlik faoliyatini kapitalistik iqtisodiyotning rivojlanishida, iqtisodiy o'sishni ta'minlashda katta rol o'ynaydigan yangiliklarni joriy etishdan iborat, deb ta'kidlaydi. Amerikalik olim R.Xizrich [4], «Tadbirkorlik o'z qiymatiga ega bo'lgan qandaydir yangi narsani yaratish jarayoni, tadbirkor esa buning uchun barcha zarur vaqti va kunini sarflaydigan, barcha moliyaviy, psi-xologik va ijtimoiy xavf-xatarni o'ziga olib, evaziga mukofot sifatida pul va erishilgan yutug'idan qanoatlanuvchi shaxs», - deb ta'kidlaydi.

Ingliz professori A.Xoskin esa «ishni o'z hisobidan olib boruvchi, biznesni boshqarish bilan shaxsan shug'ullanuvchi va kerakli vositalar bilan ta'minlanish uchun shaxsiy javobgarlikka ega, qarorni mustaqil qabul qiluvchi shaxs yakka tartibdagi tadbirkor bo'ladi»[5], - deb izohlaydi.

Rus iqtisodchi olimlaridan F.I.Shaxmalovning fikricha "tadbirkorlik mustaqil iqtisodiy faoliyat sifatida investisiya va xavf-xatar bilan bog'liq bo'lib, foyda yoki boshqa qo'shimcha daromad olishdir"[6], deb izohlaydi.

Mamlakatimizda iqtisodchi olimlaridan U.V.Gafurov o'zining [7] ilmiy ishlarida kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solishning iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirishga e'tibor qaratgan. Iqtisodchi Q.Sharipov [8] esa kichik biznes faoliyatining tarmoq bo'yicha ixtisoslashuv jarayonlarini tadqiq etgan. Shuningdek, D.Meyliyeva [9] kichik biznes subyektlarining ishlab chiqarish va sotish bilan bog'liq jarayonlarini tadqiq etgan. Bundan tashqari Respublikamiz bir qator olimlarining ilmiy ishlarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishning umumnazariy, xududlar tarmoq muammolari,

infratuzilma obyektlarini modellashtirishning nazariy va amaliy jihatlarini tadqiq etilgan [10,11,12]. Shuning uchun, respublikamizda faoliyat yuritayotgan kichik biznes subyektlari hisoblangan kichik korxona va mikrofirmalarning rivojlanish tendensiyalarini aniqlash va baholash, hududlar bo'yicha kichik korxona va mikrofirmalarning viloyatlar kesichida tahlil qilish, kichik korxona va mikrofirmalarning umumiy iqtisodiy holatidagi o'zgarishlarni o'rganishga zarurat tug'ilmoqda.

Tadqiqot metodologiyasi (Методы/Methods)

Tadqiqotning metodologik asosini kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish sohasidagi qonun osti va me'yoriy-huquqiy hujjatlar, Prezident farmon va qarorlaridan foydalanildi. Shuningdek, tadqiqot ishiga oid qarashlarni, fikrlarni tahlil qilishda induksiya va deduksiya usullari keng qo'llanildi. O'zbekiston Respublikasi milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlarining tahlilida statistik ma'lumotlarni guruhlash, solishtirma tahlil usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi (Анализ и результаты/Analysis and results)

So'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan kichik tadbirkorlik subyektlarini qo'llab quvvatlash hamda ishbilarmonlik muhitini sifat jihatdan yaxshilash bo'yicha qabul qilingan qaror va farmonlari, shuningdek, bu sohaga berilayotgan katta e'tiborlar natijasida 2018-2023 yillar davomida jami 510,1 mingta kichik korxona va mikrofirma yangidan tashkil etildi. Yangi tashkil etilgan kichik korxona va mikrofirmalar sohalar kesimida tahlil qilinganda, eng ko'p yangi subyektlar savdo sohasida – 189,5 mingta (yoki 37,1 %), xizmatlar sohasida – 123,4 mingta (yoki 24,2 %), sanoat sohasida – 99,0 mingta (yoki 19,4 %), qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligida – 61,1 mingta (yoki 12,0 %) va qurilish sohasida – 37,1 mingta (yoki 7,3 %) tashkil etilgan. Navbatda keltirilayotgan jadvalda kichik tadbirkorlik subyektlarining 2022-2023 yillardagi asosiy ko'rsatkichlari aks ettirilgan.

1-jadval

2022-2023 yillarda kichik tadbirkorlik subyektlarining asosiy ko'rsatkichlari³

Ko'rsatkichlar nomi	O'lovch birligi	2022 y.	2023 y.	O'sish (+;-)
Faoliyat yuritayotgan kichik korxona va mikrofirmalar soni	birlik	523 556	417 080	-106 476
Yangi tashkil etilgan	birlik	90 177	86 030	-4 147
Kichik tadbirkorlik ulushlari:				
YaIM	%	51,6	51,2	-0,4
Sanoat	%	26,0	26,9	0,9
Qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligi	%	94,8	94,8	-
Investitsiya	%	47,9	51,4	3,5
Qurilish	%	71,5	74,7	3,2
Chakana savdo	%	84,7	83,8	-0,9
Xizmatlar	%	49,4	47,7	-1,7
Yuk tashish	%	47,4	50,8	3,4
Yuk aylanmasi	%	72,4	73,5	1,1
Yo'lovchi tashish	%	92,4	91,6	-0,8
Yo'lovchi aylanmasi	%	95,0	95,1	0,1
Eksport	%	31,2	29,0	-2,2
Import	%	49,5	50,7	1,2

Yuqoridagi jadval ma'lumotlaridan ko'rishimiz mumkinki, kichik tadbirkorlik ulushlari asosan qishloq, o'rmon va baliqchilik xo'jaligi, yo'lovchi aylanmasi, yo'lovchi tashish, chakana savdo hamda qurilish sohalarida katta qismni tashkil etgan.

Kichik biznes tushunchasi turli mamlakatlarda har xil mezonlar asosida belgilanadi. Odatda, kichik biznesni aniqlashda ishchilar soni, yillik aylanma, balans qiymati kabi ko'rsatkichlar e'tiborga olinadi. Misol uchun, ayrim davlatlarda 50 nafardan kam xodim ishlayotgan yoki yillik daromadi muayyan summadan oshmaydigan korxonalar kichik biznes

Moslashuvchanlik	• Kichik korxonalar bozor sharoitidagi o'zgarishlarga yirik korxonalarga qaraganda tezroq reaksiya bildirishi mumkin.
Innovatsion yondashuv	• Yirik korporatsiyalarga nisbatan kichik biznes subyektlari tez-tez eksperiment o'tkazish, o'ziga xos mahsulot va xizmatlarni taklif qilish imkoniyatiga ega bo'ladi.
Mahalliy bozorni chuqur bilish	• Kichik biznes egasi o'z joyining tili, urf-odati va ijtimoiy-psixologik xususiyatlarini yaxshi tushunadi. Bu esa mijozlarning talabini aniqroq his qilish va tezkor javob berish imkonini yaratadi.
Raqobatbardosh mahsulot va xizmat	• Kam miqdordagi mablag' bilan boshlanadigan bunday korxonalar yangi raqobat usullari, narx siyosati yoki tanlangan segment strategiyasi bilan bozorga kirishi mumkin.

1-rasm. Kichik biznes subyektlari asosiy xususiyatlari^[13]

subyekti sifatida tasniflanadi. Bunday mezonlar hukumat tomonidan keng muhokama va ilmiy-amaliy tajriba asosida turli qonun va me'yoriy hujjatlar bilan belgilab beriladi. O'zbekistonda kichik biznesni belgilab beruvchi asosiy mezon sifatida ishchilar soni keltiriladi.

Kichik biznes subyektlari asosan quyidagi xususiyatlari bilan ajralib turadi:

Kichik biznes butun dunyoda iqtisodiy barqarorlik va rivojlanish omillaridan biri sifatida e'tirof etiladi. Jahon Banki, Xalqaro valyuta jamg'armasi, BMT va boshqa xalqaro moliya institutlari tadqiqotlariga ko'ra, kichik biznes subyektlari iqtisodiy o'sishga quyidagi yo'llar bilan hissa qo'shadi:

- Ish o'rinlari yaratish: Ko'p holatlarda kichik korxonalar o'zlari faoliyat yuritayotgan hududda aksariyat ishchi kuchini band qiladi.
- Davlat byudjetiga soliq tushumlari: Kichik biznes subyektlari yirik korxonalar bilan taqqoslaganda soliq to'lash hajmi kichikroq bo'lsa-da, ularning ko'pligi sabab umumiy hisobda salmoqli daromad manbayi bo'lib xizmat qiladi.
- Innovatsion rivojlanish: Kichik biznesda innovatsion g'oyalar tug'ilishiga qulay shart-sharoit yaratiladi, bu esa iqtisodiy hayotga yangilik keltiradi.
- Eksport salohiyatini oshirish: Ba'zi kichik korxonalar xorij bozorlariga ham kirib borish orqali valyuta tushumlari manbayiga aylanadi.

Kichik biznes subyektlarining daromadi turli omillarga bog'liq bo'lib, ular quyidagilardan iborat:

Tashqi omillar	Ichki omillar	Ijtimoiy-psixologik omillar
• Bozor kon'yunkturasi, inflyatsiya, valyuta kursining tebranishi, davlat siyosati, soliq stavkalari, iqtisodiy inqirozlar, raqobatchilar faoliyati	• Korxona boshqaruvidagi samaradorlik, moliyaviy resurslarning to'g'ri taqsimlanishi, xodimlarning malakasi va motivatsiyasi, innovatsiyalarning joriy etilishi, texnologik modernizatsiya darajasi	• Jamiyatda tadbirkorlik madaniyatining shakllanganligi, iste'molchilar talabi, mijozlar ishonchi

2-rasm. Kichik biznes subyektlarining daromadiga ta'sir etuvchi omillar⁴

Kichik biznes subyektlari o'z daromadini oshirish uchun ushbu omillarni tizimli ravishda tahlil qilishlari va ularni ijobiy tomonga o'zgartirishga qaratilgan aniq strategiyani ishlab chiqishlari lozim.

Daromadni oshirish strategiyasi tushunchasi korxonaning uzoq muddatli maqsadlarini amalga oshirish, ayniqsa foyda salohiyatini kengaytirish va mustahkamlash uchun tayyorlangan aniq rejalar majmui sifatida talqin qilinadi. Har qanday korxonada, xoh u yirik, xoh u kichik bo'lsin, strategik rejalashtirish jarayoni katta ahamiyatga ega. Strategik rejalashtirish korxona oldiga bir nechta savollarni qo'yadi:

- Biz hozir qayerdamiz (holat tahlili)
- Biz qayerga borishni xohlaymiz (asosiy maqsadlar)
- Bunga qanday yo'l bilan erishamiz (harakatlar rejasini)

Kichik biznes subyektlari uchun strategik rejalashtirish yanada muhimdir, chunki cheklangan moliyaviy, insoniy va tashkiliy resurslardan samarali foydalanish masalasi doimo dorzarb bo'lib keladi. Daromadni oshirish strategiyasi reja sifatida korxonaning marketing rejalari, moliyaviy rejasini, ishlab chiqarish rejasini va kadrlar siyosatini o'z ichiga oladi. Bunda har bir bo'limning strategik maqsadlari, bajariladigan vazifalari, budget taqsimoti va kutilayotgan natijalar aniqlik bilan belgilanadi.

Misol tariqasida, kichik restoran yoki kafe faoliyatini ko'rib chiqaylik. Mazkur korxonaning daromadini oshirish uchun quyidagilar muhim bo'ladi:

- Menyuni diversifikatsiya qilish - milliy taomlar, zamonaviy fast-food yoki sog'lom oziq-ovqat liniyasini kiritish.
- Xizmat sifatini yaxshilash - Tezkor yetkazib berish xizmati, xodimlar uchun mijozlar bilan muomala madaniyati treninglari.
- Onlayn buyurtma va to'lov tizimini joriy etish - O'z sayti yoki ijtimoiy tarmoqlarda buyurtma qabul qilish
- Maxsus aksiyalar, bonuslar - "A'zolik kartalari" orqali sodiq mijozlar uchun chegirmalar, tug'ilgan kunlarda sovg'alar, doimiy mijozlarga ball jamg'arish tizimi.

Zamonaviy bozor sharoitida kichik biznes subyektlari kuchli raqobat muhitida ishlashi tabiiy holdir. Shuningdek, kichik subyektlar raqobatchilar oldida bir nechta afzalliklarga ega: tezkor qaror qabul qilish,

tejamkor byudjet, mehnat jamoasidagi yaqin muloqot, mustaqil boshqaruv va hokazo. Lekin, shu bilan birga, bozor sharoitida kichik biznes:

- Resurslar cheklanganligi;
- Ayni payt yirik reklama kompaniyalarini amalga oshirishga imkoni kamligi;
- Yo'l qo'yilgan xatolardan tiklanish uchun katta xaziralarga ega emasligi;

kabi xavflarga duch keladi.

Shuning uchun kuchli raqobat muhitida kichik biznes subyektlarining daromadini oshirish strategiyalari quyidagilar bo'lishi mumkin:

- Xizmatlar turini diferensiyalash va yaxlit brend yaratish;
- Mahsulot yoki xizmat sifatini doimiy ravishda oshirib borish;
- Maqsadli bozor segmentlarida faollikni kuchaytirish;
- Narx siyosatini moslashuvchan qilish va tanlov variantlarini ko'paytirish;
- Raqamli marketingga e'tibor qaratish;
- Xarajatlarni aniq rejalashtirish va optimallashtirish.

Hozirgi sharoitda keltirilgan strategiyalardan tashqari bozorga moslashish strategiyasini shakllantirish orqali korxona raqobat kurashida yengib chiqishi mumkin. Bozorga moslashish birinchidan, bozorning o'zi haqida tushunchaga ega bo'lishga va ikkinchidan, bozorga yo'nalgan strategiyani shakllantirish uchun asos yaratishga imkon beradi[14].

Foydalanilgan adabiyotlar (Литература/ References):

1. “Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash – strategik yo'limiz” O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning 2025 yil 19 martdagi kichik va o'rta biznes vakillari bilan uchrashuvdagi nutqi. <https://president.uz/uz/lists/view/7955>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston – 2030” strategiyasi to'g'risidagi 158-son farmoni 11.09.2023 yil.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития – М.: 1982. С. 159.
4. Р. Хизрич., С. Питерс. Предпринимательство. М., 1991, 20-бет.
5. А.Хоскин. Курс предпринимательства. М., 1993, 23-бет.
6. Шахмалов Ф.И. Взаимодействие предпринимательских и властных структур: вопросы теории и практики. Автореферат диссертации доктора экономических наук. Санкт-Петербург. 1998. С. 34.
7. U.V. G'afurov Kichik biznesni qo'llab-quvvatlashda imtiyozlardan samarali foydalanishning nazariy masalalari. “Iqtisodiyot va innovasion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. №8, 2013 yil
8. Q.B. Sharipov O'zbekistonda kichik biznes faoliyatida tarmoq bo'yicha ixtisoslashuv jaraenlari // «Iqtisod va moliya» ilmiy-amaliy jurnali. – № 2(132), 2019. 32-38-b. (08.00.00; №18)
9. D.Meyliyeva Kichik biznes va tadbirkorlik sharoitida oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotishning xorijiy tajribasi. “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali. №6, 2024.
10. M.Eshov O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishi: omillar, natijalar va istiqbollari. –T.: Ma'naviyat, 2018-128 b
11. Abduraxmanova G.K. Kichik biznesda aholini munosib mehnat tamoyillari asosida ish bilan ta'minlashni takomillashtirish. Iqtisod fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. T.: 2016. 158-b.;
12. A.Mardonov Kichik biznes rivoji – ertangi kun poydevori. “Iqtisodiyot va innovasion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. №1, 2023 yil
13. M.S.Qosimova, Sh.J. Ergashxodjayeva, A.N. Samadov, I.B.Sharipov. Kichik biznes va tadbirkorlik. O'quv qo'llanma. – T.: 2010, – 256bet.
14. Sh.J.Ergashxodjayeva, A.N.Samadov, I.B. Sharipov. O'zbekistonda innovasion marketingni rivojlantirish istiqbollari. –Toshkent: TDIU, 2013. -51bet.

Korxona o'z maxsulotlarini kirgiza olgan bozor va u yerdagi insonlarni to'liq o'rganib chiqsagina, u bozorga moslasha oladi.

Yuqorida qayd etib o'tilgan strategiyalarning tadbirkorlik faoliyatida keng qo'llanilishi bir yil ichida mijozlar bazasini kengaytirishi va korxona daromadini kamida 30–40 foizga oshirishga zamin yaratadi, shuningdek, bugungi shiddat bilan rivojlanayotgan raqobat kurashida zaruriy talabga aylanib borayotgan chora tadbirlar hisoblanadi.

Xulosa va takliflar (Заключение/Conclusion)

Yuqoridagilardan kelib chiqib, kichik biznes va tadbirkorlik – iqtisodiyotda muhim o'rin tutadigan, tez moslashuvchan va innovatsion g'oyalarni joriy qilishga qulay subyekt hisoblanadi. Uning barqaror rivojlanishi, daromadni oshirish masalasi milliy iqtisodiy siyosatda alohida e'tibor talab qiladi. Muxtasar qilib aytganda, kichik biznes subyektlarining daromadini oshirish strategiyasi turli sohalarni qamrab oladigan, kompleks yondashuvni talab qiladigan jarayon. Unda davlat tomonidan beriladigan imtiyozlardan foydalanish, to'g'ri marketing strategiyasi, innovatsion faoliyat, to'g'ri boshqaruv va kadrlar salohiyatini yuksaltirish kabi omillar bir-birini to'ldirishi zarur. Xulosa qilib aytganda ushbu holatlar kichik biznes egalari, tadbirkorlarning raqobatchilar o'rtasida yuqori mavqeiga ega bo'lishida, moliyaviy barqaror holatga erishishda, shuningdek daromadlarini oshirishga katta xizmat qiladi.