

КИЧИК БИЗНЕС ВА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНИШИДА МАРКЕТИНГНИ ТАШКИЛ ЭТИШ МУАММОЛАРИ

Арипов Ойбек Абдуллаевич

и.ф.д., проф.

Наманган муҳандислик-қурилиш институти
«Иқтисодиёт» кафедраси мудири

Довлатова Шохсанам Дилшоджоновна

НамМҚИ 55-ИQT-21 гр. талабаси

АННОТАЦИЯ

Мақола Ўзбекистонда кичик бизнес ва тадбиркорликни ривожланиши ҳамда маркетингни ташкил этиш масалаларига бағишланади. Хусусан, Наманган вилоятида кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналарида маркетингни юритиш ва ташкил этиш муаммолари амалий жиҳатдан ўрганилган. Шунингдек, бу муаммоларни бартараф этишга йўналтирилган таклифлар ишлаб чиқилган.

Калит сўзлар: маркетинг, кичик бизнес, тадбиркорлик, маркетингни ташкил этиш, иқтисодиёт тармоқлари, бозорни тадқиқ этиш.

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам развития малого бизнеса и предпринимательства и организации маркетинга в Узбекистане. В частности, с практической точки зрения были изучены проблемы проведения и организации маркетинга в малом бизнесе и предпринимательских предприятиях Наманганской области. Разработаны также предложения, направленные на устранение этих проблем.

Ключевые слова: маркетинг, малый бизнес, предпринимательство, организация маркетинга, отрасли экономики, исследование рынка.

ABSTRACT

The article is devoted to the development of small business and entrepreneurship and the organization of marketing in Uzbekistan. In particular, from a practical point of view, the problems of conducting and organizing marketing in small businesses and entrepreneurial enterprises of the Namangan region were studied. Proposals have also been developed to address these problems.

Keywords: marketing, small business, entrepreneurship, marketing organization, economic sectors, market research.

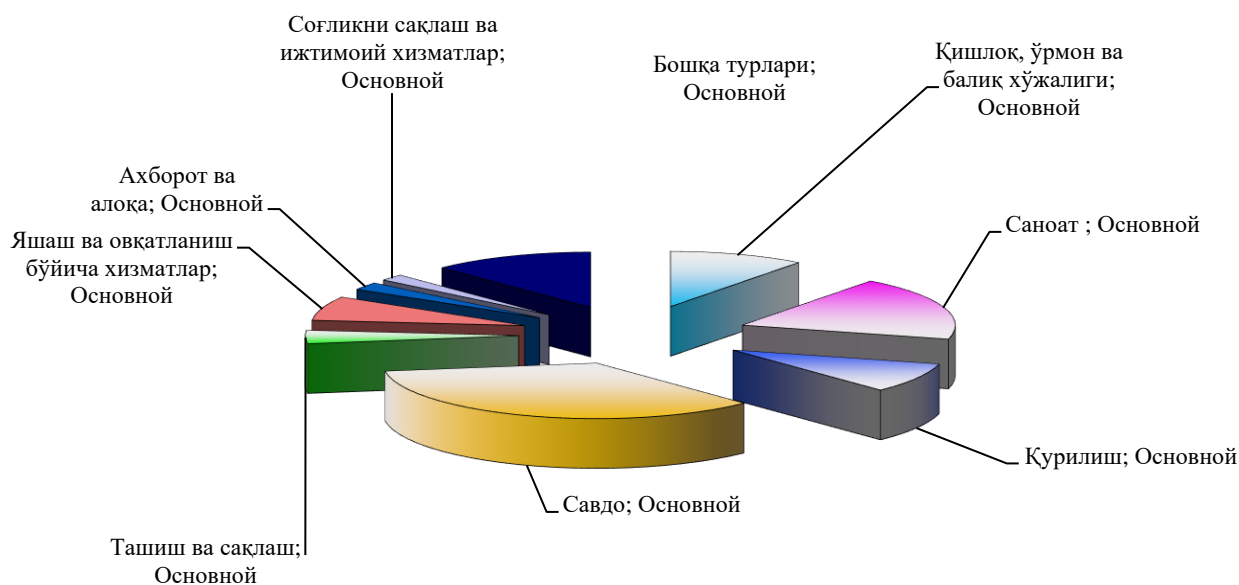
Сўнги йилларда Ўзбекистон иқтисодиётида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик сектори муҳим роль ўйнамоқда. Чунки хусусий секторнинг ни ривожланишига кенг имкониятлар яратиб берди. Шу мамлакатда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари сони йилдан йилга кўпайиб бормоқда. Хусусан, 2023 йилнинг 1 январь ойига қадар берилган статистик маълумотларга кўра Ўзбекистонда 555971 та кичик бизнес субъектлари давлат рўйхатидан ўтган бўлиб, пойтахтимиз Тошкент шаҳрида улар 110155 тага етган. Бу эса жами мамлакат кўрсаткичига нисбатан 19,8 фоизни ташкил этади. Кейинги ўринларни Тошкент (53961 та ёки 9,7%), Фарғона (49032 та ёки 8,8%) ва Андижон (42166 та ёки 7,6%), вилоятлари эгаллаган бўлиб, уларда ҳам рўйхатдан ўтган кичик бизнес субъектлари кўпчилиқни ташкил этади. Қолган вилоятларда кичик бизнес субъектларини рўйхатга олиш юқоридаги номлари келтирилган ҳудудлардан паст бўлди (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистонда ҳудудлар кесимида рўйхатдан ўтган кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари сони
(dehqon va fermer хо‘jaliklarisiz, yanvar-dekabr holatiga ko‘ra, birlikda)

Худудлар	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Қорақалпоғистон Республикаси	9844	10173	10609	10617	10331	11076	12364	15050	18923	21048	24006
Андижон	20143	21413	22802	23848	23063	21631	23978	28880	35795	38057	42166
Бухоро	12336	11907	12420	12571	12594	13495	15700	20982	26097	29538	32155
Жиззах	7700	8181	8625	9200	9065	10069	11845	14769	18661	20684	24251
Қашқадарё	20529	20430	17492	15890	14614	14969	16752	20921	26088	32584	38985
Навий	6582	6599	6798	7089	6992	7788	9143	15511	19058	21260	23997
Наманган	14475	14447	15122	15731	16055	16928	17944	22034	27314	29982	33598
Самарқанд	12962	14218	15096	15375	15389	17261	20669	27322	35022	43130	51025
Сурхондарё	11544	10700	11344	10292	10159	10897	11670	15783	22670	25772	28925
Сирдарё	6489	6781	7072	7281	7668	8064	8947	11697	14256	14881	16208
Тошкент	18629	19971	21741	23102	23088	25128	29390	38006	45935	48294	53961
Фарғона	16596	17954	18036	18775	18192	20502	23542	29599	37199	42022	49032
Хоразм	10187	10344	10762	10737	10726	11345	12576	16282	20177	23324	27507
Тошкент.ш	38573	40525	43221	45490	47624	53226	61717	77085	89786	98360	110155
Ўзбекистон Республикаси	206589	213643	221140	225998	225560	242379	276237	353921	436981	488936	555971

Мамлакатимиз иқтисодиётининг деярли барча тармоқларида кичик бизнес субъектлари кириб борган. Уларда рақобат муҳити шаклланган бўлиб, бугунги кунда ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишда сифат даражалари ошиб бормоқда. Иқтисодий фаолият турлари бўйича кичик бизнес субъектлари тақсимланганда, асосий устуворлик савдо (193492 та) тармоғига тўғри келганлигини алоҳида қайд этиш керак. кичик бизнес субъектларининг 34,8 фоизи савдо тармоғида рўйхатдан ўтган. Худди шундай саноат тармоғида ҳам жами рўйхатдан ўтган кичик бизнес субъектларининг 18,8 фоизи (104440 та) тўғри келади. Қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалигида 57228 та кичик бизнес субъектлари рўйхатдан ўтган бўлиб, улар жами рўйхатдан ўтган кичик бизнес субъектларига нисбатан 10,3 фоизни ташкил этади. Қурилишда 8,8 фоиз кичик бизнес субъектлари рўйхатдан ўтиб, уларнинг сони 48828 тани ташкил қилади. Иқтисодиётнинг қолган тармоқларида 2–7 фоизгача кичик бизнес субъектлари рўйхатдан ўтган (1-расм).



1-расм. Ўзбекистонда этилган кичик бизнес субъектлари сонининг 2023 йил 1 январь ҳолатига иқтисодий фаолият турлари бўйича тақсимланиши⁹³

(dehqon va fermer xo‘jaliklarisiz, yanvar-dekabr holatiga ko‘ra, birlikda)

Иқтисодиёт тармоқлари кесимида янги ташкил этилган кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари сонидан 2019 йилга қадар фақат ўсиш тенденциялари шаклланган. 2020-2022 йиллар оралигида эса айрим тармоқларда ўсиш тенденциялари шаклланган бўлса, айримларида тушиш тенденциялари мавжуд.

⁹³ Муаллифлар томонидан Наманган вилояти статистика бошқармаси маълумотлари асосида ишланган.

Масалан, ахборот ва алоқа, ташиш ва сақлаш каби тармоқларда фақат ўсиш тенденциялари мавжуд. Аммо 2020-2022 йиллар оралигида савдо, саноат, қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалиги, қурилиш, яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар, соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизматлар каби тармоқларда янги ташкил этилган кичик бизнес субъектлари сони гоҳ ўсиб, гоҳ пасайиб турган. Шундай бўлсада, энг суст ўсиш даражаси соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизматлар соҳасида сақланиб қолмоқда. Ушбу тармоқда рақобат муҳити ҳам суст ривожланмоқда (2-жадвал).

2-жадвал

Иқтисодиёт тармоқлари кесимида янги ташкил этилган кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари сони

(dehqon va fermer xo'jaliklarisiz, yanvar-dekabr holatiga ko'ra, birlikda)

Тармоқлар	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
қишлоқ, ўрмон ва балиқ хўжалиги	2384	2282	2351	3349	5144	5586	7469	14969	11710	12018
саноат	6633	5777	5841	6608	10182	11262	19496	18596	19285	16191
қурилиш	2671	3001	2850	3044	3788	6360	8730	6009	6330	4795
савдо	6334	6144	7136	8536	7891	11713	36300	35213	38459	34384
ташиш ва сақлаш	1608	1433	1293	1666	1830	2107	2953	2397	2642	3355
яшаш ва овқатланиш бўйича хизматлар	2285	2265	2403	2836	3353	3891	7233	5637	6621	5812
ахборот ва алоқа	759	979	806	944	1001	1228	1629	1917	2521	2617
соғлиқни сақлаш ва ижтимоий хизматлар	398	424	486	516	858	1154	1269	1450	1760	1498
бошқа турлари	3262	3732	3730	3780	4120	5621	7795	7026	9558	9507
Жами	26334	26037	26896	31279	38167	48922	92874	93214	98886	90177

Бирок, шуни алоҳида қайд этиш керакки, Ўзбекистонда фаолият кўрсатаётган кичик бизнес субъектларининг аксариятида маркетинг фаолиятини ташкил этишда муайян даражада муаммолар шаклланган. Шу туфайли бундай корхоналарда маркетингни ташкил этиш ва юритиш бўйича жиддий чоратадбирлар кўриб бориш лозим бўлиб, улар турлича ёндашувлар асосида кўриб борилмоқда.

Бугунги кунда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларининг бозор иқтисодиёти муносабатларидаги фаолиятини янада оширишда бозор

муҳитини тадқиқ этиш муҳим аҳамият касб этади. Бу маркетинг фаолиятини ташкил этиш жараёнидаги дастлабки босқичлардан ҳисобланади. Бозорни тадқиқ этиш асосида қуйидагилар аниқланади:

- бозор сегменти;
- рақобат муҳити;
- истеъмолчиларнинг таркиби, тузилиши ва бошқа тавсифлари, уларнинг маҳсулотга бўлган талаби, хизматлар, ғоялари;
- бозорга янги товарларни киритиш;
- сотишнинг реал ва потенциал имкониятлари;
- рақобатчиларнинг таркиби ва тавсифи, уларнинг фаолияти, маркетинг имкониятлари, сотиш тизими, талабнинг шаклланиши ва сотишни фаоллаштириш;
- маркетинг этикаси ва эстетикаси;
- тижорат фаолияти;
- бозор иқтисодиётининг ва маркетинг фаолиятининг бошқа жиҳатлари.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг фаолиятини ташкил этиш орқали корxonанинг ички муҳитида ишлаб чиқаришни ташкил этиш, молия, савдо-сотик, ва кадрлар фаолиятини ўзгарувчан бозор муҳитига ихчам мослаштириш имкониятига эга бўлинади.

Бироқ, илмий тадқиқотларимиз натижаларига кўра кўпчилик кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг хизмати яхши йўлга қўйилмаган. Бу эса кичик бизнес субъектларининг бозор иқтисодиёти шароитларидаги фаоллигини пасайтиради. Бундай ҳолат айниқса айрим вилоятлар миқёсида сезиларли даражада намоён бўлмоқда.

Масалан, Фарғона водийси вилоятларида, хусусан, Наманган вилоятида фаолият кўрсатаётган аксарият кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг хизмати яхши ташкил этилмаган. Шу боис бундай корхоналарнинг ўз фаолиятларини бозор муҳитидаги ўзгаришларга мослаштиришлари қийин кечмоқда. Натижада ўз фаолиятларини тўхтатишгача бўлган вазиятлар юзага келмоқда.

Бу борада вилоят миқёсида ижтимоий сўровнома асосида тадқиқот ўтказганимизда шу нарса аниқ бўлдики, 2020 йилда сўровномада иштирок этган кичик бизнес субъектларининг 48,9 фоизида маркетинг бўлимлари фаолият кўрсатмаган ёки корхона маркетингини ўрганиш учун маблағ ажратилмаган. Респондентларнинг 15,1 фоизи эса маркетинг бўлимлари мавжудлиги ёки маркетинг хизматларидан фойдаланишлари ҳақида умуман маълумот бермаганлар. Бу эса 2010 йилда анкеталаштирилган худди шундай субъектларга

нисбатан олганда 3 пунктга камайганлигини кўрсатса-да⁹⁴, вазият мураккаблигича қолаётганлигини билдиради. Маркетинг бўлимлари мавжуд ёки маркетинг фаолиятини ташкил этган кичик бизнес субъектлари (анкеталаштирилган кичик корхоналар ҳисобида) 2010 йилда 35,3 фоизни ташкил этган бўлса, 2020 йилдаги сўровномада уларнинг улуши 36 фоизни ташкил этган. Демак, 2020 йилга келиб, бу кўрсаткич атиги 0,7 пунктга ижобий томонга силжиганлигини кўрсатмоқда. Аммо бу сезиларли даражадаги ҳолат эмас. Наманган вилоятида фаолият кўрсатаётган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетингни қўллаш бўйича жиддий чора-тадбирлар кўриб бориш давр талабига айланиб бормоқда. Чунки Наманган вилояти бўйича олганда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетингни ташкил этишда қуйидаги муаммолар ўз ечимига эга бўла олмапти:

- маркетингни ўзлаштиришдаги камчиликлар;
- маркетингни ташкил этиш учун корхоналар томонидан харажатлар ажратишга эътибор берилмаслиги;
- ушбу соҳа мутахассисларининг яъни маркетингларнинг етишмаётганлиги ҳамда бу соҳада амалий тажрибанинг етарли эмаслиги;
- кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари томонидан маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этиш билан боғлиқ муаммолар.

Фикримизча, бундай муаммолар мамлакатимизнинг деярли барча ҳудудларида мавжуд бўлмоқда. Шу боис, кичик бизнес субъектлари фаолиятини яхшилаш ва уларда маркетинг хизматини самарали ташкил этишни йўлга қўйиш мақсадида амалий чора-тадбирлар кўриб бориш зарур. Бу ишда биринчи бўлиб, Республика Савдо-саноат палатасининг вилоятлардаги бўлимларининг фаоллигини ошириш мақсадга мувофиқдир.

Ушбу ташкилот орқали кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг хизматидан фойдаланишни самарали йўлга қўйиш мақсадида ўқитиш курсларини очиш даркор. Бунда бозор инфратузилмаси таркибидаги ташкилот вакилларида ва олий ўқув юртларнинг малакали профессор-ўқитувчилари таркибидан иборат гуруҳ тузиш керак. Бу гуруҳнинг асосий вазифаси бизнес субъектларини маркетинг соҳасидаги малакасини ошириб боришдан иборат бўлади. Бунда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналари раҳбарлари, бизнесменлар ўз ишларини ташкил этишда зарур

⁹⁴ Бундай сўровнома муаллиф томонидан 2010 йилда ҳам ўтказилган. Бунда 2010 йил ҳолатига кўра кичик бизнес субъектлари томонидан маркетинг бўлимлари мавжудлиги ёки маркетинг хизматларидан фойдаланишлари ҳақида умуман маълумот бермаганлар 18,0 %ни ташкил этган.

маслаҳатларни оладилар. Қўшимча равишда қабул қилинган қонунларнинг амалдаги янги қулайликларидан хабардор бўлиб борадилар.

Юқоридаги фикрлардан келиб чиқиб хулоса қилиш мумкинки, бозор иқтисодиётида фаолият кўрсатаётган ҳар қандай кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик корхоналарида маркетинг хизматидан фойдаланиш тартиблари яхши йўлга қўйилган бўлиши керак. Акс ҳолда бозорнинг ўзгарувчан муҳитига мослашиш қийин бўлади ва хўжалик юриштида талайгина муаммолар келиб чиқиши табиийдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати: (REFERENCES)

1. Мараимова У.И. Кичик бизнес экспорт фаолиятида инновацион маркетинг технологияларини жорий этиш. –Т.: “NOSHIR”, 2012. – 176 б
2. Минко И.С., Степанова А.А. Маркетинг: Учебное пособие / Под ред. И.С. Минко. – СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. – 155 с.
3. Арипов О.А. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш йўлидаги ҳамкорлик муносабатлари. // Республика илмий-амалий анжумани илмий мақолалар ва тезислар тўплами: Ўзбекистоннинг экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тизимидан самарали фойдаланиш йўллари. ТДИУ, 24 ноябрь, 2017. 437-439 бетлар.
4. O'g'li, J. E. S., & Abdulazizovich, X. U. B. (2019). Profits of housekeeping and its development. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 8(4), 419-423.
5. Kamalov, A. A., & Xolmirzayev, U. A. (2016). Small business and private entrepreneurship in Uzbekistan. *Questions of Economics and Management*, 5(7).
6. Abdulazizovich, K. U. IMPROVING THE REFLECTION OF MONEY AND CASH EQUIVALENT IN THE ACCOUNTING BALANCE. *Dear Academicians & Research Scholars*, 55.
7. Abdulazizovich, X. U. B., Qutbiddinovich, S. I., & Sobirjon o'g'li, J. E. (2021). POSITIVE ASPECTS OF THE CASH METHOD IN SMALL BUSINESSES IN A PANDEMIC ENVIRONMENT. *American Journal of Economics and Business Management*, 4(3), 1-8.
8. Abdulazizov, K. U., Sherzod, I., & Abdulkhodinevna, S. M. (2022). IMPROVING THE METHODOLOGICAL BASIS OF ACCOUNTING FOR FINANCIAL ASSETS. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH* ISSN: 2277-3630 Impact factor: 7.429, 11, 34-39.
9. Abdulazizovich, K. U. (2022). IMPROVING METHODOLOGICAL APPROACHES TO FINANCIAL ASSET ACCOUNTING. *INTERNATIONAL*

JOURNAL OF RESEARCH IN COMMERCE, IT, ENGINEERING AND SOCIAL SCIENCES ISSN: 2349-7793 Impact Factor: 6.876, 16(4), 56-62.

10. Gulshirin, J., & Abdulazizovich, X. U. B. (2022, March). INCREASING THE EFFICIENCY OF INVESTMENT IN THE DEVELOPMENT OF EXPORT DIVERSIFICATION IN THE REGION. In Conference Zone (pp. 277-281).

11. Khakimov, B., & Kholmirezayev, U. (2020). IMPROVING CASH ACCOUNTING AND ANALYSIS ON THE BASIS OF INTERNATIONAL EXPERIENCES. International Finance and Accounting, 2020(1), 18.

12. Hakimov, B., Yunusov, M., & Holmirzayev, U. (2018). Elaboration of The Balance Sheet Liquidity Analysis-Requirements of The Period. International Finance and Accounting, 100.

13. Хакимов, Б., Талабоев, Х., & Холмирзаев, У. (2021). ВОПРОСЫ УЛУЧШЕНИЯ АНАЛИЗА ОБРАЩЕНИЯ ДОЛГОВОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ НАПРАВЛЕНИЯ. Экономика и социум, (6-2), 441-446.

14. Холмирзаев, У. А. (2022). ҚИСКА МУДДАТЛИ ҚИММАТЛИ ҚОҒОЗЛАРНИ АНАЛИТИК ҲИСОБИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ. Архив научных исследований, 2(1).

15. Арипов, О. (2017). Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда аёлларнинг ўрни. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, (3), 254-261.

16. Арипов, О. А., & Обиджонов, А. М. (2021). ВОЗНИКНОВЕНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ.

17. Арипов, О. (2019). Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш ҳамда ишбилармонлик мухитини яратиш. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, (2), 1-11.

18. Abdullayevich, A. O. (2022). OPPORTUNITIES FOR SUSTAINABILITY OF SMALL BUSINESS ENTERPRISES ON THE BASIS OF IMPROVING THE BUSINESS ENVIRONMENT IN UZBEKISTAN. INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 7.429, 11, 83-87.

19. Арипов, О. А. (2012). Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни давлат томонидан тартибга солиш. Т.: Фан, 272.

20. Abdullayevich, A. O. (2022). THE DEVELOPMENT OF MANAGEMENT SCIENCE IN THE ANCIENT WORLD. INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH IN COMMERCE, IT, ENGINEERING AND SOCIAL SCIENCES ISSN: 2349-7793 Impact Factor: 6.876, 16(4), 33-39.

21. Abdullayevich, A. O., & Abdullajanovich, U. T. Ibrogimov Sherzodbek Halimjon ogli.(2021). Development of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan. Conference Zone, 123–128.

22. Yakubovich, Y. A., & Sobirjon o'g'li, J. E. (2021, December). TAX POLICY AND WAYS TO IMPROVE IT. In Conference Zone (pp. 167-170).
23. Abdullayevich, A. O., & Abdullajanovich, U. T. Ibrogimov Sherzodbek Halimjon ogli.(2021). In Development of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan. Conference Zone (pp. 123-128).
24. Abdullajanovich, U. T. Ibrogimov Sherzodbek Halimjon ogli.(2021). THE MAIN DIRECTIONS OF DIVERSIFICATION OF EXPORTS OF INDUSTRIAL PRODUCTS ON THE BASIS OF LOCALIZATION. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 9 (12), 70–75.
25. Ogli, I. S. H., & Oglu, O. I. A. Peculiarities of the Development of Industrial Production in Namangan Region. Volume, 9, 544-547.
26. Xolmirzayev, A. X. (2021). RISK FACTORS AND UNCERTAINTIES IN THE ECONOMY. Мировая наука, (2), 24-27.
27. Kholmirzaev, A. K. (2021). Criteria and directions of development of small business activities. ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal, 11(6), 730-735.
28. Kholmirzaev, A. (2020). Ways of small business development. Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR), 9(11), 162-167.