

KICHIK BIZNES KORXONALARIDA BOSHQARUV MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Xasanova Robiyaxon Kamoliddin qizi

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi, yangi ish o'rinlari yaratilishi, aholi daromadlarining oshishi va sog'lom raqobat muhitining shakllanishida muhim o'rin egallaydi. Ayniqsa, bozor iqtisodiyoti sharoitida kichik biznesning moslashuvchanligi, iste'molchilar talabidagi o'zgarishlarga tez javob bera olishi va nisbatan kam kapital bilan yangi faoliyat yo'nalishlarini tashkil etish imkoniyati uning iqtisodiy ahamiyatini oshirmoqda.

O'zbekistonda ham kichik biznesni rivojlantirish, tadbirkorlarning moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish, ma'muriy to'siqlarni qisqartirish va tadbirkorlik muhitini yaxshilashga katta e'tibor qaratilmoqda. Shu bilan birga, kichik biznesni rivojlantirish faqat moliyalashtirish yoki soliq imtiyozlari bilan cheklanmasligi kerak. Korxonalarning uzoq muddat faoliyat yuritishi ko'p jihatdan ichki boshqaruv tizimining samaradorligiga bog'liq.

Ilmiy tadqiqotlarda ham kichik va o'rta biznes muvaffaqiyatini belgilaydigan omillar orasida moliyaviy resurslar, texnologiyalarni o'zlashtirish, strategik rejalashtirish, inson resurslarini boshqarish va mijozlarga yo'naltirilganlik muhim o'rin egallashi qayd etilgan. 72 ta ilmiy tadqiqotni qamrab olgan tizimli tahlilda texnologiyalarni o'zlashtirish, moliyaviy resurslardan foydalanish va biznes aloqalarini rivojlantirish eng ko'p uchraydigan muvaffaqiyat omillari qatoriga kirgan (Malesu & Syrovátka, 2025).

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik O'zbekiston iqtisodiyotining asosiy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 2023-yilda 53,8 foiz, 2024-yilda 53,5 foiz va 2025-yilda 52,2 foizni tashkil etgan. 2025-yilda hududlar kesimida kichik biznesning

YAIMdagi ulushi Jizzax viloyatida 71,2 foiz, Buxoro viloyatida 71,0 foiz, Andijon viloyatida 70,1 foiz, Qashqadaryo viloyatida esa 69,2 foiz darajasida qayd etilgan.

2025-yil yanvar–sentabr oylarida kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan 258,5 trln so‘mlik sanoat mahsulotlari ishlab chiqarilgan. Ularning jami sanoat ishlab chiqarishidagi ulushi 33,4 foizni tashkil etgan. Shu davrda kichik biznes korxonalari tomonidan 169,99 trln so‘mlik qurilish ishlari bajarilgan bo‘lib, kichik tadbirkorlikning jami qurilish ishlaridagi ulushi 75,7 foizga yetgan. Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami ko‘rsatilgan xizmatlardagi ulushi 2025-yilda 56,7 foiz, jami yuk aylanmasidagi ulushi esa 77,4 foizni tashkil etgan.

Kichik biznes korxonalarini boshqarishda strategik rejalashtirish, moliyaviy boshqaruv, xodimlar faoliyatini tashkil etish, marketing, sotuv va biznes jarayonlarini raqamlashtirish asosiy yo‘nalishlarni tashkil etadi. Kichik korxona faoliyatini boshqarishda yillik biznes-reja, oylik va choraklik budjet, daromad va xarajatlar hisoboti, pul oqimi, debitorlik va kreditorlik qarzlari, mahsulot tannarxi, sotuv hajmi va rentabellik ko‘rsatkichlaridan foydalaniladi.

O‘zbekistondagi kichik va o‘rta korxonalarning budjet boshqaruviga bag‘ishlangan 2025-yilgi tadqiqotda 312 ta O‘zbekiston SME korxonasi hamda taqqoslash uchun 187 ta Indoneziya SME korxonasi, jami 499 ta korxona bo‘yicha ma’lumotlar o‘rganilgan. Tadqiqotda korxonalardagi budjet nazorati, moliyaviy rejalashtirishning moslashuvchanligi va xodimlarning budjet jarayonidagi ishtiroki baholangan hamda budjet boshqaruvi bo‘yicha korxonalarning uchta alohida guruhi aniqlangan (Kasimov et al., 2025).

Kichik biznes korxonalarida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirishning yana bir yo‘nalishi axborot texnologiyalaridan foydalanish hisoblanadi. CRM tizimlari mijozlar, buyurtmalar va sotuvlarni boshqarish uchun, ERP tizimlari moliya, ombor, xarid, ishlab chiqarish va inson resurslarini yagona tizimda boshqarish uchun, Business Intelligence vositalari esa korxona faoliyatiga oid ma’lumotlarni qayta ishlash va ko‘rsatkichlarni monitoring qilish uchun qo‘llaniladi.

O'zbekiston va Xitoy kichik va o'rta biznes korxonalarini o'rgangan tadqiqotda korxona rahbarining oliy ma'lumotga egaligi, innovatsiyalarga yo'naltirilganligi, ichki va tashqi bozordagi raqobat, eksportga yo'naltirilganlik va innovatsiyalarni davlat tomonidan rag'batlantirish SME innovatsion faoliyati bilan bog'liq asosiy omillar sifatida qayd etilgan (Ahunjonov et al., 2014).

Xalqaro amaliyotda ham kichik va o'rta biznes iqtisodiyotda katta ulushga ega. Yevropa Ittifoqida 2024-yilda 26,1 mln kichik va o'rta korxona faoliyat ko'rsatgan. Ular jami korxonalarining 99,8 foizini tashkil etgan. Mazkur korxonalarda 89,8 mln kishi mehnat qilgan va ular Yevropa Ittifoqi nomoliyaviy biznes sektoridagi bandlikning 65,1 foizini ta'minlagan. Kichik va o'rta biznes korxonalari ushbu sektor qo'shilgan qiymatining 53,6 foizini yaratgan. Mikrofirmalar esa jami SME korxonalarining 93,6 foizini tashkil etgan.

Kichik biznesni raqamlashtirish bo'yicha xalqaro ko'rsatkichlarda ham aniq natijalar mavjud. Masalan, 2025-yilda Hindistondagi 385 nafar SME egasi va menejeri ishtirokida o'tkazilgan tadqiqotda raqamli texnologiyalarni joriy etishning innovatsion salohiyatga ta'siri $\beta=0,412$ ($p<0,001$), moliyaviy natijalarga to'g'ridan-to'g'ri ta'siri esa $\beta=0,287$ ($p<0,01$)ni tashkil etgan. Innovatsion salohiyat raqamli tadbirkorlik va moliyaviy natijalar o'rtasidagi umumiy ta'sirning 38,7 foizida vositachilik qilgan (Wibowo & Rajput, 2025).

Zimbabveda kichik va o'rta biznesni raqamlashtirish bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotda raqamli vositalardan foydalanish va korxona daromadining o'sishi o'rtasida $r=0,831$ ($p=0,001$) darajasidagi kuchli ijobiy bog'liqlik qayd etilgan. Raqamli vositalarning sotuv samaradorligiga ta'siri ham statistik jihatdan ahamiyatli bo'lib, $t=11,776$; $p=0,001$ natija olingan (Mude-Chiwara, 2025).

Shuningdek, raqamli marketing bo'yicha xalqaro ma'lumotlarda kichik biznes vakillarining 80 foizi ijtimoiy tarmoqlar mahsulot ko'rinuvchanligini oshirishda muhim ekanini bildirgan, 65 foiz korxona esa raqamli marketingdan foydalanish sotuv hajmiga ijobiy ta'sir ko'rsatganini qayd etgan (Hidayat et al., 2025).

Shu asosda kichik biznes korxonalarida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirishda strategik rejalashtirish, moliyaviy hisob va budjetlashtirish, CRM va ERP tizimlari, raqamli marketing, KPI asosida xodimlar faoliyatini baholash hamda biznes ma'lumotlarini elektron shaklda yuritish asosiy yo'nalishlar sifatida belgilanishi mumkin. Korxona darajasida sotuv hajmi, sof foyda, rentabellik, pul oqimi, xarajatlar, debitorlik qarzi, yangi mijozlar soni va mehnat unumdorligi kabi ko'rsatkichlarni oylik va choraklik monitoring qilish boshqaruv mexanizmining axborot bazasini shakllantiradi.

Xulosa va takliflar

Xulosa qilib aytganda, kichik biznes korxonalarida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish ularning barqaror faoliyati va raqobatbardoshligini ta'minlashning muhim shartlaridan biridir. O'zbekistonda kichik biznesning YAIMdagi ulushi 2025-yilda 52,2 foizni tashkil etgani ushbu sohada boshqaruv sifatini oshirishning iqtisodiy ahamiyatini ko'rsatadi. Zamonaviy sharoitda an'anaviy boshqaruv usullaridan strategik rejalashtirish, moliyaviy nazorat, raqamlashtirish va aniq natijadorlik ko'rsatkichlariga asoslangan boshqaruv tizimiga bosqichma-bosqich o'tish zarur.

Shu asosda kichik biznes korxonalarida 3–5 yillik strategik rejalarni ishlab chiqish, daromad, xarajat, rentabellik va pul oqimini doimiy monitoring qilish, CRM va ERP tizimlarini bosqichma-bosqich joriy etish, xodimlar faoliyatini KPI asosida baholash hamda rahbar va menejerlarning raqamli va boshqaruv ko'nikmalarini oshirish taklif etiladi. Shuningdek, davlat tomonidan kichik biznes uchun boshqaruv konsaltingi, raqamlashtirish va menejerlarni tayyorlash dasturlarini kengaytirish maqsadga muvofiq. Ushbu choralar boshqaruv xarajatlarini optimallashtirish, qaror qabul qilish tezligini oshirish va kichik biznesning uzoq muddatli rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Khalmurzaev, N. A. (2000). Small and medium-sized enterprises in the transition economy of Uzbekistan: Conditions and perspectives. *Central Asian Survey*, 19, 281–296.
2. Gaybullaev, O., & Oliński, M. (2020). Opportunities and challenges faced by small and medium enterprises in Uzbekistan. *Olsztyn Economic Journal*.
3. Teshabaev, A. E. (2020). Implementation of new managerial tools for company's management development. *Theoretical & Applied Science*, 82, 382–388.
4. Виханский, О. С., Наумов, А. И. (2014). Менеджмент: учебник. Москва: Магистр; ИНФРА-М.
5. Герчикова, И. Н. (2010). Менеджмент: учебник для вузов. 4-е изд., перераб. и доп. Москва: ЮНИТИ-ДАНА.