

UDK:330.115:378(5751)

KICHIK BIZNES SUB’EKTLARINING RAQOBAT USTUNLIKLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH ISTIQBOLLARI

Otajanov Umid Abdullaevich

*Toshkent xalqaro moliyaviy boshqaruv
va texnologiyalar universiteti, Ds.prof.
e-mail: u.otajanov@tift.uz*

Saydullaeva Saodat

*Toshkent xalqaro moliyaviy boshqaruv
va texnologiyalar universiteti, katta o‘qituvchi
e-mail: s.saydullayeva@tift.uz*

ANNOTATSIYA

Maqolada, kichik biznes sub’ektlarining rivojlanishi, kichik biznes sub’ektlari raqobatbardoshligini ta’minlash va kichik biznes sub’ektlarining raqobatdosh ustunliklariga ega bo‘lishini ta’minlash mexanizmi taklif etilgan hamda ularning darajasini baholash uchun ekonometrik tahlillar asosida kichik biznes sub’ektining mahsulot ishlab chiqarish hajmini ko‘p omilli modeli aniqlanib u asosida prognoz natijalari ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: kichik biznes, raqobatbardoshlik, determinant, retrospektiv sifat mezonlari, MAPE, TIC, ekonometrik tahlil, model, prognoz.

ANNOTATSIYA

В статье предложен механизм развития субъектов малого предпринимательства, обеспечивающий конкурентоспособность субъектов малого предпринимательства и наличие конкурентных преимуществ. Для оценки их уровня предложена многофакторная модель объема производства, на основе эконометрического анализа что позволило разработать прогнозные результаты.

Ключевые слова: малый бизнес, конкурентоспособность, определитель, ретроспективные критерии качества, MAPE, ТИС, эконометрический анализ, модель, прогноз.

ABSTRACT

In the article, a mechanism for the development of small business entities, ensuring the competitiveness of small business entities and ensuring that small business entities have competitive advantages is proposed, and in order to evaluate

their level, a multifactor model of the production volume of a small business entity is determined based on econometric analyzes and forecast results are developed based on it. developed.

Key words: small business, competitiveness, determinant, retrospective quality criteria, MAPE, TIC, econometric analysis, model, forecast.

KIRISH

Jahonda kichik biznes sub'ektlarining soni, ularda ishlab chiqarilayotgan maxsulotlar raqobatbardoshligi, mamlakat yalpi ichki maxsulot (YaIM)i va aholi bandligida kichik biznes sub'ektlarining ulushi, shuningdek kichik biznesning asosi bo'lgan o'rta sinf ulushi ham jamiyatda o'sib bormoqda. Butunjahon banki ma'lumotlariga ko'ra, "...global YaIM 2021-yil davomida butun dunyo bo'yicha 4,3 foizga qisqargan"[1]. Kichik va o'rta korxonalarining o'zgarish ehtimoli yuqori bo'lgan, yuqori daromadli mamlakatlardagi kichik va o'rta korxonalar daromdalari oshib bormoqda. Bunday holat kichik biznes sub'ektlarining raqobatbardoshlikka ega bo'lishining sababi raqamli vositalardan samarali foydalanishdir. Kichik biznes sub'ektlarini rivojlantirish, ularning raqobatbardoshligini oshirish dolzarb masalalardan hisoblanadi.

Jahonda kichik va o'rta korxonalar o'rtasidagi aloqalar uchun o'zaro manfaatli jihatlarni aniqlash, foydali aloqalarni belgilovchi omillarni tahlil qilish, shuningdek, mustahkam firmalararo munosabatlarni yaratish, kichik biznes sub'ektlari mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish va mahsulotlarning xarajatlarni kamaytirish kabi yo'nalishlardagi ilmiy muammolarni echishga qaratilgan tadqiqotlar olib borilmoqda. Bu esa kichik biznes sub'ektlarining faoliyati halqaro miqyosda raqobatbardoshlik tendensiyasilarini kuzatish asosida tashkil etilishini hamda bu tendensiya kelajakdagi kichik biznes sub'ektlari faoliyatining yanada samaradorligini oshirishni taqozo etmoqda.

Yangi O'zbekistonda ham kichik biznes sub'ektlarining raqobatbardoshligini shakllantirish maqsadida, kichik biznes sub'ektlarini qo'llab-quvvatlash, barqaror rivojlanishini ta'minlash, uning yalpi ichki mahsulotdagi, ishlab chiqarish va aholi bandligini hamda aholi daromadini oshirish va buning natijasida inson qadrini oshirish kabi yo'nalishlarda ustuvor chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Jumladan, "2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi"da hududlarda 200 ta yangi sanoat zonalarini tashkil etish va biznes-inkubatorlar tizimini rivojlantirish, sharoiti og'ir bo'lgan tumanlarda tadbirkorlikni rivojlantirish uchun yanada kulay shart-sharoitlar yaratish, 2026-yil borib tadbirkorlik sub'ektlariga solik yuklamasini yalpi ichki maxsulotning 27,5%dan 25% darajasiga kamaytirish, hududlarda tadbirkorlikni kullab-kuvvatlash, ishsizlik va kambag'allikni kiskartirish bo'yicha mavjud tuzilmalar faoliyatini takomillashtirish kabi ustuvor vazifalar belgilab berildi[2]. Belgilangan ushbu vazifalar kichik biznes sub'ektlarining turli darajalarda rivojlanish omillari va raqobatbardoshligini shakllantirish hamda raqobat ustunliklaridan samarali foydalanish tendensiyalarini ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Kichik biznes sub'ektlari raqobatbardoshligini shakllantirishning nazariy-uslubiy asoslari bo'yicha xorijiy olimlardan: Y.Shumpeter[3], M.Porter[4], S.Sheyn[5], E.Maleski[6], J.Karpach, D.Isenberg[7], N.Yusuf, R.Yakob, va D.Ibraxim[8], N.Bosma[9], H.G.Broadman[10] va boshqalarning ilmiy ishlarida yoritib berilgan.

Shu bilan birga, Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligi (MDH) davlatlarida korxonalarda raqobat ustunliklaridan samarali foydalanish va aholi daromadini oshirish sohasini tadqiq etish bo'yicha V.S.Proxorovski, L.N.Chaynikova[11], S.A.Kasperovich, G.O.Konovalechik[12], V.A.Rube[13], B.N.Ichitovkin[14], I.A.Juravleva[15], L.E.Sboylova[16] va boshqalar ilmiy izlanishlar olib borishgan.

O'zbekistonda korxonalarining umumiy muammolari, ularning raqobatbardoshligini ta'minlash masalalari bo'yicha mahalliy olimlardan: Yo.Abdullaev[17], B.B.Berkinov[18], O.T.Kenjaboiev[19], D.X.Suyunov[20], O.A.Aripov[21], Sh.I.Otajonov[22], M.M.Ibragimova[23] va boshqalar ilmiy tadqiqotlar olib borganlar.

Keltirib o'tilgan olimlarning ishlarida mavzu doirasida ko'proq korxonalar va tashkilotlar bo'yicha yondoshuvlar, ularning umumiy iqtisodiyotga ta'siri keng hamda chuqur o'rganilgan bo'lsada, aynan kichik biznes sub'ektlarining raqobatbardoshligini shakllantirish va raqobat ustunliklaridan samarali foydalanish hamda rivojlantirish istiqbollari to'g'risida bayon etilmagan. Bu esa tadqiqot mavzusining tanlanishiga va uning maqsad hamda vazifalarini belgilashga sabab bo'ldi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, statistik kuzatish, statistik jamlash va guruhlash, tanlanma, korrelyatsion va regression tahlil, ekonometrik modellashtirish hamda prognozlash kabi usullar qo'llanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakat iqtisodiyotida muhim o'rin egallagan kichik biznes sub'ektlarining raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillarni o'rganish bo'yicha tadqiqotlar so'nggi yillarda sezilarli darajada oshdi. J.Robinson ta'kidlaganidek, kichik biznes sub'ektlarining raqobatbardoshligini baholash kengroq o'zaro hamkorlikda yoki uni biznes muhitining doimiy o'zgarishida ko'rib chiqish va kapital manbalariga kirish qobiliyati hamda uning ichki imkoniyatlarini hisobga olish kerak[24]. Shunisi e'tiborga loyiqki, raqobatdosh ustunlikka erishish uchun ichki resurslar tashqi omillarga qaraganda muhimroq rol o'ynaydi[25].

Kichik biznes sub'ektlarining raqobatdosh ustunliklariga ega bo'lish uchun asos bo'lgan determinantlar tizimiga quyidagicha izoh beramiz. A) omilli determinantlar – mamlakatning omillar bilan ta'minlanganligi; B) talabni belgilovchi omillar - ichki bozor xususiyatlari; C) yuqori va quyi oqim tarmoqlari; D) kichik biznes sub'ektlarining strategiyasi va tuzilishi va ular o'rtasidagi raqobat - ichki raqobat; Ushbu to'rtta omilga boshqa ikkita omil sezilarli darajada ta'sir qiladi: imkoniyat va hukumat siyosati. Bu determinantlarning barchasi bir-biriga

“O'zbekiston statistika axborotnomasi”

bog'langan. M.Porterning so'zlariga ko'ra, "milliy olmos eng foydali bo'lgan" mamlakatlar muvaffaqiyatga erishmoqda[4]. Mamlakatning iqtisodiy muhiti qanchalik murakkab va dinamik bo'lsa, ba'zi korxonalar ushbu muhit talablarini etarli darajada kapitallashtira olmasalar, muvaffaqiyatsizlikka uchraydilar.

Raqobat ustunliklarini qo'lga kiritish va qo'llab-quvvatlash uchun kasbiy tayyorgarlikni yaxshilashda ishchi-xodimlarning individual motivatsiyasi muhim ahamiyatga ega. Raqobat ustunliklarini qo'lga kiritish va qo'llab-quvvatlash ichki bozorda haqiqiy hamda kuchli raqobat mavjudligi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, bu kichik biznes sub'ektlarni bozorda yangi mahsulotlarni ilgari surish va o'sishni rag'batlantirish uchun yangi bozorlarni ochishga undaydi. Ichki raqobat, hech bo'lmaganda, xalqaro raqobat bilan bir xil ahamiyatga ega, chunki ko'plab raqobatdosh kompaniyalarning mavjudligi qulaydir, chunki milliy kompaniyalar xorijiy raqobatchilar kabi kuchli bo'ladi.

Hukumat tomonidan yangi korxonalarining tashkil etilishini rag'batlantiradigan muayyan me'yoriy hujjatlarning qabul qilinishi raqobatning o'sishini belgilaydi va shu bilan raqobatdosh ustunlikni saqlashga yordam beradi. Yuqorida aytib o'tganimizdek, "olmos"ning ushbu to'rta belgilovchisi boshqa ikkita omil: imkoniyat va hukumat siyosati bilan yaqindan rivojlanadi. "Imkoniyat" – M.Porterning ta'kidlashicha, raqobatbardosh ustunlikka ega bo'lgan ko'pgina sanoat tarmoqlari evolyusiyasi jarayonida urushlar, xalqaro moliya bozoridagi katta o'zgarishlar, ishlab chiqarish omillari xarajatlaridagi o'zgarishlar bilan aniqlangan katta ahamiyatga ega bo'lgan.

Hukumat siyosati raqobatdosh ustunlikni qo'lga kiritishga ta'sir qilishi mumkin, chunki bu eng muhim hal qiluvchi omil hisoblanadi. Bu hukumat subvensiyalar, ta'limga investitsiyalar, ichki bozorni tartibga solish, omillarga kirish xarajatlarini kamaytirish uchun raqobatbardosh infratuzilmani yaratish orqali mahalliy bozorga ta'sir ko'rsatishi mumkinligi bilan bog'liq. Davlat mudofaa sanoati, aeronavtika, telekommunikatsiya kabi ayrim tarmoqlar uchun ham muhim xaridor hisoblanadi. Raqobatbardoshlik shartlari tizimiga milliy raqobatdosh ustunliklarni yaratish yoki takomillashtirish maqsadida davlatning izchil harakati bilan yondashish muhim ahamiyatga ega.

Raqobatbardoshlik barcha mamlakatlar tomonidan yuqori darajadagi daromad va bandlikni saqlashning asosiy sharti sifatida qaraladi. Yuqori darajadagi raqobatbardoshlik rivojlanayotgan mamlakatlarga bir nechta asosiy tovar eksportiga qaramlikdan voz kechish va ko'nikmalar hamda texnologiya asosida uni yuqoriga ko'tarish imkonini beradi. Bu esa o'z navbatida, ish haqi o'sishini saqlab qolish va ishlab chiqarishda miqyosida katta natijalarga imkon beradi. Raqobatbardoshlik milliy yoki korxonada baholanishi mumkin. Milliy miqyosda bu xalqning uzoq muddatli istiqbolda real daromadlarini saqlab qolish va kengaytirish bilan birga xalqaro bozorlar sinoviga javob beradigan mahsulot hamda xizmatlarni ishlab chiqarish qobiliyati sifatida belgilanadi.

Xalqaro bozorlarda raqobat qilish qobiliyati odatda, makroiqtisodiy siyosat savdo siyosati va valyuta kursleri sharoitlariga shuningdek, mamlakatning qiyosiy ustunligiga, ya'ni uning er, mehnat va kapital kabi omillarining ta'minlanishiga bog'liq deb hisoblanadi. Bunga bir nechta istisnolar xususan, o'zining tabiiy

resurslari va kapital etishmasligini qoplash uchun institutlar hamda inson resurslariga sarmoya kiritish orqali dunyodagi eng raqobatbardosh davlatga aylanadi.

Umuman olganda, texnologiya rivojlanishi iqtisodiy raqobatbardoshlikda muhim rol o'ynaydi, biroq, iqtisodchilar odatda iqtisodiy tahlilni texnologiya masalalarini batafsil muhokama qilish bilan birlashtirishdan ehtiyot bo'lishdi. Iqtisodchilar qabul qilgan empirik yondashuvlar texnologiya va texnik o'zgarishlarni ularning samaradorlikka ta'siri nuqtai nazaridan hisoblanadi. Samaradorlikning o'zgarishi va texnologiya rivojlanishi o'rtasida o'lchanadigan korrelyatsiyaning yo'qligi texnologiyaning iqtisodiy rivojlanish, o'sish va raqobatbardoshlikka ta'sirini to'g'ri baholashni qiyinlashtirdi.

Buning uchun hozirgi kunda faoliyat ko'rsatayotgan "Tumor-N" kichik korxonasi 2010-2022 yillardagi statistik ma'lumotlaridan foydalangan holda mahsulot ishlab chiqarish hajmi - Y ni o'zgarishiga ta'sir etuvchi omillar sifatida tanlab olingan asosiy vositalarining yangilanishi – $AVYa$, korxonadagi ishchilar soni – KIS va jami davr xarajati – JDX kabi omillarning korrelyatsion koeffitsientini aniqlab olamiz (1-jadval).

1-jadval

"Tumor-N" korxonasi mahsulot ishlab chiqarish hajmi o'zgarishi bo'yicha tanlab olingan omillar o'rtasidagi korrelyatsion koeffitsienti [26]

	Y	$AVYa$	KIS	JDX
Y	1			
$AVYa$	0,81463	1		
KIS	0,98399	0,636638004	1	
JDX	0,98402	0,79923509	0,682556426	1

Jadval qiymatlariga e'tibor qaratadigan bo'lsak, "Tumor-N" korxonasi mahsulot ishlab chiqarish hajmi sifatida olingan natijaviy Y -omilga nisbatan korxonadagi ishchilar soni – KIS ($r_{Y,KIS}=0,98399$) va jami davr xarajati – JDX ($r_{Y,JDX}=0,98402$) kuchli zichlikda bog'langanligi aniqlanib, bu o'z navbatida tanlangan har ikki omil to'g'ri tanlanganligi ularning oshishi bilan korxonada mahsulot ishlab chiqarish hajmining oshishi kuzatiladi.

Tadqiqotda tahlil olib borish uchun ta'sir etuvchi omillar sifatida tanlab olingan asosiy vositalarining yangilanishi – $AVYa$ ($r_{Y,AVYa}=0,81463$) ham albatta natijaviy omil bilan kuchli zichlikda bog'langan bo'lsada, oldingi ikki omilga nisbatan kuchsizroq ekanligini ko'rish mumkin.

Ammo, bu olingan natija omillarni noto'g'ri tanlanganligini anglatmaydi. Shuni alohida ta'kidlash joizki, omillarning to'g'ri tanlanganligini yana bir tekshirish natijasi ular o'rtasidagi xususiy korrelyatsiya koeffitsienti bo'lib, asosiy vositalarining yangilanishi – $AVYa$, korxonadagi ishchilar soni – KIS va jami davr xarajati – JDX omillari o'rtasida $r_{x_1,x_2}<0,8$ shartga ko'ra multikoleniarlik mavjud emasligidan kuzatilayotgan bog'liqlik o'rtasida regressiya tenglamasini aniqlashni EViews dasturi orqali davom ettirish mumkin. Buning uchun dastlab tanlangan omil o'lchov birliklari turlicha bo'lganligi bois, ekonometrik modellashtirish qoidasiga binoan, barcha omillarni logarifmlab olish bilan ishni davom ettiramiz (2-jadval).

“Tumor-N” korxonasi mahsulot ishlab chiqarish hajmi o‘zgarishining ko‘p omilli regressiya tenglamasi[26]

Dependent Variable: LNY

Method: Least Squares

Date: 08/20/22 Time: 09:31

Sample: 2010 2021

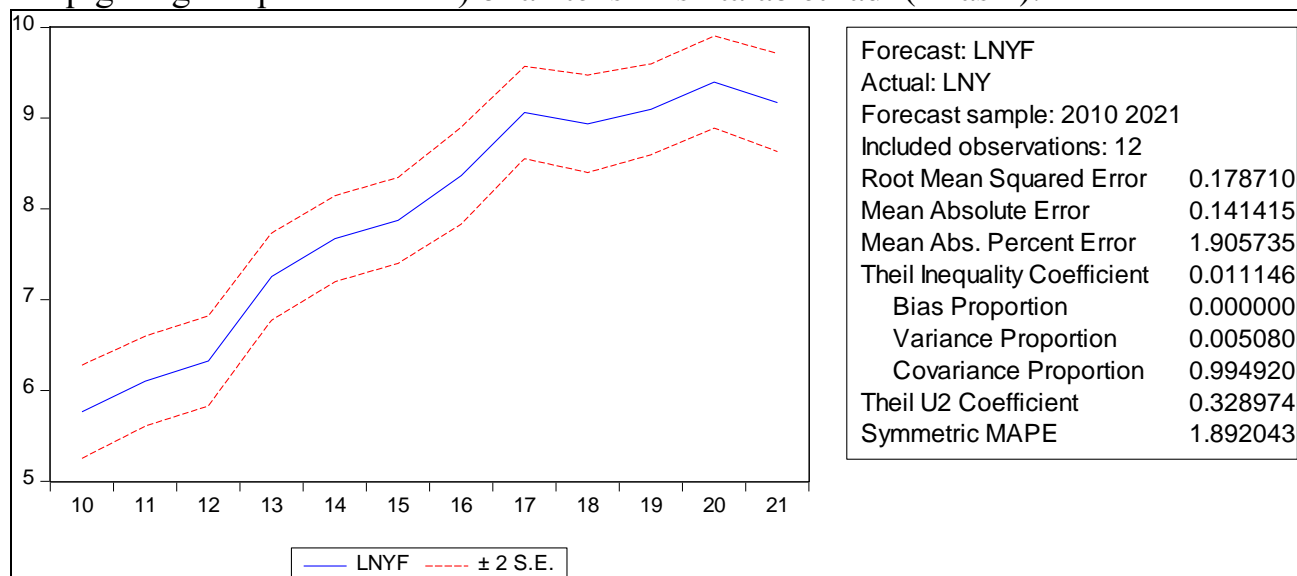
Included observations: 12

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LNAVYA	0.012994	0.071877	0.180787	0.0410
LNKIS	-0.935412	0.447745	-2.089161	0.0501
LNJDX	1.233792	0.181187	6.809490	0.0001
C	2.849399	0.826667	3.446854	0.0087
			$t_{jad}=2,306004$	
R-squared	0.979884	Mean dependent var		7.918316
Adjusted R-squared	0.972340	S.D. dependent var		1.316032
S.E. of regression	0.218874	Akaike info criterion		0.060559
Sum squared resid	0.383246	Schwarz criterion		0.222195
Log likelihood	3.636646	Hannan-Quinn criter.		0.000716
F-statistic	129.8945	Durbin-Watson stat		2.011017
	0.000000	$F_{jad}=0,245931$		

Jadval ma'lumotlarida keltirilgan koeffitsientlar qiymatlaridan kelib chiqqan holda quyidagi tenglmani hosil qilindi:

$$\ln Y = 0,013 \ln AVYA - 0,94 \ln LKIS + 1,23 \ln NJDX + 2,85 \quad (1)$$

Aniqlangan 2-regressiya tenglamasi parametrlarini t-Statistic mezonlari bo'yicha ahamiyatligiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, $\alpha=0,05$ va $df=8$ bo'lgan holda $t_{jad}=2,306004$ ga tengligidan faqatgina jami davr xarajati – JDX ($t_{JDX}=6.80949 > t_{jad}=2,306004$) ahamiyatli bo'lib, qolgan parametrlarning haqiqatda ahamiyatligini retrospektiv sifat mezonlari MAPE (Mean Absolute Percentage Error – o'rtacha mutloq foiz xatosi) va TIC (Tayl inequality coefficient – Teyl prognoz aniqligining muqobil o'lchovi) bilan tekshirish talab etiladi (2-rasm).



1-rasm. 1-regressiya parametrlarini retrospektiv sifat mezonlari natijasi[26]

1-rasmda keltirilgan ma'lumotlarga asosan ta'kidlash mumkinki, MAPE=1,906 bo'lib, bu o'z navbatida MAPE=1,906<10% shartga binoan prognoz aniqligi yuqori va TIC=0,0112<1 koeffitsientini shunchalik nolga intilishidan 1-regressiya tenglamasi parametrlarining barchasini ahamiyatligi kelib chiqadi. Yuqoridagi 1-regressiya tenglamasidan amaliyotda foydalanish uchun matematika qoidalariga va hisob-kitob jarayonlarini osonlashtirish hamda natijalar aniqligiga erishishda yuqorida hosil qilingan 1-regressiya tenglamasini potensirlab olinadi va unga ko'ra quyidagi tenglama hosil qilinadi:

$$Y = \frac{AVY\alpha^{0.01s} * JDX^{1.23s} * e^{2.8s}}{KIS^{0.9s}} \quad (1^*)$$

Hosil qilingan 1*-regressiya tenglamasini haqiqatdan ahamiyatligini $\alpha=0,05$ va $k_1=8$; $k_2=3$ bo'lganda $F_{jad}=0,245931$ ga tengligini e'tiborga olgan holda hisoblangan Fisher qiymati $F_{his}=129.89$ engligidan $F_{jad}<F_{his}$ shartga binoan 1*-regressiya tenglamasining ahamiyatligi hamda DW=2.011 teng bo'lganligi bois, avtokorrelyatsiya mavjud emasligidan tenglamaning ishonchli va adekvatligi kelib chiqadi.

Endi olingan (1*)-regressiya tenglamasiga iqtisodiy izoh beradigan bo'lsak, agar "Tumor-N" kichik biznes sub'ekti asosiy vositalarining yangilanishiga 1,0 mln. so'm qo'shimcha sarflanadigan bo'lsa, korxonada mahsulot ishlab chiqarish hajmi 0,1 mln. so'm va jami davr xarajatlarini 1,0 mln. so'mga oshirilsa korxonada mahsulot ishlab chiqarish hajmi qo'shimcha 1,8 mln. so'mga oshirish imkoniyati mavjudligi aniqlandi. Bundan tashqari shuni ta'kidlash joizki, agarda hozirgi kunda korxonada ishchilar sonini bir nafarga oshiradigan bo'lsak, mahsulot ishlab chiqarish hajmi qo'shimcha 96,2 mln. so'mga kamayishi aniqlandi.

Tahlillar shundan dalolat beradiki, "Tumor-N" korxonasida mahsulot ishlab chiqarish xajmining ko'p omilli prognozini amalga oshirish uchun yuqorida keltirilgan 1*-regressiya tenglamasidan:

$$Y = \frac{AVY\alpha^{0.01s} * JDX^{1.23s} * e^{2.8s}}{KIS^{0.9s}} \quad (1^*)$$

hamda har bir tanlangan omillarning $t=13$ davrga nisbatan:

- ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish – **IChQ = 66.1 + 0.4 * t;**
- ishlab chiqarish xarajati – **IChX = -2647.8 + 1107.9 * t;**
- korxonada mahsulot assortimenti – **KMA = 5.5 + 0.07 * t;**

Trend tenglamalaridan foydalangan holda ko'p omilli prognoz 2027 yilgacha qiymatlarini aniqlaymiz (3-jadval).

"Tumor-N" korxonasining mahsulot ishlab chiqarish hajmining ko'p omilli prognoz natijalariga e'tibor qaratadigan bo'lsak, korxonada ishlab chiqarilayotgan mahsulot assortimenti 2025 yilgacha 5 turda bo'lib, 2026 yilga borganda bu ko'rsatkich 4taga tushib qolgan. Bu o'z navbatida ma'lum bir mahsulotda raqobatga dosh berolmaganidan deb qarash mumkin. Ammo, shunday bo'lsada, korxonada mahsulot ishlab chiqarish hajmi 2022 yilga nisbatan 27,5%ga oshib 17599,6 mln. so'mga etishi kutilmoqda.

**“Tumor-N” korxonasi mahsulot ishlab chiqarish hajmining ko‘p omilli
proгноzi [26]**

Yillar	Mahsulot ishlab chiqarish hajmi, mln. so‘m	Ishlab chiqarish quvvatidan foydalanish, %	Ishlab chiqarish xarajati, mln. so‘m	Korxonada mahsulot assortimenti soni
2022	12759,2	71,3	11754,9	5
2023	13969,1	71,7	12862,8	5
2024	15179,2	72,1	13970,7	5
2025	16389,4	72,5	15078,6	5
2026	17599,6	72,9	16186,5	4

Kichik biznes sub’ektlarining moliyaviy-iqtisodiy barqarorligini mustahkamlash uchun, bizningcha, avvalambor, ularni likvid holga keltirish, ya’ni: pul mablag‘lari va ularning ekvivalentlari mavjudligini oshirish, joriy majburiyatlarni va kreditorlik qarzlarni qisqartirish zarur. Buning uchun barcha turdagi mahsulotlarni ishlab chiqarish va sotish samaradorligini ta’minlash zarur, bunga quyidagi shartlarni bajarish orqali erishiladi:

- tikuv-trikotaj mahsulotlarini ishlab chiqarishda iqtisodiy jihatdan maqsadga muvofiq bo‘lgan resurslarni tejaydigan texnologiyalardan foydalanish;
- yuqori daromadli mahsulotlar, bunda o‘zimizda mavjud xom-ashyodan foydalangan holda yangi dizayndagi mahsulotlar ishlab chiqish;
- korxonani avtomatlashtirish va boshqa innovatsiyalar asosida modernizatsiya qilish, doimiy yangilab borish;
- energiya tejovchi texnikalar bilan ishlab chiqarishni ta’minlash, marketingni rivojlantirish, bozor talabini tahlil qilish va prognozlash, potensial xaridorlar mavjudligini hisobga olgan holda mahsulot ishlab chiqarishni ilgari surish. Albatta, shuni yodda tutish kerakki, kichik biznes sub’ektlarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyasi sifatida marketing rejasining ahamiyatini ta’kidlash kerak.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqotlar shundan dalolat beradiki, ishlab chiqarish omillarining harakatchanligi doimiy ravishda oshib borayotgan hozirgi sharoitni hisobga olgan holda, ayniqsa ularni taqsimlash va ishlatishda iqtisodiy hamda moliyaviy samaradorlikni oshirishda ularga to‘g‘ridan-to‘g‘ri kirish unchalik muhim emas. Bu borada ishlab chiqarish omillarining ikkita toifasi namoyon bo‘ladi:

a) birlamchi omillar: tabiiy resurslar, iqlim, geografik joylashuv, malakali yoki malakali bo‘lmagan mehnatni o‘z ichiga oladi va barcha mamlakatlarda har xil nisbatlarda uchraydi;

b) ilg‘or omillar: zamonaviy informatika infratuzilmasi, yuqori malakali ishchi kuchi, raqobatbardosh ilmiy-tadqiqot institutlari kiradi va ushbu omillarning aksariyati o‘z vaqtida muhim investitsiyalar bilan yaratiladi.

Xulosa qilib aytganda, yirik korxonalardan kichik biznes sub’ektlari o‘rtasida hamkorlik qilishning eng muhim mezonlari nima ekanligi so‘ralganda, ular birinchi

navbatda munosabatni ta'kidladilar. Bu borada kichik biznes sub'ektlari muvaffaqiyatga erishish va o'zgartirish istagiga ega bo'lishi kerak. Bundan tashqari, kichik biznes sub'ektlari o'z strategiyasiga yoki kelajakka qarashga, shuningdek, yaxshi moliyaviy boshqaruvga ega bo'lishi lozim. Global ishlab chiqarish zanjirlarida turli xil etkazib beruvchilar munosabatlari raqobatbardosh kichik biznes sub'ektlarining rivojlanishiga teng hissa qo'shmaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. World Development Report 2021: Data for better lives. // <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2021>.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022-2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/5841063>
3. Schumpeter, Capitalism, socialism and democracy, supra note 17, at 83;
4. Porter, M.E. (2008), On Competition, Updated and Expanded ed., Harvard Business School Publishing, Boston.; Shane S. (2003)
5. Shane S. (2003), A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus. Edward Elgar Publishing.
6. Malecki E. L. Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. 2018. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/gec3.12359>.
7. Karpacz, J. (2011). Determinanty Odnowy Strategicznej Potencjalu Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Warszawa: Oficyna SGH.; Isenberg D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. 2011. URL: <http://www.innovation.us/images/stories/2011/Theentrepreneurship-ecosystem-strategy-for-economic-growth-policy-20110620183915.pdf>.
8. Yusoff, N. H., Yaacob, R., & Ibrahim, D. (2010). Business advisory: A study on selected micro-sized SMEs in Kelantan, Malaysia. International Journal of Marketing Studies, 2(2), 245-257. <https://doi.org/10.5539/ijms.v2n2p245>.
9. Bosma, N., Acs, Z.J., Autio, E., Coduras, A., & Levie, J. (2009). Global entrepreneurship monitor: 2008 executive report. Babson Park, MA: Global Entrepreneurship Research Consortium.
10. Anderson, J., Claessens, C.A., Ryterman, R., Slavova, S., Vagliasindi, M., et al. (2004). Building market institutions in South Eastern Europe: Comparative prospects for investment and private sector development. Washington, DC: World Bank Publications.; Statistics: theoretical principles and applied aspects / RV Feshchur, AF Barvinsky, VP Kachur, etc.; [For the head. ed. RV Feshchura. - Lviv: "Intellect-West", 2003. - 576 p.
11. Прохоровский В.С., Чайникова Л.Н. Финансы малых предприятий: Учеб. пособие. -Тамбов: Тамб. ГТУ, 2003. -96 с.
12. Касперович С.А., Коновалчик Г.О. Организация производства и управление предприятием: учеб. пособие для студентов технических специальностей. – Минск: БГТУ, 2012. – 344 с.
13. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. – М.: «ТЕИС», 2010. 231-с.

14. Ичитовкин Б.Н. Малые формы хозяйствования. – М.: «Економика», 2006. – с. 11.
15. Журавлева И.А. Основные направления развития малого бизнеса в сфере услуг и их экономическое обоснование, Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Белгород-2005.
16. Сбойлова Л.Е. «Региональная инвестиционная стратегия управления развитием малого предпринимательства (на примере Калининградской области)» Автореферат диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Калининград-2006.
17. Yo.Abdullaev, F.Karimov Kichik biznes va tadbirkorlik. - T.: Mehnat. 2011 y.
18. B.B.Berkinov, M.A.Aynaqulov Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik korxonalarining yirik korxonalar bilan ishlab chikarish kooperatsiyasi. – Jizzax: Jizzax politexnika instituti, 2004. – 110 b.
19. A.T.Kenjabaev Tadbirkorlik faoliyatini axborotlashtirish milliy tizimini shakllantirish muammolari.: Iqt.fan. dokt. diss. avtoref. – T.: 2005-39 b.
20. D.X.Suyunov Kichik biznes sub’ektlarida boshqaruvni tashkil qiish va uning samaradorligini oshirish yo‘nalishlari.iqt.fan.nom.dis.avtoref. Toshkent: 2004.- 21 b.
21. O.A.Aripov Kichik biznesni davlat tomonidan tartibga solish va ishbilarmonlik muhitini rivojlantirish. Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati. – T.: TDIU –T.: 2020.-72 b.
22. Sh.I.Otajonov O‘zbekistonda kichik biznes sub’ektlarining innovatsion faoliyati boshqaruv mexanizmini takomillashtirish. I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun tayyorlangan dissertatsiya avtoreferati. – T., 2010.
23. M.M.Ibragimova Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining tarkibiy o‘zgarishlar asosida samaradorligini oshirish. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya avtoreferati – T.: 2018-54 b.
24. Robinson, J. (2005), Leader of the Brand - Keeping the Best CEOs in Step; in a Highly Competitive and Unpredictable Global Market, a Strong Brand Delivers a Compelling Market Advantage, New Zealand Management, p. 26.
25. Zainudin R., Mahdzan A.N. and Leong, E. (2018), “Firm-specific internal determinants of profitability performance: an exploratory study of selected life insurance firms in Asia”, Journal of Asia Business Studies, Vol. 12 No. 4, pp. 533-550.
26. Muallif ishlanmasi.