



POLIGRAFIYA BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING ROLI

Po'latxujaeva Dono

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
ORCID: 0000-0002-8069-0878
donopulathujaeva@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada mamlakat iqtisodini rivojlantirishda poligrafiya faoliyatining samaradorligini oshirishda axborot texnologiyalari va raqamlashtirishning ahamiyati, afzalliklari va yutuqlari borasidagi muammolari va ularni hal etish yo'llari bayon etilgan. Poligrafiya va matbaa sohasiga oid xorijiy olimlarning ilmiy-nazariy va amaliy qarashlari tahlil qilingan. Xulosa va takliflar keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: kichik biznes, poligrafiya, elektron hujjat, internet, raqamli texnologiyalar, tizim, axborot kommunikatsiyalar, korxonalar.

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РАЗВИТИИ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО РЫНКА

Пулатхужаева Дано

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация. В данной статье излагаются проблемы и пути их решения, касающиеся значения, преимуществ и достижений информационных технологий и цифровизации в повышении эффективности полиграфической деятельности в развитии экономики страны. Проанализированы научно-теоретические и практические взгляды зарубежных ученых на полиграфию и полиграфию. Приводятся выводы и предложения.

Ключевые слова: малый бизнес, полиграфия, электронный документ, интернет, цифровые технологии, система, инфокоммуникации, предприятие.

THE ROLE OF SMALL BUSINESSES AND PRIVATE ENTREPRENEURS IN THE DEVELOPMENT OF THE PRINTING MARKET

Pulatkhusaeva Dono

Tashkent State University of Economics

Abstract. This article outlines the problems and solutions related to the importance, advantages and achievements of information technology and digitalization in improving the efficiency of printing activities in the development of the country's economy. The scientific, theoretical and practical views of foreign scientists on polygraphy and polygraphy are analyzed. Conclusions and suggestions are given.

Keywords: small business, printing, electronic document, Internet, digital technologies, system, infocommunications, enterprise.

Kirish.

Jahonda, xususan rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'yektlarini rivojlantirish alohida ahamiyat kasb etadi. Ya'ni ular jahondagi korxonalarining katta qismini tashkil qilgani holda global iqtisodiyot va bandlikni ta'minlashda yuqori ulushga ega bo'lmoqda. Jumaladan, butun dunyo bo'ylab korxonalarining 90 foizga yaqini va ish bilan bandlarning 50 foizdan oshig'i kichik va va xususiy tadbirkorlik sub'yektlari hissasiga to'g'ri keladi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda milliy daromadning 55 foizgacha qismini tashkil qiladi. Jahonning rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarida kichik biznes sub'yektlari bandlikning muhim manbai hisoblanadi. U global bandlikning 7-6 foizini ta'minlaydi, ya'ni taxminan 230 million kishiga tengdir. Umuman olganda rivojlangan mamlakatlar iqtisodiyotida kichik korxonalar roli katta bo'lib, tadbirkorlikni rivojlanishiga imkoniyat yaratadi va daromadlarni taqsimlashda muhim rol o'ynaydi (Jahon banki statistik ma'lumotlari, 2025).

Mamlakatimizda qisqa davrda to'plangan tajribalarimiz kichik biznesni barqaror iqtisodiy o'sishining muhim omili ekanligini isbotladi. Ayniqsa, mamlakat iqtisodiyotida chuqur tarkibiy o'zgartirishlar va diversifikatsiya sharoitida milliy iqtisodiyotimizni barqaror rivojlanishi, uning raqobatbardoshligini oshishi hamda yuqori makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga erishishimizda kichik biznes muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. 2022-2026 yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasining 29-maqсадiga ko'ra, tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususiy sektorning Yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish belgilangan. Salkam 30 yil davomida kichik biznes sub'ektlari rivojlanishi borasida bir qator me'yoriy hujjatlar, huquqiy asoslar yaratildi.

Adabiyotlar sharhi.

Matbaa korxonalarini raqobatbardoshlik xususiyatlarini tadqiq qilishning ilmiy-nazariy jihatlari ko'plab xorijlik olimlar tomonidan o'rganilgan. Poligrafiya bozorini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlarining roli iqtisodiy adabiyotlarda tadbirkorlik, innovatsiyalar, raqobatbardoshlik va bozor munosabatlari nuqtai nazaridan keng o'rganilgan. Mazkur sohaning nazariy asoslarini shakllantirishda bir qator xorijiy olimlarning ilmiy qarashlari muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, Shumpeter (1934) tadbirkorlikni iqtisodiy taraqqiyotning asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida baholab, tadbirkorni iqtisodiyotda «yangi kombinatsiyalar»ni amalga oshiruvchi sub'ekt deb ta'riflaydi. Olimning fikricha, iqtisodiy o'sish innovatsiyalar natijasida yuzaga keladi va aynan tadbirkorlar ushbu innovatsiyalarni amaliyotga joriy etuvchi asosiy kuch hisoblanadi. Bu yondashuv poligrafiya sohasida raqamli bosma texnologiyalar, dizayn xizmatlari va yangi mahsulot turlarini ishlab chiqish orqali bozorni rivojlantirishning nazariy asosini tashkil etadi.

Druker (1985) tadbirkorlikni o'zgarishlarni imkoniyat sifatida qabul qilish va ulardan samarali foydalanish jarayoni sifatida izohlaydi. Uning ta'kidlashicha, tadbirkorlikning mohiyati mavjud resurslardan unumli foydalanish emas, balki yangi imkoniyatlarni kashf etish va ularni iqtisodiy natijaga aylantirishdan iborat. Mazkur qarash poligrafiya bozorida faoliyat yurituvchi kichik korxonalarining bozor talabiga tez moslashishi, mijozlar ehtiyojidan kelib chiqib yangi xizmat turlarini joriy etishi va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishida o'z aksini topadi.

Kirsner (1973) tadbirkorlik faoliyatini bozordagi foydalanilmagan imkoniyatlarni aniqlash va ulardan foydalanish qobiliyati bilan bog'laydi. Uning fikriga ko'ra, tadbirkor bozorda boshqalar payqamagan imkoniyatlarni ko'ra oladigan iqtisodiy agent hisoblanadi. Poligrafiya sohasida ushbu yondashuv kichik biznes sub'ektlarining yangi iste'molchilar segmentini shakllantirish, ixtisoslashgan bosma mahsulotlar ishlab chiqarish va mijozlarga individual xizmatlar taklif etish orqali raqobat ustunligiga erishishini tushuntirib beradi.

Nayt (1921) esa tadbirkorlikning asosiy xususiyati sifatida noaniqlik va tavakkalchilik sharoitida qaror qabul qilishni ko'rsatadi. Olimning ta'kidlashicha, tadbirkor iqtisodiy faoliyat davomida yuzaga keladigan xavf va noaniqliklarni o'z zimmasiga oladi. Poligrafiya bozorida zamonaviy uskunalarni xarid qilish, yangi texnologiyalarni joriy etish va bozorda yangi xizmat turlarini taklif etish ma'lum darajada risk bilan bog'liq bo'lib, kichik biznes sub'ektlari mazkur jarayonlarda faol ishtirok etadi.

Porter (1985) raqobatbardoshlik nazariyasida korxonalarining muvaffaqiyati innovatsiyalar va samarali boshqaruvga bog'liq ekanligini asoslab beradi. Uning fikricha, raqobat ustunligi mahsulot va xizmatlarga qo'shimcha qiymat yaratish orqali shakllanadi. Bu holat poligrafiya sohasida xizmatlar sifati, buyurtmalarni tezkor bajarish, zamonaviy dizayn yechimlarini taklif qilish va mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlik munosabatlarini o'rnatish orqali namoyon bo'ladi.

Xayek (1945) bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikning ahamiyatini axborotdan samarali foydalanish bilan izohlaydi. Uning ta'kidlashicha, bozor ishtirokchilari turli hajmdagi va turli manbalardan olingan axborotlarga ega bo'ladi hamda ushbu axborotlardan samarali foydalanish raqobatbardoshlikni ta'minlaydi. Poligrafiya bozorida kichik biznes sub'ektlari mahalliy bozor kon'yunkturasi, iste'molchilarning talab va xohishlarini tezroq aniqlab, ularga mos xizmatlarni tashkil etish imkoniyatiga ega.

Kotlarning (2021) marketing sohasidagi ilmiy qarashlari ham poligrafiya bozorini rivojlantirishda muhim nazariy asos hisoblanadi. Olim marketingni mijoz ehtiyojlarini aniqlash va ularni raqobatchilarga nisbatan samaraliroq qondirish jarayoni sifatida ta'riflaydi. Ushbu yondashuv poligrafiya xizmatlari bozorida iste'molchilar talabini chuqur o'rganish, mijozlarga yo'naltirilgan xizmatlar ko'rsatish va bozor ulushini kengaytirishning muhim omili sifatida namoyon bo'ladi.

Yuqorida keltirilgan olimlarning ilmiy qarashlarini tahlil qilish natijasida xulosa qilish mumkin, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari poligrafiya bozorining innovatsion rivojlanishi, raqobat muhitini kuchaytirish, bozor talabiga tez moslashish, yangi ish o'rinlarini yaratish hamda aholi va tashkilotlarning bosma mahsulotlarga bo'lgan ehtiyojini qondirishda muhim ahamiyatga ega. Shu jihatdan, poligrafiya sohasini rivojlantirishda kichik biznes sub'ektlarini qo'llab-quvvatlash va ularning innovatsion faolligini oshirish sohaning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi muhim omillardan biri hisoblanadi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Kichik biznesning asosiy xususiyatlaridan biri mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi uchun zarur bo'ladigan asosiy ko'rsatkichlarni qisqa muddat ichida ta'minlab berishi bilan ajralib turadi. Ya'ni kichik biznes mamlakat ichki bozorida taqchil bo'lgan tovar va xizmatlar bilan to'ldiradigan, iqtisodiyotning tarkibiy negizini belgilab beradigan eng muhim soha hisoblanadi. Shuningdek mehnat resurslaridan samarali foydalanish uchun ish bilan bandligini va daromadlarini oshirish hamda mulkdorlar sinfini shakllantirishda eng asosiy omil va manba bo'lib xizmat qiladi. Umuman kichik biznesning iqtisodiy rivojlanishdagi ahamiyati:

- mamlakat yalpi milliy mahsulotining tarkib va miqdor jihatdan ko'payishini ta'minlaydi;
- mehnat resurslaridan samarali foydalanish uchun zamin yaratib beradi;
- aholining joriy daromadlari va jamg'armalarining oshishiga hamda farovonlik darajasini ko'tarilishiga zamin yaratadi;
- sohaviy va mintaqaviy yakka hokimlikni bartaraf etadi;
- davlat byudjet mablag'larining bir me'yorda bo'lishini ta'minlaydi;
- tashqi iqtisodiy faoliyatda faol ishtirok etadi;
- resurslardan oqilona foydalanishni nazarda tutadi;
- yangi texnika-texnologiya, asbob-uskunalarini ishlab chiqarishga joriy etish va mehnat unumdorligini oshiradi.

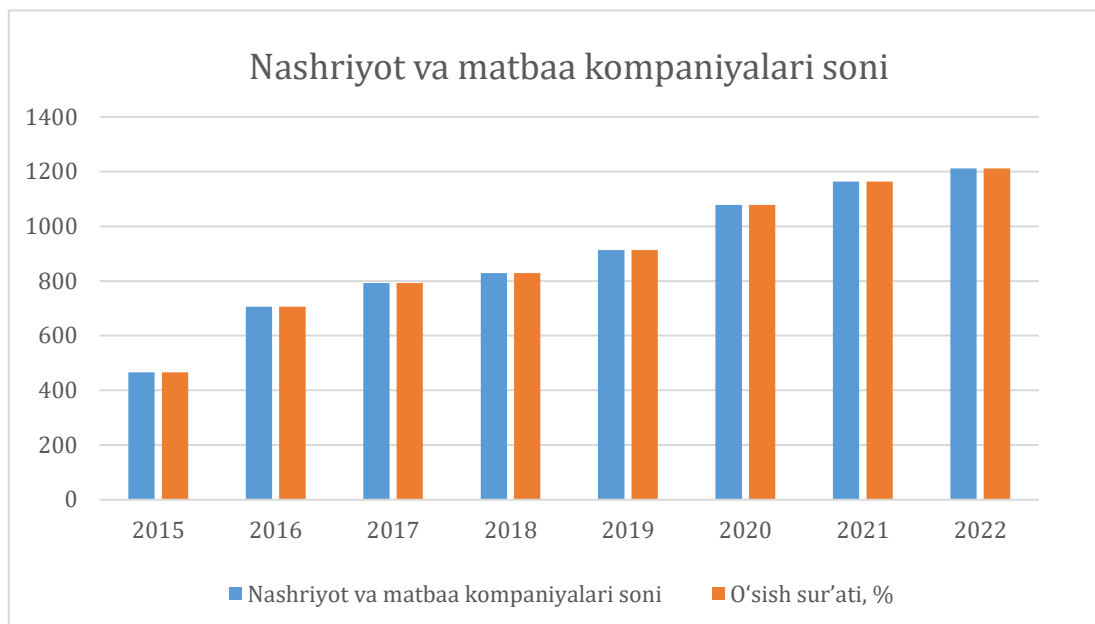
Shuning uchun ham jahonning barcha mamlakatlarida kichik biznes milliy iqtisodiyotining poydevori hisoblanadi. Bugungi kunda rivojlangan xorijiy mamlakatlarda ham kichik korxonalarining soni ularda mavjud bo'lgan jami korxonalarining 70-80 foizini tashkil etmoqda. Bugungi kunda ko'plab tadqiqotlar, tahliliy sharhlar va statistik hisobotlar mamlakat iqtisodiyotining deyarli barcha sektorlarining holatini ma'lum darajada aks ettirgan. Biroq shunisi ajablanarliki, shunday ulkan tarmoq bo'lishiga qaramay, poligrafiya sohasi hanuzgacha poligrafiya tarmog'i yangi axborot jamiyatining yetakchi sohalaridan biri ekanini isbotlash shart emas. Insoniyat hozircha axborotni tarqatishning "apparatga bog'liq bo'lmagan" boshqa usulini o'ylab topmagan ekan, chop etish jarayoni va matbaa korxonalarini axborotni moddiy shaklda namoyon qilish va uni ommaga yetkazishning asosiy vositasi bo'lib qolaveradi. Bugungi kunda rivojlangan mamlakatlarda axborotni tarqatishning "bosma" va "elektron" jarayonlarini integratsiya qilish faol amalga oshirilyapti.

Matbaachilik qadimdan rivojlangan tarmoq sifatida, doimo ilm-fan taraqqiyotiga o'zining munosib hissasini qo'shadigan va mamlakatning ijtimoiy iqtisodiy rivojlanish darajasini ta'minlovchi tarmoq sifatida rivojlangan. O'zbek tilining izohli lug'atida "**matbaa**" tushunchasi "**bosmaxona**", matbaachilik esa matbaa ishi, noshirlik, nashriyotchilik sifatida talqin etilgan. Matbaachilik kitob va jurnal, gazeta, yorliq, kartografiya, qadoqlash, ko'rgazma va boshqa bosma mahsulotlar ishlab chiqarish bilan shug'ullanadigan keng ko'lamlı sanoat tarmog'idır. Matbaa mahsulotlarining ko'plab holatlarida "**tipografiya**", ya'ni bosib chiqariladigan sanoat sifatida qayd etiladi. Biroq, matbaa va tipografiya o'rtasidagi bir qator farqlar mavjud. Matbaa korxonalarida bir vaqtning o'zida kitoblar, gazetalar masalan, kalendarlar chop etilishi mumkin. Bosmaxona katta formatdagi plakatlar, reklama afishalari va turli bosma materiallar chop etish imkonini beradi. Sanoatning muhim tarmoqlaridan biri bo'lgan noshirlik-matbaa sohasi televideniye, radio va internetga qo'shimcha ravishda, axborot oqimi materiallarini mujassamlashtirishning asoslaridan biri bo'lib, iqtisodiyotning bosma mahsulotlar ehtiyojlarini qondiradigan tarmoqdir.

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi matbaa sanoatiga va noshirlikka ko'plab tashqi omillarning sezilarli ta'siri kuzatilmoqda. Sababi, kompyuter texnologiyalarining jadal rivojlanishi, elektron kitoblar sonini ko'payishi, an'anaviy axborot manbalarini onlayn-resurslar bilan almashtirish bilan bog'liq. Shu sababli, mahalliy nashriyot va bosmaxonalarning holati ushbu sohadagi ustuvorlik yo'nalishlarini hisobga olgan holda innovatsion rivojlanishni amalga oshirishlari zaruriyati mavjud. Jahon tijorat bosma bozori segment nuqtayi nazaridan, poligrafiya bosmaxonasi 2024-yilda 225,4 mln AQSH dollar daromad keltirgan. **Raqamli bosib chiqarish** — bu prognoz davrida eng tez o'sishni qayd etadigan eng daromadli bosib chiqarish texnologiyasi segmenti sifatida qaralmoqda. Ayniqsa mamlakatlar miqyosida Hindiston 2025-yildan 2030-yilgacha eng yuqori o'rtacha o'sishga erishadigan mamlakat sifatida 2030-yilga kelib 39183,1 mln AQSH dollarga yetishi kutilmoqda. Mazkur bozorda daromad bo'yicha Shimoliy Amerika 2024-yilda global tijorat bosma bozorining 33,2 foizini tashkil etgan bo'lsa, mamlakatlar bo'yicha AQSh 2030-yilda daromad bo'yicha jahon bozorida yetakchilik qilishi kutilmoqda.

So'nggi yillarda raqamli ommaviy axborot vositalarining ko'rinadigan ustunligi tufayli bosma mahsulotlarni rivojlantirish istiqbollari yo'qligi to'g'risida fikr paydo bo'ldi. Shu munosabat bilan sohada matbaa mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining pasayishi qayd etilmoqda. Biroq, ushbu sohaning ahamiyati juda katta, garchi u mamlakatning ichki yalpi mahsuloti tarkibida ozgina ulushga ega bo'lsa va an'anaviy ravishda "boshqa" tarmoqlar toifasiga kirsa ham. O'zbekistonda kitob nashriyoti mustaqil faoliyat sohasi sifatida ko'plab nashriyot, matbaa va kitob savdosi tashkilotlarini o'z ichiga oladi. Ularning har biri o'ziga xos funktsiyani bajarib, bir vaqtning o'zida kitob biznesining boshqa sub'ektlari bilan o'zaro aloqada bo'ladi. O'zbekistondagi nashriyot-matbaa korxonalarini faoliyati O'zbekiston Respublikasining 2021-yil 26-noyabrdagi "Nashriyot faoliyati to'g'risida" gi O'zbekiston Respublikasi qonun-731-son qonuniga muvofiq tartibga solinadi va muvofiqlashtiriladi.

Miqdoriy ko'rsatkichlarni statistik nuqtai nazardan ko'rib chiqilgan ma'lumotlari 2023-yil 1-yanvar holatiga ko'ra O'zbekiston Respublikasida 1212 ta nashriyot-matbaa kompaniyasi ro'yxatdan o'tkazildi (1-rasm)



1-rasm. Nashriyot va matbaa kompaniyalari soni

So'nggi 8 yil ichida nashriyot va matbaa kompaniyalarining o'sish sur'ati 2,6 baravar oshdi. So'nggi yillarda O'zbekiston Respublikasida nashriyot-matbaa kompaniyalarining dinamikasi juda ijobiy bo'lib qolmoqda. Mamlakat matbuot va nashriyot sohasida faol rivojlanmoqda, bu ushbu faoliyat bilan shug'ullanadigan kompaniyalar sonining ko'payishiga ta'sir qiladi. O'zbekistonda bir nechta yirik nashriyot kompaniyalari mavjud, masalan, "O'zbekiston nashriyoti" (O'zbekiston nashriyoti), "Sharq" (Sharq) va boshqalar. Ushbu kompaniyalar turli xil bosma mahsulotlarni, shu jumladan darsliklar, ensiklopediyalar, ilmiy jurnallar, gazetalar va kitoblarni ishlab chiqaradilar. Navbatdagi jadvalda O'zbekiston nashriyot-matbaa kompaniyalarining tuzilmaviy ko'rinishi berilgan (1-jadval).

1-jadval

O'zbekiston nashriyot-matbaa kompaniyalarining tuzilmasi

Ko'rsatkichlar	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Kitob nashri	84	87	114	122	145	193	217	242
Qo'llanmalar nashri	21	15	5	7	7	8	7	11
Gazetalar nashri	106	267	308	315	315	337	324	321
Jurnallar nashri	39	117	143	154	176	182	211	229
Nashriyot faoliyatining boshqa turlari	216	220	223	231	270	358	405	409

Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasida "Nashriyot faoliyatining boshqa turlari" kichik sinfiga kiruvchi eng ko'p sonli kompaniyalar mavjud bo'lib, ular fotosuratlar, bosma nashrlar, pochta kartochkalari, jadvallar, kalendarlar, shuningdek hujjatlarning bosma va fotokopisi xizmatlari bilan shug'ullanadigan kichik kompaniyalarni o'z ichiga oladi. Shuni ta'kidlash kerakki, gazeta nashriyot kompaniyalarining umumiy soni kamayib bormoqda, chunki hamma narsa raqamli makonga o'tmoqda. Bunday dinamikaga, shubhasiz, raqamli texnologiyalarning rivojlanishi va raqamli nashriyotlarning o'sishi ta'sir qiladi. Ba'zi nashriyot-

matbaa kompaniyalarining o'zgina pasayishiga qaramay, ko'rsatilgan aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmining o'sishi kuzatilmoqda (2-rasm).



2-rasm. Ko'rsatilgan aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmining o'sishi

O'tgan yil davomida taqdim etilgan aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmi 24 508,1 milliard so'mni, bazis yiliga nisbatan o'sish sur'ati 472,9 foizni, shu jumladan nashriyot xizmatlari hajmi 1600,7 milliard so'mni tashkil etdi. 2022 – yilda taqdim etilayotgan aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmi bo'yicha telekommunikatsiya xizmatlari 60% (14 660,7 milliard so'm), undan keyin kompyuter dasturlash xizmatlari, konsalting va boshqa tegishli xizmatlar (19% (4 652,9 milliard so'm), axborot xizmatlari 10% (2516 milliard so'm) ulushi bilan yetakchilik qilmoqda, nashriyot xizmatlari 7% (1600,7 milliard so'm), dasturlash va radioeshittirish xizmatlari – 3% (833,1 milliard so'm) va filmlar, videofilmlar va teledasturlar ishlab chiqarish xizmatlari, ovoz yozish va musiqiy asarlarni nashr etish xizmatlari – 1% (244,7 milliard so'm).

So'nggi yillarda O'zbekiston hukumati nashriyot-matbaa sanoatini rivojlantirishni faol qo'llab-quvvatlamoqda. Rag'batlantirish uchun bir qator choralar ko'rildi:

- texnologiya va texnologiyalarni rivojlantirish (raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi nashriyot va matbaa kompaniyalaridan uskunalarni doimiy ravishda yangilashni talab qiladi);

- onlayn platformalar raqobati (zamonaviy dunyoda ko'plab nashrlar raqamli formatlarga o'tdi, bu esa onlayn platformalar bilan qattiq raqobatni keltirib chiqaradi);

- samarasiz marketing strategiyalari (ba'zi kompaniyalar eskirgan marketing yondashuvlariga rioya qilishlari mumkin, iste'molchilarning xohish-istaklaridagi o'zgarishlarni hisobga olmagan holda);

- auditoriyani etarli darajada tushunmaslik (barcha nashriyot va matbaa kompaniyalari o'z auditoriyasini chuqur o'rganmaydilar, bu esa noto'g'ri mahsulot joylashuvi va maqsadsiz marketingga olib kelishi mumkin);

- narxlar va qiymatlar (ko'pincha ishlab chiqarish va matbaa uchun yuqori xarajatlar raqamli alternativalar bilan raqobatni qiyinlashtirishi mumkin).

O'zbekistonda poligrafiya va nashriyot bozori so'nggi yillarda sanoat sohasidagi umumiy o'sish va kichik biznes faolligi hisobiga barqaror rivojlanmoqda. Mavjud statistik ma'lumotlarga ko'ra, sohadagi asosiy ko'rsatkichlar quyidagicha:

- **Korxonalar soni:** 2025-yil noyabr holatiga ko'ra, O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan jami korxonalarining **84,9 foizi** (395,8 mingta) kichik biznes va mikrofirmalar hissasiga to'g'ri keladi. Toshkent shahrining o'zida poligrafiya xizmatlari ko'rsatuvchi **260 dan ortiq** yirik va o'rta tashkilotlar ro'yxatga olingan.

- **Sanoat o'sishi:** 2024-yil yakunlari bo'yicha O'zbekistonda sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi 2023-yilga nisbatan **6,8 foizga** oshgan. Poligrafiya sanoati ushbu umumiy sanoat tarkibida tayyor buyumlar va qadoqlash mahsulotlari segmentida muhim ulushga ega.

- **Kichik biznes ulushi:** Poligrafiya sohasini ham o'z ichiga olgan sanoat mahsulotlari ishlab chiqarishda kichik tadbirkorlik sub'ektlarining ulushi hududlar kesimida **70 foizdan** yuqori ko'rsatkichni saqlab qolmoqda.

- **Bozor tendensiyalari:** 2024-2025 yillarda poligrafiya bozorida ayniqsa **chakana savdo qadoqlari** va reklama materiallariga talab ortgan bo'lib, ushbu davrda chakana savdo aylanmasi **11,1 foizga** o'sgan.

Xulosa va takliflar.

O'zbekiston poligrafiya bozori asosan kichik va xususiy korxonalar hisobiga kengaymoqda, bu esa bozorda operativ xizmatlar va raqamli bosmaga bo'lgan talabni qondirish imkonini bermoqda. O'zbekiston poligrafiya va qog'oz sanoatining import-eksport ko'rsatkichlari hamda hududiy (Toshkent shahri misolida) statistikasi soha rivojlanishini aniq ko'rsatib beradi. Import va eksport ko'rsatkichlari bo'yicha poligrafiya sanoati xomashyo (qog'oz, bo'yoq) importiga bog'liqligini saqlab qolayotgan bo'lsa-da, tayyor mahsulot eksporti o'sib bormoqda. Import O'zbekiston qog'oz va karton mahsulotlarining 90% dan ortig'ini chetdan (asosan Rossiya, Xitoy va Finlyandiya) olib keladi. Yillik import hajmi o'rtacha 350-400 mln dollarni tashkil etadi. Eksport so'nggi yillarda qadoqlash mahsulotlari va tayyor poligrafiya buyumlari eksporti 15-20% ga oshdi. Asosiy eksport bozorlari — Qozog'iston, Qirg'iziston va Tojikiston. Ayniqsa, oziq-ovqat sanoati uchun qadoqlash mahsulotlari eksport salohiyati yuqori. Hududiy kesim, ya'ni Toshkent shahri respublika poligrafiya bozorining "yuragi" hisoblanadi. Jami poligrafiya korxonalarining 65-70% dan ortig'i Toshkent shahri va Toshkent viloyatida joylashgan. Ishlab chiqarish hajmi Toshkent shahrida kichik biznesning sanoatdagi ulushi respublika darajasidan yuqori bo'lib, poligrafiya xizmatlari bozorining 80% dan ortig'ini xususiy sektor egallagan. Investitsiya hajmi yangi raqamli bosma texnologiyalarning 90% qismi aynan poytaxt korxonalarini tomonidan o'zlashtirilmoqda. Asosiy drayverlar E-commerce (Onlayn savdo) esa Toshkentda yetkazib berish xizmatlarining rivojlanishi qadoqlash poligrafiyasiga bo'lgan talabni 2 barobarga oshirdi. Soliq imtiyozlari nashriyot va poligrafiya korxonalarini uchun foyda solig'i stavkalarining kamaytirilishi aynan Toshkentdagi yirik xususiy korxonalarining kengayishiga sabab bo'ldi.

Poligrafiya bozorini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlari quyidagi asosiy rollarni bajaradi:

Bozorga tez moslashuvchanlik: Kichik korxonalar yirik bosmaxonalarga qaraganda mijozlarning o'zgaruvchan talablariga (masalan, kichik tirajli buyurtmalar, individual dizayn) tezroq moslashadi.

Innovatsiyalarni joriy etish: Raqobat muhitida xususiy tadbirkorlar zamonaviy raqamli bosma texnologiyalari va eko-qadoqlash kabi yangi yo'nalishlarni tezroq o'zlashtiradilar.

Iqtisodiy barqarorlik: Poligrafiya va nashriyot sohasida davlat aralashuvining kamayishi va xususiylashtirish jarayonlari xususiy sektor ulushini oshirib, sohada sog'lom raqobatni shakllantiradi.

- **Xizmat ko'rsatish ko'lamini kengaytirish:** Toshkent shahri va viloyatlarda sanoat mahsulotlari (shu jumladan poligrafiya) ishlab chiqarishda kichik biznesning ulushi 70% gacha yetmoqda, bu esa hududlarda bosma xizmatlarining ommabopligini ta'minlaydi.

- **Investitsiya va bandlik:** Poligrafiya sohasidagi kichik korxonalar yangi ish o'rinlari yaratish bilan birga, sohaga yangi texnologik uskunalarni uchun xususiy investitsiyalarni jalb qiladi. Poligrafiya bozorini rivojlantirishda **kichik biznes va xususiy tadbirkorlik** sub'ektlarining roli haqidagi xulosani quyidagi asosiy nuqtalarda ifodalash mumkin:

• **Bozor egiluvchanligi va tezkorlik:** Kichik korxonalar iste'molchilarning individual va o'zgaruvchan talablariga yirik bosmaxonalarga qaraganda tezroq moslashadi. Bu, ayniqsa, **kichik tirajli (operativ)** bosma mahsulotlar va reklama materiallariga bo'lgan ehtiyojni qondirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

• **Innovatsiyalarni joriy etish markazi:** Xususiy sektor raqobat muhitida yashab qolish uchun eng zamonaviy **raqamli texnologiyalar**, 3D bosma va innovatsion qadoqlash usullarini birinchilardan bo'lib o'zlashtiradi.

• **Iqtisodiy barqarorlik va bandlik:** Poligrafiya sohasidagi xususiy korxonalar yangi ish o'rinlari yaratish orqali aholi bandligini ta'minlashda yetakchi rol o'ynaydi. Bugungi kunda O'zbekistonda band aholining **80% dan ortig'i** aynan xususiy sektorda faoliyat ko'rsatmoqda.

• **Sog'lom raqobat muhiti:** Xususiy tadbirkorlik sub'ektlarining ko'payishi bozorda narxlarning muvozanatlashishiga va xizmat ko'rsatish sifatining oshishiga olib keladi. Bu esa milliy poligrafiya mahsulotlarining **eksport salohiyatini** ham oshiradi.

• **Investitsiyalar oqimi:** Kichik biznes sub'ektlari o'z mablag'lari va mikro kreditlar hisobiga sohaga yangi texnologik uskunalarni olib kirib, iqtisodiyotning **tarkibiy o'zgarishiga** hissa qo'shadi. Poligrafiya bozorining kelajakdagi o'sishi bevosita kichik biznes sub'ektlariga berilayotgan **soliq imtiyozlari** va **raqamli transformatsiya** jarayonlariga bog'liq bo'lib qolmoqda. Poligrafiya bozorini rivojlantirish bo'yicha umumiy **xulosa** quyidagi strategik yo'nalishlarni o'z ichiga oladi:

• **Texnologik modernizatsiya:** Bozorning raqobatbardoshligini oshirish uchun an'anaviy bosma usullaridan **raqamli va 3D texnologiyalarga** o'tish hamda avtomatlashtirilgan uskunalarni joriy etish hal qiluvchi ahamiyatga ega.

• **Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash:** Sohani rivojlantirishda litsenziyalash tartibining soddalashtirilishi va nashriyot-poligrafiya korxonalari uchun berilayotgan **soliq imtiyozlari** (masalan, foyda solig'i stavkalarini pasaytirish) investitsion jozibadorlikni oshirmoqda.

• **Talabning o'zgarishi:** Bugungi kunda kitob mahsulotlaridan ko'ra **sanoat qadoqlari** va reklama mahsulotlariga bo'lgan talab yuqori sur'atlar bilan o'sib bormoqda, bu esa bozorni segmentatsiyalashni talab qiladi.

• **Kadrlar salohiyati:** Zamonaviy poligrafiya uskunalarni boshqarish uchun **malakali mutaxassislar** tayyorlash va soha ta'limini ishlab chiqarish bilan integratsiya qilish barqaror rivojlanishning asosiy omilidir.

Xususiylashtirish va raqobat: Davlat ulushi bo'lgan yirik poligrafiya korxonalarini xususiylashtirish va kichik biznes sub'ektlarini keng jalb qilish sog'lom raqobat muhitini shakllantiradi. Poligrafiya bozorining kelajagi **raqamlashtirish**, qadoqlash sanoatining rivojlanishi va xususiy sektorga taqdim etilayotgan iqtisodiy erkinliklar bilan belgilanadi. O'zbekiston poligrafiya bozori asosan kichik va xususiy korxonalar hisobiga kengaymoqda, bu esa bozorda operativ xizmatlar va raqamli bosmaga bo'lgan talabni qondirish imkonini bermoqda.

Adabiyotlar/ Jumepamyra / Reference:

Drucker, P.F. (1985) *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row Publishers.

Hayek, F.A. (1945) 'The Use of Knowledge in Society', *The American Economic Review*, 35(4), pp. 519–530.

Jahon banki statistik ma'lumotlari. (2025) www.in-academy.uz 31.08.2025.

Jahon banki statistik ma'lumotlari. www.in-academy.uz. 31.08.2025.

Kirzner, I.M. (1973) *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.

Knight, F.H. (1921) *Risk, Uncertainty and Profit*. Boston, MA: Houghton Mifflin Company.

Philip Kotler, P. and Gary Armstrong, G. (2021) *Principles of Marketing*. 18th Global edn. Harlow: Pearson. Available at: Pearson.

Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.

Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Андреев И. А., Гнатюк С. П. (2022) Разработка стратегии развития полиграфического предприятия с применением методов многомерного анализа // *Метрология, стандартизация и управление качеством*. – С. 12-14.

Буяльская Д.В. (2024) Функциональное моделирование сети процессов полиграфического предприятия // *Ответственный редактор*. С. 32.

Китаинов А.Б. (2023) Обзор полиграфической отрасли и основных конкурентов рынка в г. Краснодар // *Экономика и социум*. – №. 6-1 (109). – С. 781-793.

Клименко В. В., Пуринова Г. К. Проблемы совершенствования имиджа издательской организации средствами // *Вопросы формирования кросс-культурной компетентности молодежи в современной России*. – 2021. – С. 33-38.

Рундыгина Д.Д. (2020) Моделирование цепей поставок в издательско-полиграфической отрасли на основе метода матрицы логистического преимущества // *Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета*. – №. 2 (122). – С. 224-230.