



САВДОДА КИЧИК БИЗНЕСНИ ДАВЛАТ ТОМОНИДАН ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ИҚТИСОДИЙ МЕХАНИЗМИ

и.ф.н. Насирова Камола Алимовна

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

ORCID: 0009-0008-4706-2977

nasirova.k1980@gmail.com

Аннотация. Мақолада савдо соҳасида кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий асослари тадқиқ этилади. Ушбу жараёнда маркетинг тадқиқотларининг роли ва аҳамияти, кичик бизнесни ривожлантириш шарт-шароитлари, унга таъсир кўрсатувчи омиллар ўрганилади. Савдо соҳасида кичик бизнесни ривожлантириш, мижозларни сақлаб қолишда франчайзинг ва мерчандайзинг тизимидан фойдаланиш юзасидан таклифлар ишлаб чиқилади. Бу борада мижозга йўналтирилган стратегияга ўтиш бўйича тавсиялар киритилади.

Калит сўзлар: кичик бизнес, кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлашнинг ташкилий-иқтисодий механизми, бизнес-инкубаторлар, технопарклар, кластерлар, франчайзинг, мерчандайзинг, сотиш стратегияси, мижозга йўналтирилган стратегия.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ТОРГОВЛЕ

к.э.н. Насирова Камола Алимовна

Ташкентский государственный экономический университет

Аннотация. В статье исследуются организационно-экономические основы государственной поддержки и развития малого бизнеса в сфере торговли. В процессе анализа рассматривается роль и значение маркетинговых исследований, условия развития малого бизнеса, а также факторы, влияющие на него. Разрабатываются предложения по использованию франчайзинга и мерчандайзинга для развития малого бизнеса и удержания клиентов в торговле. В этом контексте предлагаются рекомендации по переходу на стратегию, ориентированную на клиента.

Ключевые слова: малый бизнес, организационно-экономический механизм государственной поддержки малого бизнеса, бизнес-инкубаторы, технопарки, кластеры, франчайзинг, мерчандайзинг, стратегия продаж, клиент-ориентированная стратегия.

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF STATE SUPPORT AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN TRADE

*PhD Nasirova Kamola Alimovna
Tashkent State University of Economics*

Abstract. *The article explores the organizational and economic foundations of state support and development of small businesses in the trade sector. The study examines the role and importance of marketing research, conditions for small business development, and the factors influencing it. Proposals are developed for utilizing franchising and merchandising to foster small business growth and retain customers in trade. In this context, recommendations are provided for transitioning to a customer-oriented strategy.*

Keywords: *small business, organizational and economic mechanism of state support for small business, business incubators, technoparks, clusters, franchising, merchandising, sales strategy, customer-oriented strategy.*

Кириш.

Маълумки, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 18 августдаги тадбиркорлар билан очик мулоқотида кичик бизнесни янада қўллаб-қувватлашга қаратилган қатор таклиф ва ташаббуслар илгари сурилган эди. Мазкур мулоқотда қайд этилган вазифаларни ўзида жамлаган ва тадбиркорлик муҳитини яхшилашга оид яқин ва узоқ истиқболдаги мақсадларни акс эттирувчи муҳим ҳужжатлар қабул қилинди. Бу борада, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 14 сентябрдаги “Кичик бизнесни ривожлантиришни молиявий ва институционал қўллаб-қувватлаш чоратадбирлари тўғрисида”ги Қарори бизнес соҳаси ривожини учун хизмат қилишини таъкидлаш зарур (Bankers.uz, 2023).

Ушбу қарорга, асосан, кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш бўйича “узлуксиз хизматлар занжири”ни яратиш мақсадида “Кичик бизнесни узлуксиз қўллаб-қувватлаш” комплекс дастури”ни амалга ошириш вазифаси белгиланди. Дастурни 2023-2026 йилларда амалга ошириш учун давлат маблағлари ҳисобидан 6 трлн. сўм ва халқаро молия институтларининг 1,2 млрд. АҚШ доллари миқдоридagi маблағлари йўналтирилиши кўзда тутилди. “Бизнесни ривожлантириш банки” акциядорлик тижорат банки Дастурни амалга ошириш ва уни доимий равишда такомиллаштириб бориш бўйича асосий таянч банк сифатида белгиланган.

Давлат иқтисодий сиёсатининг асосий қоидаларини хўжаликда рўёбга чиқариш янги шароитларида кичик тадбиркорликнинг иқтисодиёт барқарорлигини таъмирлашдаги роли ошмоқда. Ижтимоий жиҳатдан кичик бизнес минтақалар иқтисодиётининг ривожланишида фаол қатнашувчи аҳоли моддий таъминланганлиги ўртача даражасини ўзида мужассамлаштиради (Гамидуллаев, 2012). Кичик бизнес фаолиятининг самарадорлиги бозор тебранишлари ва мамлакатдаги умумий иқтисодий вазиятдаги ўзгаришларга боғлиқ. Бу эса корхоналар сонининг камайишига, истеъмол бозоридagi талаб ва таклиф мувозанатсизлигига олиб келиши мумкин.

Савдо соҳасида кичик бизнеснинг амал қилиши ва ривожланишининг муҳим шarti уни тадбиркорликни тартибга солишнинг турли йўналишларини ҳисобга олиб, давлат қўллаб-қувватлашининг ташкилий-иқтисодий механизмини такомиллаштириш ҳисобланади. Унга меъёрий-ҳуқуқий тартибга солиш механизмлари, молиявий, мулкый ва инфратузилма қўллаб-қувватлаши киради. Бундай фикрлаш ушбу муаммо бўйича кичик ва ўрта тадбиркорлик субъектларини қўллаб-қувватлашнинг самарали кичик тизимларини таклиф қилаётган кўплаб тадқиқотчилар томонидан қўллаб-қувватланмоқда. Айниқса, бу бизнес инкубаторларнинг жорий фаолиятини молиялаштиришга муҳтож кичик корхоналар фаолиятининг инновацион ва ишлаб

чиқариш соҳаларини ривожлантиришга; ривожланишни меъёрий-ҳуқуқий таъминлашда ҳамда кичик ва ўрта бизнесни ахборот қўллаб-қувватлашини кенгайтиришга тегишлидир.

Савдо соҳасидаги кичик корхоналар рискли қарздорлар ҳисобланишидан келиб чиқиб, уларга ссуда фоизи ставкалари қолган мижозларга қараганда, оширилган ставкада белгиланади. Савдода кичик корхоналар кўпроқ хатарли мажбуриятли, гарчи кичик корхоналар томонидан сўралган қарзлар кредит муассасаларини қизиқтирадиган даражада юқори бўлмасада, улар бўйича фоиз ставкалари бошқа мижозларга нисбатан ошган ставкада, қайтариш муддатлари камайтирилган ҳолда белгиланади. Чунки ссуда олувчига хизмат кўрсатиш харажатлари кредитнинг ўзига нисбатан унчалик кўп бўлмайди. Шу билан боғлиқ равишда, бозор рақобатининг кучайишини ҳисобга олиб, давлат сиёсатининг муҳим таркибий қисми товар муомаласи соҳасида кичик тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш дастури бўлиши зарур (Кулик и Онищенко, 2010).

Савдо корхоналарининг амал қилиш самарадорлигини таъминлаш учун юқори иқтисодий барқарорликни қўллаб-қувватлашга қаратилган бошқарувни ташкил қилиш тизимини мақбуллаштириш муҳим. Бунга тижорат рискларидан қутулиш бўйича бошқарув қарорлари қабул қилиш орқалигина эришиш мумкин. Шундай қилиб, кичик бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмини бутун тадбиркорлик фаолиятида кичик корхоналарни ривожлантириш учун қулай шароит яратишга қаратилган ўзаро таъсирлашувчи кичик тизимлар мажмуи сифатида қўламлироқ тавсифлаш мумкин.

Бунда тизим механизми кичик корхоналарга у ёки бу шаклда келишув ёки қўллаб-қувватлаш бўйича тақдим қилинаётган шароитларни ўз ичига оладиган жараён турларидан иборат бўлиб, уни олиш учун кичик корхоналар асосий кичик тизимларга бевосита мурожаат қиладилар, уларнинг асосийлари қуйидагилар:

- ҳуқуқий;
- кичик корхоналарни қўллаб-қувватлайдиган давлат ҳокимиятининг турли даражалари;
- кичик корхоналарни янада ривожлантириш учун инфратузилмани қўллаб-қувватлаш;
- иқтисодиёт тармоқларини ривожлантиришнинг янги мақсадли дастурларини қабул қилиш асосида давлат томонидан тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш йўналишлари.

Адабиётлар шарҳи.

Савдо соҳасида бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш масалалари бўйича турли олимлар тадқиқотлар олиб борган ва олиб боришмоқда. Смитнинг "Халқлар бойлигининг табиати ва сабаблари ҳақида тадқиқот" (1866) номли асарида эркин бозор ва давлатнинг иқтисодиётдаги ўрни ҳақида фундаментал ғоялар берилган.

Кейнс (2007) "Иш билан бандлик, фоиз ва пулнинг умумий назарияси" номли асарида давлатнинг иқтисодиётдаги фаол иштирокини асослаб берган. Шумпетернинг (2007) "Иқтисодий ривожланиш назарияси" асарида тадбиркорлик ва инновациялар давлат томонидан қўллаб-қувватланиши кераклиги таъкидланган.

Портер (2012) рақобатбардошлик ва кластерлар назариясини яратиб, унда ҳукуматнинг бизнесни ривожлантиришдаги ўрнини ўрганишга йўналтирилган тадқиқотлар амалга оширилган. Норт (1997) эса институтлар иқтисодиёти бўйича ишлаб, бизнесни давлат томонидан тартибга солишнинг таъсирини тадқиқ қилган.

Ўзбекистонда бу муаммолар билан Абулқосимов (1997), Ғофуров (2017), Муфтайтидинов (2004), Қулматовлар шуғулланишган. Улар Ўзбекистонда кичик бизнес ва

хусусий тадбиркорликни ривожлантириш бўйича тадқиқотлар олиб боришган. Уларнинг тадқиқотларида савдо ва иқтисодий сиёсат, давлат иқтисодий сиёсати ва тадбиркорликнинг ривожланиши, тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш борасидаги давлат дастурлари ўрганилган ва таҳлил қилинган.

Бу олимларнинг ишлари савдо соҳасида бизнесни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш борасида назарий ва амалий асосларни шакллантиришга хизмат қилган. Ушбу муаллифларнинг тадқиқотларида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, унинг қонуний-меъёрий асосларини мустаҳкамлаш ҳамда давлат томонидан қўллаб-қувватлашга қаратилган иқтисодий ислохотлар таҳлил қилинган.

Тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш давлат жамғармаси тўғрисидаги низом тасдиқлангани, жамғарманинг вазибалари, шу жумладан, аҳолининг ижтимоий ҳимояга муҳтож қатламларининг тадбиркорлик ташаббусларини амалга ошириш учун кредитлар бўйича кафиллик бериш ва фоизли харажатларни қоплаш учун компенсация бериш каби чоралар ҳақида фикр юритилган.

Кичик корхоналарни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш механизмларини шакллантиришга турли ёндашувларни таҳлил қилиш асосида муаллифлар минтақа савдо корхоналарига татбиқан ташкилий-иқтисодий тизимнинг асосий таркибий қисмини ташкил этадиган кичик бизнесни қўллаб-қувватлашнинг замонавий амалиётини ўзида мужассамлаштирадиган ташкилий-иқтисодий механизмни аниқладилар (Медведев, 2012). Биринчи кичик тизимга минтақада кичик бизнесни ривожлантириш учун умумий қулай ҳуқуқий ва иқтисодий муҳит яратиш киритилган, жумладан:

- бюрократик тўсиқларни камайтириш;
- солиқ тўловларини пасайтириш;
- ижтимоий суғурта ва бошқа тадбирларга бадалларни қисқартириш.

Таклиф этилган кичик тизимда савдо муомаласи соҳасидаги кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш учун меъёрий-ҳуқуқий қоидаларини жорий этиш бўйича муҳим йўналишлар ва ҳудудларни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш механизмлари ажратилади. Иккинчи кичик тизим уч даражада амал қиладиган кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш, давлат ва муниципал тартибга солишни ўз ичига олади:

- а) давлат (федерал) қонун чиқарувчи ва ижроия ҳокимияти органлари;
- б) иқтисодиёт ва тадбиркорликни ривожлантириш бўйича вазирлик ва идораларни ўзида мужассамлаштирадиган минтақа даражаси;
- в) муниципал даража кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш бўйича маҳаллий маъмурий бошқарма ва департаментлардан иборат.

Муҳим кичик тизим сифатида кичик тадбиркорликни инфратузилма орқали қўллаб-қувватлаш бўлиб, таркибида:

- кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш минтақавий фондлари ва марказлари;
- бизнес-инкубаторлар;
- технопарклар;
- технологик марказлар;
- ўқув-ишбилармонлик ва ижтимоий-ишбилармонлик марказлари;
- бизнес-марказлар;
- минтақавий ахборот-таҳлил марказлари ва бошқаларни мужассамлаштиради.

Бундан ташқари, ҳозирги шароитда кичик бизнес ушбу тизимга кирадиган кичик бизнесни ривожлантириш ва қўллаб-қувватлаш нодавлат фондлари ҳам аҳамиятлидир. Ҳозирги вақтда кредит ташкилотлари, айниқса, турли минтақалар шароитларига татбиқан кичик тадбиркорлик субъектларини кредитлаш янги дастурлари, жумладан, дотацияли молиялаш ҳам мавжуд бўлган тижорат банклари кичик бизнесни қўллаб-қувватлашда катта роль ўйнамоқда.

“Илмий ва таълим муассасалари, франчайзерлар” кичик тизими ва кичик бизнес ривожланишига таъсир кўрсатувчи бошқа ташкилотлар” да кичик бизнесни қўллаб-қувватлаш тизимига билвосита жалб қилинган, кичик ва ўрта бизнес субъектларига ўз таъсирини ўтказадиган ташкилотлар ҳисобга олинади. Уларга технопарклар, инновацион-технологик марказлар, кичик инновацион корхоналар ва илмий-тадқиқот институтлари негизда шаклланаётган корхоналар тузаётган илмий ва таълим муассасалари киради.

Айниқса, товар муомаласи соҳасида кичик бизнес учун кадрларни ўқитиш, тайёрлаш ва қайта тайёрлашда муҳим ролни тадбиркорларнинг интеллектуал ресурсларини такрор ишлаб чиқаришни таъминлайдиган олий ўқув юртлари ва илмий муассасалар ўйнайди. Савдода кичик бизнесни ривожлантиришга катта таъсирни франчайзер корхоналар кўрсатиб, уларда франчайзерлар ижара, олди-сотди, савдо тадбиркорлиги каби хўжалик субъектларининг шартномавий муносабатларини ташкил қилишнинг мустақил шакли ҳисобланади.

Франчайзинг унсурларидан фойдаланиш савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаси корхоналарининг самарадорлигини оширишга таъсир кўрсатади. Франчайзинг-фирма ўз фаолиятида тўла кафолатга эга, маркетинг тадқиқотлари, ахборот-коммуникацион ва реклама хизматларига катта харажатларни тежайди, хом ашё, материаллар, яримфабрикатлар етказиб берилишида кафолатга эга бўлади ҳамда одатда, юқори малакали мутахассислар фаолиятини ҳисобга олиб, кам хатарга тортилган (Сапожникова, 2009).

Франчайзинг (ёки франшиза) – бу савдо белгисини ва/ёки фирма технологияларини (ташкилий усулларни) бошқа тадбиркорга сотиш ёки вақтинчалик фойдаланишга бериш. Франчайзинг доирасида муносабатлар субъекти сифатида икки шахс иштирок этади. Савдо белгиси ёки технология эгаси франчайзер деб аталади. Франчайзерга тегишли бўлган ҳуқуқлардан фойдаланиш имкониятини сотиб олувчи шахс франчайзи деб аталади. Ушбу жараёнда франчайзер томонидан франчайзига тақдим этиладиган ҳуқуқлар мажмуа си, кўп ҳолларда, франшиза деб аталади.

Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилигига биноан фақат тижорат ташкилотлари ва тадбиркорлик субъектлари сифатида рўйхатдан ўтган фуқаролар франшиза шартномаси иштирокчилари бўлишлари мумкин. Франчайзинг маъноси – муваффақиятли фаолият кўрсатаётган бизнесни кўпайтириш орқали тарқатиш, яъни амалда ҳар томонлама текширилган ва ишини муваффақиятли олиб бораётган корхона имидж ва технологияларини ўзлаштиришдан иборатдир. Франчайзер франчайзига пулли асосда ўз номи, иш услуги, ноу-хау, тажриба, билим, ишлаб чиқариш ва бошқариш технологияларидан фойдаланиш ҳуқуқини беради. Бунда одатда, франчайзер ишни йўлга қўйишда кўмаклашиш, техник ва маслаҳатчилик ёрдамини бериш мажбуриятларини ўз зиммасига олади.

Франчайзи ўз фаолиятини франчайзер савдо белгиси остида олиб борган ҳолда, товар ва хизматлар бозорида унинг обрўсидан фойдаланган ҳолда иш олиб бориш усули ва услублари билан франчайзер каби танилади. Франчайзер доим ягона бўлади. Маълум бир франчайзер билан франшиза шартномалари бўйича ишлаётган франчайзилар эса бир нечта бўлиши мумкин. Ўз ишини яхши ташкил этган франчайзерлар таркибида ўнлаб ва юзлаб франчайзилар фаолият олиб боради, алоҳида вазиятларда эса, бир франчайзернинг франчайзи тармоғи таркибида минглаб корхоналар бўлиши мумкин. Франчайзинг муносабатларида уч турдаги тўловлар мавжуд: кириш бадали, роялти, қўшимча бадаллар.

Кириш бадали франчайзи томонидан кейинчалик ном ишлатилиши учун бирламчи тўлов сифатида амалга оширилади. Тўлов миқдори бизнес қай соҳадалиги, савдо белгиси эгасининг ички стандартлари ва франчайзер ҳошиш ва истакларига боғлиқ. Роялти – франчайзи томонидан савдо маркасини ва иш олиб бориш тизимидан

фойдаланганлиги учун франчайзерга ҳар ойда ёки ҳар чоракда амалга ошириладиган даврий тўловлар. Кўп ҳолатларда роялти франчайзи даромадларидан улуш сифатида белгиланади, аммо баъзида франчайзер даромадга боғлиқ бўлмаган ва аниқ миқдорда белгиланган тўловни тайинлаши мумкин. Қўшимча бадаллар барча шатномада ҳам учрамайди. Бундай тўлов бир маротабали ёки даврий равишда амалга оширилади, одатда бу маблағлар реклама ва PR, жиҳозларни сотиб олишга (агар жиҳоз антиқа ва қиммат бўлса), франчайзердан мол сотиб олиш, франчайзинг тармоғини ривожлантиришга йўллантирилади. Бундан ташқари, франчайзи, франчайзер томонидан шартномада қўйилган шартларга жавоб бериш учун ўз ривожланишига инвестиция қилиши керак.

Ўзбекистонда франчайзинг ривожланишига тўсқинлик қилаётган омиллардан асосийси – тақдим этилаётган франшиза ҳамда турли давлатларда франчайзинг бўйича олиб борилаётган чора-тадбирлар ҳақидаги маълумотларнинг етишмаслигидир. Ҳар йилда дунёнинг кўп мамлакатларида франчайзинг тизими иштирокчиларига тажриба алмашиш ва янги билимларга эга бўлиш имкониятини берувчи франчайзинг бўйича кўргазмалар ўтказилади, истиқболли инвесторлар – франчайзи иштирокида турли анжуман, семинар ва бошқа тадбирлар ташкил этилади. Мамлакатимизда ўз савдо белгисини Ўзбекистонда ҳам, қўшни давлатларда ҳам, шу жумладан, франчайзинг асосида ривожлантираётган компаниялар мавжуд. Бизнинг фикримизча, бу ҳали бошланиши холос. Мамлакатимиз тадбиркорлари бизнесни ривожлантиришнинг янги, ностандарт қарорлари талаб этилаётган босқичга етиб келишди. Бундай қарорларнинг бири сифатида франчайзингни кўриш мумкин. Бунинг учун иқтисодий ва ҳуқуқий заминлар аллақачон мавжуд.

Бугунги кунда миллий истеъмолчиларнинг талаблари етарли даражада хилма-хил ва доимий равишда ўзгармоқда. Ушбу ўзгаришларни англаш, улардан чакана савдо тармоғи корхонасига садоқатли муносабатни шакллантириш мақсадида фойдаланиш – маркетингнинг муҳим вазифасидир. Унинг қарори маркетинг воситалари кўплаб йўналишларини ишлаб чиқишни, яъни диверсификациялашдан фойдаланишни кўзда тутади.

Мижозлар билан самарали ҳамкорликни таъминлаш учун кучларни диверсификациялаш зарур, чунки харидорлар энг кенг тавсифлар – харид тўғрисида қарорлар қабул қилиш усуллари, тўлов имкониятлари, талаблар, интилишлар билан фарқланади. Яъни содиқликни ошириш бўйича ишлар ҳар бир истеъмолчига қаратилган бўлиши лозим – маркетингнинг асосий таркибий қисмлари истеъмолчиларнинг оммавий онгига таъсир кўрсатади, содиқлик эса уларнинг якка афзаллигидан келиб чиқади.

Савдода кичик корхоналарнинг амал қилиши ҳозирги шароитида инфратузилма қўллаб-қувватлаши ва унинг ривожланиши давлат молиявий, моддий-техника ва ахборот ресурсларидан фойдаланиш имтиёли шароитлари кўзда тутилиши ҳамда фаолиятни рўйхатга олиш ва лицензиялаш соддалаштирилган тартибини белгилаш зарур. Бу эса аҳолига савдо хизмати кўрсатишни ривожлантириш ва кенгайтиришга олиб келади.

Кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш тизимининг ташкилий блокига кичик корхоналарнинг амал қилиш дастурларини яратиш ва шакллантириш унсурлари киради. Кичик тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш усулларини таъсир кўрсатишнинг турли усуллари (бевосита, билвосита) каби фарқланувчи уларнинг таъсири ва мазмунан йўналиши бўйича гуруҳлаш зарур. Бюджет молиялаши, субвенциялар, қайтарилмайдиган кредитлар ва бошқалар бевоситага киради, солиқ сиёсати, имтиёзлар ва бошқалар билвоситага киради.

Давлат томонидан кичик тадбиркорлик аниқ воситаларига асосий йўналишлар бўйича қуйидагилар киритилади:

- молия-кредит қўллаб-қувватлаши (мажбуриятлари бўйича кафолатлар тақдим этиш);

- кичик бизнес субъектларини харажатлар, қарзлар ва микроқарзлар маълум қисмини қоплаш учун субсидиялар билан таъминлаш;

- давлат мулкidan фойдаланишда ва (ёки) эгалик қилишга ўтказишни ўз ичига оладиган мулкый, шу жумладан, кўчмас, қайтариладиган, қайтарилмайдиган асосда ёки имтиёзли шартларда қўллаб-қувватлаш;

- ахборот-маслаҳат марказлари орқали ахборот қўллаб-қувватлаши;

Мижозлар билан самарали ҳамкорликни таъминлаш учун кучларни диверсификациялаш зарур, чунки харидорларнинг кенг тавсифлари – талаблари, интилишлари, тўлов имкониятлари, харид ҳақида қарор қабул қилиш усуллари билан фарқланади. Яъни содиқликни ошириш бўйича ишлар ҳар бир истеъмолчига қаратилиши зарур – маркетингнинг асосий унсурлари истеъмолчиларнинг оммавий онгига таъсир кўрсатади, содиқлик эса уларнинг якка афзал кўришларидан вужудга келади.

Шуни таъкидлаш жоизки, савдо тармоғи истеъмолчиларининг садоқатини ошириш учун маркетинг воситалари жуда турли-туман ва кўчилик тадқиқотчилар истеъмолчилар садоқатини шакллантириш дастурларига эклектик равишда киритилади. Шу сабабли содиқлик дастурининг шаклланишини белгиловчи омилларга умумий кўринишда қараш мақсадга мувофиқ бўлиб, улар турли кўринишларда савдо тармоғи аниқ корхонасига истеъмолчилар ишончини шакллантириш бўйича кучларни диверсификациялашда ҳар бир соҳада амалга оширилади.

Харидорлар содиқлигини шакллантиришга таъсир кўрсатувчи омиллар қуйидагилар:

1. Мижозлар томонидан иккиламчи харидларларнинг жадаллаштирилиши маркетинг тадқиқотлари билан амалга оширилади, аксинча эмас. Аввало, содиқлик бўйича мутахассислар харидорларни иккиламчи харидга рағбатлантириш учун фақат мукофотлар етарли бўлади, деб таъкидлашади. Бугунги кунда содиқлик дастурларига амалда барча чакана савдо тармоқлари эга бўлади, шу сабабли истеъмолчилар ҳамма жойда бонусларни йиғишлари мумкин. Шу билан боғлиқ равишда, бошида ўз мижозлари ҳақида ахборотлар тўлашлари, уларнинг эҳтиёжларини аниқлашлари ва савдо амалиётига зарурий ўзгаришларни жорий қилишлари тақозо этилиб, бу уларни ҳақиқий садоқатли қилиши мумкин.

2. Мақсадли аудиторияни шакллантириш ва ажратишга тортилган ёндашув. “Энг яхши мижоз” профилини шакллантириш ва истеъмолчиларни берилган кўрсаткичлар билан банд қилиш талаб этилади.

3. Харидорларнинг қониқувчанлик даражасини ошириш. Қониқувчанлик омили жуда муҳим. Аммо қониқиш даражаси содиқлик даражасига мос келмайди. Харидорнинг юқори қониқувчанлик даражаси харидорларнинг садоқатини тарбиялаш учун керак, аммо айни вақтда қониққан харидор садоқатли дегани эмас.

4. Камроқ фойдали харидорларнинг режалаштирилган сараланиши. Одатда янги харидорларни кўлга киритиш учун ёмон харидорлардан қутулиш кўпроқ фойдали. «Cherry pickers», деб номланган харидорлар – бу фақат чегирма билан харид қиладиган харидорлар паст харажатли бошқа истеъмолчилар сингари фақат қўшимча харажатлар келтиради. Ф.Котлярнинг фикрича, катта харажат сарфлайдиган 20% истеъмолчилар 80% фойда келтиради, келтирилган статистика маълумотлари бўйича эса 30% кам харажатли бошқа, фойдали харидорлар келтирадиган фойданинг 50% гачасини кам харажатлар билан қоплайди.

5. Мижознинг ҳаётий цикли муддатини узайтириш. Мижознинг ҳаётий цикли муддати харидор содиқлигини баҳолашда муҳим кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Бунда ҳисоб-китобларда нафақат ҳақиқий муддат, балки потенциал, кутилаётган

муддат ҳам ҳисобга олинади. Бу содиқлик дастури ишлайдими-йўқми, аниқлаш мумкин бўлган омилдир. Садоқат дастури ёрдамида фойдали мижозларни танлаган ҳолда, улар билан бевосита ишлаш – ижтимоий, демографик ва бошқа хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда уларнинг эҳтиёжларини қондириш ва шу тариқа мижознинг имкон қадар узоқроқ ушлаб туриш мумкин.

6. Ўзаро ишончга асосланган мижоз билан муносабат. Одатда асосий унсур – ишонч бўлиб, яхши хизмат кўрсатиш, хатоларни тез тузатиш, сўзининг устидан чиқиш ва сифатни кафолатлаш орқали қозонилади, аммо бу ҳар доим ва барча мижозлар билан бўлавермайди.

7. Адолатли нарх сиёсати. Агар юқори нарх эвазига ушбу дўкондан берилган хизмат кўрсатиш даражасида мижозлар сегментини ажратиш мумкин бўлса, уларга арзон товарларни мўлжаллаган харидорларни жалб қилишга уринмаган ҳолда, ушбу нархларни таклиф қилиш маънога эга бўлади. Ф.Котлерга кўра, асосий маҳсулотлар нархини сезиларли пасайтириш йўли билан янги мижозларни жалб қилиш амалиёти хато ҳисобланади. Бу “кичик чўнтак тузоғи” га олиб келиши мумкин (Котлер, 2006). Бошқа кенг тарқалган хато харидорларни “чегирма савдолар” ва юқори чегирмали савдолар билан оғдириб олишга уриниш ҳисобланади. Маълум мижозлар сегменти остида чакана нархларни тузиш кўпроқ самаралидир.

8. Садоқат дастури ва рақобат. Содиқлик мақбул дастури маълум мижозлар ёки мижозлар гуруҳи билан товарлар партиясининг мунтазам харидлари ўртасида алоқадорликни ўрнатиш имконини беради. Мижозлар нимани афзал кўришини аниқ билган ҳолда рақибларнинг ҳаракатларига қарши чора кўриш зарур.

9. Товар позициялари номенклатурасини кенгайтириш. Маълумки, содиқ мижозлар тез-тез харид қиладилар, шу сабабли улар томонидан олинadиган товарлар мунтазам хилма-хилликда ва етарли миқдорда бўладиган вазиятни яратиш лозим.

10. Мерчандайзинг афзалликларидан фойдаланиш. Мерчандайзингнинг асосий тамойиллари нарх ва ассортимент сиёсатига кўшимча равишда мавжуд истеъмолчиларнинг содиқлик муддатларини ошириш ва янгиларини жалб қилиш учун қуйидаги тамойилларга асосланган мерчандайзинг усуллари тўпламидан тўлиқ фойдаланиш зарур (Парамонова, 2003):

а) умумқабул қилинган хулқ-атвор қоидаларига риоя қилиш тамойили савдо майдонига ташриф буюрувчилар тасаввурига таъсирнинг мерчандайзинг воситалари орқали жамиятнинг маънавий қадриятларига ва бизнес юритишнинг ахлоқий мезонларига мувофиқлигини кўзда тутати;

б) дўконички муҳитнинг харидорнинг руҳий хусусиятларига мослиги тамойили;

в) савдо майдонига ташриф буюрувчилар хулқ-атворини олдиндан билиш тамойили савдо майдонидаги вазиятнинг доимийлиги, яъни харидорлар ҳаракатланиши ва асосий товарлар гуруҳларининг жойлашуви доимий йўналишлари ҳақида тасаввур уйғотиш зарурлигини кўзда тутати;

г) мижозлар кутишларига мувофиқлик тамойили товар позицияларини қабул қилишга маҳсулотларнинг жойлаштирилиши ва жойлашган ўрнининг мазмуни доирасида берилadиган потенциал харидорларнинг кутишлари катта таъсир кўрсатади, деган қоидага таянади;

д) ривожланишнинг доимийлиги тамойили шундан келиб чиқадикки, дўконда ўзгариш бўлмаганда, доимий ўзгарувчилар энг кўзғатувчи омил ҳисобланади. Мижозларнинг доимий кутишлари чегараларида ўзгаришлар юз бериши учун ҳатто бу пештахта рангининг ўзгариши бўлганда ҳам, мувозанатни сақлаш зарур. Ушбу мерчандайзинг асосий тамойиллари харидорлар ва савдо нуқтаси ўртасида барқарор ўзаро муносабатларни шакллантиришга олиб келади (Федько, 2006).

Таҳлил ва натижалар муҳокамаси.

Илм-фан, таълим ва саноатни интеграциялаш тамойили қўшма инвестицион, инновацион ва таълим лойиҳаларини амалга оширадиган таълим, илмий ва саноат ташкилотлари кооперациясини ривожлантириш учун мустаҳкам асос яратади. Географик жиҳатдан маҳаллийлаштирилган ва ўзаро боғланган корхоналар гуруҳини, ускуналар, бутловчи буюмлар, ихтисослашган хизматлар етказиб берувчилари, инфратузилма, илмий ва ўқув юртлари, бир-бирини тўлдирувчи ва алоҳида компаниялар рақобат устунликларини кучайтирадиган бошқа ташкилотларни ўзида мужассамлаштирган саноат кластерлари ва умуман, кластерлар кооперациянинг такомиллашган шакли ҳисобланади. Кластерга кирадиган корхоналарнинг ўзаро таъсири – бу кооперация ва рақобатнинг уйғунлигидир. Кластерларнинг ривожланиши энг юқори синергик самарани беради ва инвестициялар жалб қилиш учун қулай муҳит, янги технологиялар жорий қилинишини, маҳсулот таннархининг пасайиши ва унинг рақобатбардошлиги ортишини таъминлайди.

Кластерлар каби тармоқлараро кооперациянинг ривожланишига ЭИЗ, КСЗ ва технопарклар ҳам ёрдам бермоқда. Ўзбекистонда 2025 йил 1 январь ҳолатига кўра, жами 25 та махсус иқтисодий зона (МИЗ), 416 та кичик саноат зонаси (КСЗ), 23 та технопарк ҳамда 433 та кластерлар мавжуд бўлиб, уларнинг таркибидаги корхоналар сони махсус иқтисодий зоналарда 1071 тани, кичик саноат зоналарида 3331 тани, технопаркларда 2637 тани, ва кластерларда 456 тани ташкил этди (1-жадвал).

Маҳаллий хом ашёни қайта ишлашни амалга оширадиган ишлаб чиқариш кластерларининг ривожланиши минтақаларда иқтисодий ўсишни ошириш учун ресурсларни ҳаракатлантириш йўлларида бири ҳисобланади. 2024 йил натижаларига кўра, энг кўп кластерлар Қорақалпоғистон Республикаси (60 бирлик), Бухоро (43 бирлик), Андижонда (38), Сурхондарё (39 бирлик), Хоразм (30 бирлик) вилоятларида фаолият кўрсатмоқда.

1-жадвал

2025 йил 1 январь ҳолатига кўра ҳудудлар кесимида махсус иқтисодий зоналар, кичик саноат зоналари, технопарк ва кластерлар сони, бирликда

	Жами	Шу жумладан:			
		МИЗ	КСЗ	технопарк	кластер
Ўзбекистон Республикаси	864	25	416	23	433
Қорақалпоғистон Республикаси	88	3	16	1	60
вилоятлар:					
Андижон	59	3	20	1	38
Бухоро	65	1	32	2	43
Жиззах	65	2	24	1	30
Қашқадарё	51	2	32	1	30
Навоий	69	1	13	1	40
Наманган	93	2	42	2	31
Самарқанд	68	1	39	1	31
Сурхондарё	72	2	41	1	39
Сирдарё	47	2	15	1	23
Тошкент	43	4	47	1	26
Фарғона	73	1	64	2	12
Хоразм	61	1	23	6	30
Тошкент ш.	10	-	8	2	1

Манба: Республикаси давлат статистика қўмитасининг “Ўзбекистон Республикасида махсус иқтисодий зона, кичик саноат зонаси, технопарк ва кластерлар фаолияти” (2022).

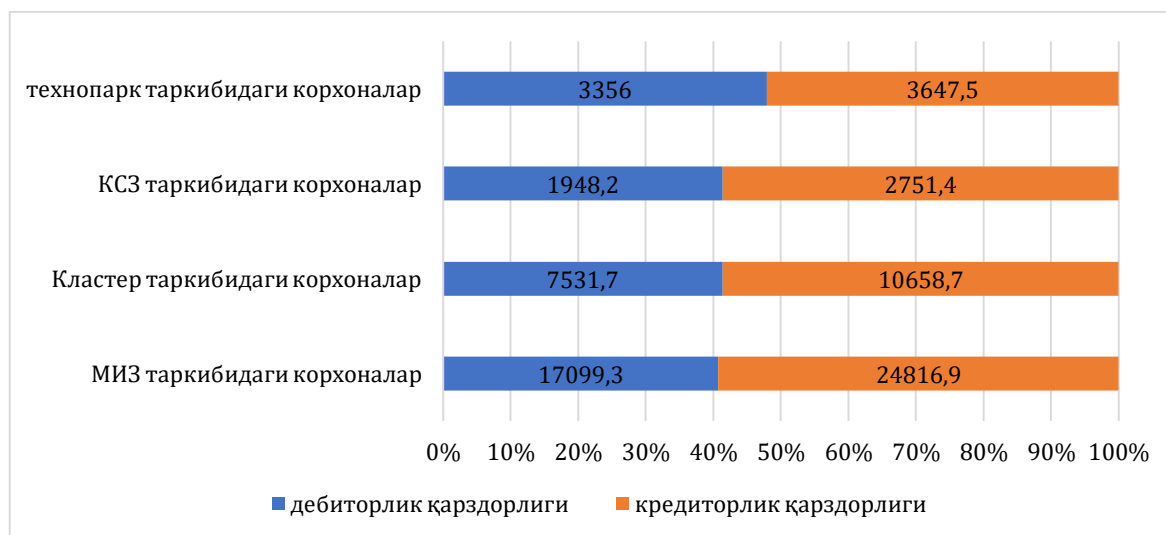
2024 йилда sanoat maхsuloti ishlab чиқариш ҳажми жами 97229,3 млрд.сўмни (2023 йилда , 62716,8 млрд.с.) ташкил қилди, шундан: МИЗ да 44182,5 млрд.сўмни (37769,2 млрд.с.), КСЗ да 15294,3 млрд. сўмни (9505,6 млрд.с.), технопаркда 1379,9 млрд.сўмни (910,4 млрд.с.) ва кластерларда 36372,6 млрд.сўмни (31794, млрд.с.) ташкил қилди. Энг юқори кўрсаткич махсус иқтисодий зоналар ҳиссасига тўғри келмоқда. Бу юқорида келтирилган тузилмалар орасида энг юқори кўрсаткични ташкил этади.

2024 йилда МИЗ, КСЗ, технопарк ва кластерлар таркибига кирувчи корхоналар томонидан ўз кучи билан бажарилган қурилиш ишлари ҳажми жами 1068 млрд.сўмни ташкил этди, шундан, МИЗ да 198,2 млрд.сўмни, КСЗ да 292,7 млрд.сўмни, технопаркларда 554,5 млрд.сўмни ҳамда кластерларда 22,6 млрд.сўмни ташкил қилди. Энг юқори кўрсаткич техноарклар таркибидаги корхоналар ҳиссасига тўғри келган бўлиб, 554,5 млрд.сўмни ташкил этган.

2024 йилда МИЗ, КСЗ, технопарклар ва кластерлар таркибига кирувчи корхоналар томонидан молиялаштиришнинг барча манбалари ҳисобидан асосий капиталга инвестициялар ҳажми жами 22867 млрд.сўмни ташкил қилди (2023 йилда 4801,6 млрд.с.), шундан: МИЗ да 16511,5 млрд.сўмни (мос равишда, 6269,6 млрд.сўм), КСЗ да 2139,7 млрд.сўмни (1038,6 млрд.с.), технопарк 538,0 млрд.сўмни (681,0 млрд.с.) ва кластерларда 3677,8 млрд.сўмни (3584,3 млрд.с.) ташкил этди.

Фойда солиғини тўлагунга қадар фойда (зарар) (-) миқдори жами 8382,3 млрд.сўмни (2023 йилда 6191,6 млрд.сўмни) ташкил қилди. Шундан: МИЗ да 1745,5 млрд.сўмни (1177,4 млрд.сўм), КСЗ да 659,3 млрд.сўмни (639,3 млрд.сўм), технопаркда 5364,9 млрд.сўмни (3876,9 млрд.сўм) ва кластерларда 612, 6 млрд.сўмни (498,0 млрд.сўм) ташкил этди.

2025 йил 1 январь ҳолатига кўра, дебитор қарздорлик миқдори жами 29935,2 млрд.сўмни (2023 йилда 19701,6 млрд.с.) ташкил қилди, шундан: МИЗ да 17099,3 млрд.сўмни (мос равишда, 9754,6 млрд.с.), КСЗ да 1948,2 млрд.сўмни (1760,3 млрд.с.), технопарк 3356,0 млрд.сўмни (2272,6 млрд.с.) ва кластерларда 7531,7 млрд.сўмни (5914,1 млрд.с.) ташкил этди (1-расм).



1-расм. МИЗ, КСЗ, технопарк ва кластерлар таркибига кирувчи корхоналарнинг 2025 йил 1 январь ҳолатига кўра, дебиторлик ва кредиторлик қарздорлиги, млрд сўмда

Манба: Республикаси давлат статистика қўмитасининг “Ўзбекистон Республикасида махсус иқтисодий зона, кичик sanoat зонаси, технопарк ва кластерлар фаолияти” (2022).

Кредиторлик қарздорлиги миқдори жами 41874,5 млрд.сўмни (23793,2 млрд.с.) ташкил қилди, шундан: МИЗ да 24816,9 млрд.сўмни (10759,5 млрд.с.), КСЗ да 2751,4 млрд.сўмни (2518,6 млрд.с.), технопарк 3647,5 млрд.сўмни (2731,7 млрд.с.) ва кластерларда 10658,7 млрд.сўмни (7783,4 млрд.с.) ташкил этди.

Ёрдам кўрсатиш мақсадида компанияларга корхоналар, харидорлар ва буюртмачилар ўртасида ишончли шериклик муносабатларини йўлга қўйишда 2019 йилда Ўзбекистон Республикаси электрон кооперацион биржа портали - www.cooperation.uz очилди (Қарор, 2019). Ҳозирги вақтда унда 91487 та иштирокчи, Каталогда эса 167,8 мингдан ортиқ маҳсулот турлари рўйхатга олинган. Портал пандемиянинг беқарор даврида барқарорлаштирувчи таъсир кўрсатди ва мижозларнинг узоқ муддатли фаолиятини самарали режалаштириш ва ташкил қилиш имконини берди. У харажатларни қисқартириш ва маблағларни ишлаб чиқаришни кенгайтиришга йўналтиришга ёрдам беради, етказиб бериш занжирини шакллантиришнинг қулай воситаси, фойдали иқтисодий ахборотларнинг манбаи ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 9 июндаги ПФ- 6244-сонли “Худудларнинг саноат салоҳиятини оширишга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармонида 2022-2026 йилларда маҳаллий саноат тармоқларини жадал ривожлантириш ва экспорт салоҳиятини ошириш дастурини ишлаб чиқиш, худудларда кичик саноат зоналарини ва саноат кластерларини ишга тушириш, кичик саноат ва махсус иқтисодий зоналар имкониятларидан самарали фойдаланишни ташкил этиш вазифалари белгилаб берилди.

Саноат кластери инфратузилмаси таркибига саноат кластери иштирокчи-ходимларини касбга ўқитиш ва қўшимча таълим беришни амалга оширадиган камида битта олий таълим муассасаси ва битта ўрта касб-хунар таълими муассасасининг кириши саноат кластерига нисбатан рағбатлантириш чораларини қўллаш учун зарурий шароитлардан бири ҳисобланади.

Хулоса ва таклифлар.

Шундай қилиб, иқтисодиётнинг савдо соҳасида кичик тадбиркорлик ривожланишининг ташкилий-иқтисодий механизми кичик тадбиркорлик субъектлари муваффақиятли фаолияти учун муҳим шароит ҳисобланади. Шу каби механизмларнинг шаклланиши кам тараққий этган минтақалар даражасида кўпроқ талаб қилинган. Иқтисодий жарималар ва озиқ-овқатлар импорти ўрнини босиши шароитида улар фаолиятини тартибга солиш ва давлат қўллаб-қувватлашининг кучайишини ҳисобга олиб, савдода кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлашнинг ташкилий-иқтисодий механизмини янада ўрганиш ва ишлаб чиқиш зарур. Содиқлик дастурини шакллантириш бўйича маркетинг воситаларидан фойдаланиш натижасида корхоналар бизнес стратегиясини “сотиш стратегияси” дан (иложи борича бозор имкониятларидан фойдаланиш ва хавфлардан қочиш) “мижозга йўналтирилган” стратегияга (мижозларга яқинлашиш ва ўзаро қадриятга эга бўлиш) ўзгартиришлари мумкин. Бугунги кунда ҳар қандай бизнес муваффақиятли бўлиши учун товар атрофида эмас, мижоз атрофида қурилиши зарур.

Кичик инновацион тадбиркорликни давлат томонидан қўллаб-қувватлаш самаралироқ механизмларига қуйидагиларни киритиш мақсадга мувофиқ:

- дастурий-мақсадли; қатор қонунчилик ва меъёрий-ҳуқуқий таъминланишини ўз ичига оладиган ташкилий-ҳуқуқий ва функционал-ресурсли;
- ташқи иқтисодий фаолиятга жалб қилишда кўмаклашиш; йирик ва кичик корхоналар ўртасидаги ўзаро алоқаларни мустаҳкамлаш.

Адабиётлар / Литература/Reference:

Bankers.uz. (2023). Бизнесни ривожлантириш банки фаолиятининг устувор йўналишларига бағишланган матбуот анжумани ўтказилди — фото. [online] Available at: <https://bankers.uz/news/1316>

Porter M. (2012) *The Essential Guide to Competition and Strategy*. Magretta, Joan. Boston: Harvard Business School Publishin.

Абулқосимов Ҳ.П., Қулматов А. (1997) *Тадбиркорлик сермашаққат фаолият.*//Иқтисод ва ҳисобот, 9-сон, Б.9.

Гамидуллаев Р.Б. (2012) *Анализ механизмов государственной поддержки малого инновационного предпринимательства // Изв. Пензенского государственного педагогического университета им. В.Г. Белинского. №28. 297 с.*

Гафуров У.В. (2017) *Кичик бизнесни давлат томонидан тартибга солишнинг иқтисодий механизмларини такомиллаштириш.* /Дисс.автор.эф.иқт.фан.докт.-Т., 30 б.

Кейнс Дж.М. (2007) *Общая теория занятости, процента и денег. Избранное.* –М.: Эксмо, 960с.

Котлер Ф. (2006) *Маркетинг менеджмент. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук.* – СПб: Питер,– 464 с.

Кулик Н.А., Онищенко Л.Г. (2010) *Государственная поддержка малого бизнеса в России // Сибирский торгово-экономический журнал. № 11. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-podderzhkamalogo-biznesav-rossii.*

Қарор (2019) *Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2019 йил 30 сентябрдаги 833-сонли “Саноат ярмакарлари ва электрон-кооперацион биржалар фаолиятини ташкил қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори.*

Медведев К.А. (2012) *Современные механизмы поддержки малого и среднего предпринимательства // Экономика, государство, общество: электронный журнал научных публикаций. URL: http://ego.uara.ru/ru-ru/issue/2012/04/03.*

Муфтайдинов Қ. (2004) *Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари.*/Дисс.автор.эф. иқт.фан.док-ри. –Т., -18 б.

Норт Д.К. (1997) *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики.* –М.: Фонд экономической книги «Начала», -180 с.

Парамонова Т.Н. (2003) *Маркетинговые аспекты деятельности розничного торгового предприятия [Электронный ресурс]: Дис. р. д-ра экон. Наук: 08.00.05. – М.: РГБ, (Из фондов Российской Государственной библиотеки).*

Сапожникова С.М. (2009) *Торговое предприятие малого бизнеса в условиях финансового кризиса // Управление торговлей: теория, практика, инновации. М.: С. 290-293.*

Смит А. (1866) *Исследования о природе и причинах богатства народов в 3-х тт. Т.1. - 496с.*

Статистика Қўмитаси (2022) www.stat.uz//Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитасининг “Ўзбекистон Республикасида махсус иқтисодий зона, кичик саноат зонаси, технопарк ва кластерлар фаолияти” (2022 йил январь-декабрь). –Т.:Б.3

Федько В.П. (2006) *Мерчандайзинг и семплинг. / В.П. Федько, В.А. Бондаренко. – Ростов-н/Д: Март,– 304 с.*

Шумпетер Й.А. (2007) *Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия.*Эксмо, 540с.