

KICHIK BIZNESNI YIRIK BIZNESGA TRANSFORMATSIYASI

Xursanaliyev Boburmirzo Farhod o'g'li

Qo'qon universiteti ilmiy tadqiqot bo'lim boshlig'i

boburmirzo04@gmail.com

***Annotatsiya.** Kichik biznes iqtisodiy hayotiylik, yangi ish o'rinlari yaratish va innovatsiyalarni rag'batlantirish uchun muhim ahamiyatga ega, ammo barchasi bir xil darajada rivojlanmaydi. Taxminan 20% birinchi yil ichida inqirozga duch keladi, bu esa muammolarni ta'kidlaydi. Kichik biznesning yirik korxonalariga aylanishi strategiyalari organik yoki sotib olishga asoslangan ichki o'sishni va xalqarolashtirish yoki tarmoqlanish orqali tashqi o'sishni o'z ichiga oladi. Organik o'sish strategiyalari mijozlarga yo'naltirilganlik, brend yaratish, diversifikatsiya, operatsion samaradorlik va innovatsiyalarni o'z ichiga oladi. Skott va Bryusning besh bosqichli modeli strategik tahlil va muammolarni oldini olish haqida tushuncha beradi. Ushbu bosqichlarni tushunish tadbirkorlarga qiyinchiliklarni engib o'tishga va barqaror o'sishni ta'minlashga yordam beradi, kichik biznes rivojlanayotgan iqtisodiyotni shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynashini ta'minlaydi.*

***Kalit so'zlar:** Mehnat byurosi, kichik biznes, jahon iqtisodiy inqirozlari, marketing, innovatsiyalar va operatsion samaradorlik.*

Kichik biznes har qanday iqtisodiyot rivojlanishining, yangi ish o'ringlarini yaratilishining, raqobat muhiti yaratilishining, innovatsiyalar paydo bo'lishining va biznes muhiti shakllanishining asosi sifatida xizmat qiladi. Turli jahon iqtisodiy inqirozlarining vujudga kelishi orqali yirik kompaniyalarning ham inqiroziga sabab bo'lgan davrlarda kichik bizn es subyektlarining mavjudligi iqtisodiyotlar uchun qay darajada muhim ekanligini ko'rish mumkin. Lekin barcha kichik biznes subyektlari ham birdek rivojlanavermaydi. AQShning Mehnat Byurosi tadqiqotiga ko'ra taxminan 20% kichik biznes subyektlari dastlabki yilning o'zidayoq inqirozga duch keladilar. Tashkil etilgan subyektlarning faqatgina yarmi yashab qolishlari mumkin.

Kichik biznesning katta biznes turiga aylanishi bir necha turdagi strategiyalar orqali amalga oshiriladi. Odatda ular ikki turga bo'linadi: ichki o'sish (organik va sotib olish) va tashqi o'sish (xalqarolashish yoki bir necha filiallar tashkil etish). Organik o'sish bu korxonalar boshqa korxonlarni sotib olish yoki tashqi manbaalarga tayanish bilan emas, balki tabiiy ravishda rivojlanishi va katta korxonalarga aylanishi tushiniladi. Bunga kichik korxonalar bir nechta strategiyalarni qo'llash orqali erishadilar:

- Istemolchilar fikrini doimiy o'rganish: Mahsulot yoki xizmat xarid qilishdan mamnun insonlar korxonaga sodiq bo'lishadilar va atrofdagilarni ham ushbu maxsulotni sotib olishga ishontiradilar. Mijozlarga yaxshi xizmat ko'rsatish, tajriba va yuqori sifatli mahsulot yoki xizmatlarni taqdim etish organik o'sishga yordam beradi.

- Kuchli brendni yaratish: Kuchli brendni yaratish yangi mijozlarni jalb qilish va biznesni boshqa biznes turlariga nisbatan farqlaydigan xususiyatni yaratishga yordam beradi. Bunga samarali marketing, izchil brending va reklama harakatlari orqali erishish mumkin.

- Mahsulot yoki xizmat takliflarini kengaytirish: Taklif etilayotgan mahsulot yoki xizmatlar assortimentini diversifikatsiya qilish yangi mijozlarni jalb qilish va mavjudlaridan sotuvlarni oshirishga yordam beradi. Bu bozordagi bo'shliqlarni aniqlash, bozor tadqiqotlarini o'tkazish va sanoat tendentsiyalaridan xabardor bo'lish orqali amalga oshirilishi mumkin.

- Operatsion samaradorlikni oshirish: biznes jarayonlarini soddalashtirish, xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish rentabellikni oshirishga yordam beradi va o'sish uchun imkoniyat yaratadi. Kichik korxonalar texnologiyaga sarmoya kiritish, xodimlarni o'qitish va ta'minot zanjiri boshqaruvini optimallashtirish orqali bunga erishishlari mumkin.

- Marketing va sotishga xajmini oshirish: samarali marketing strategiyalari va yangi sotish usullari korxonaga sotuv xajmini ortishiga xizmat qiladi. Ya'ni yangi sotish usullari raqamli marketing kanallaridan foydalanish yoki reklama kompaniyalari bilan hamkorlikni yo'lga qo'yishni o'z ichiga olishi mumkin.

- Innovatsiyalar va moslashuvchanlikni qo'llab-quvvatlash: kichik biznes xususiyatlaridan biri o'zgaruvchan bozor sharoitlariga va xaridorlar talablariga

moslashishdir. Korxonada innovatsiyalarni rag'batlantirish, sanoatning yangi tendensiyalaridan xabardor bolish organik o'sishga yordam beruvchi omil hisoblanadi.

Umuman olganda, organik o'sishga erishish strategik rejalashtirish, mijozlarga yo'naltirilganlik, operatsion mukammallik va moslashuvchanlikni talab qiladi. Ushbu sohalarga e'tibor qaratish orqali kichik biznes bozor cheklovlarini yengib o'tishlari va uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishishlari mumkin.

Olimlar (Skott va Bryus, 1987 yil) har qanday tashkil etilgan biznes shakllarini asosiy beshta bosqichni birin – ketin bosib o'tishlari natijasida paydo bo'lgan to'siqlarni yengib o'tadilar yoki aksincha biznes subyekti inqirozga yu z tutadi. Turli modellar kichik biznesning rivojlanish bosqichini turlicha talqin qiladilar. Amalda kichik biznes rivojlanishining har bir bosqichi kichik biznes rivojlanishining alohida istiqboli sifatida qaraladi. Bu bosqichlar agar biznes egasi kichik tadbirkorlik subyektini yanada rivojlantirish va duch kelishi mumkin bo'lgan muammolarni oldini olishni istasa, ushbu bosqichlar biznes subyekti faoliyatini tahlil qilish uchun yordam beradi.

Kichik biznes subyekting paydo bo'lishi. Ushbu bosqichda har qanday biznes tashkiloti o'zining mavjudligini bozorga o'rnatish va maxsulot yaratishdan boshlaydi. Shuningdek tashkilot hodimlari shakllanadi, bozorga kirish strategiyalari tanlanadi hamda mijozlar ishonchini oqlash uchun harakat qilishadi. Bundan tashqari korxonada xodimlar soni yetarli emas va shuning uchun vazifalarni topshirish uchun katta imkoniyatlar mavjud emas. Biznes strategiyasi hozirgi qiyinchiliklarga duch kelgan holda uzoq muddatli omon qolishga qaratilgan.

Kichik biznesni omon qolish bosqichi. Ushbu bosqichda kichik biznes subyektlari bozorda o'z o'rnini barqarorlashtirishga harakat qiladi. Buning asosiy sababi shundaki, savdo xajmining ortishi bilan murakkabliklar ham ortib boradi ((Scott and Bruce, 1987). Shuning uchun tadbirkorlar bu davrda tizimli yondashuvni yo'lga qo'yishlari va munosib boshqaruvni yo'lga qo'yishlari lozim. Shundagina yosh tadbirkorlik subyektlari bozorda omon qolishlari yoki aksincha faoliyatni to'xtatishga majbur bo'ladilar.

Kichik biznes muvaffaqiyat bosqichi. Kichik biznes faoliyatining muvaffaqiyhati nima bilan o'lchanadi? Biznesning kengayishimi yoki barqaror daromadga ega bo'lishimi? Kichik bosqichda muvaffaqiyat deb ataladigan kichik bosqichda biznes

yaxshi iqtisodiy sog'likka erishadi, u etarlicha katta va bozorga kirish barqaror darajada (Churchill va Lyuis, 1983). Shuningdek, tadbirkorlar mijozlar talablarini o'rganish orqali, mahsulot va xizmatlar sifatlarini oshirishga asosiy e'tiborni qaratishadi. Lekin muvaffaqiyat bosqichida tadbirkorda qo'shimcha operatsion tajriba hamda strategik fikrlash yetarli darajada emasligi faoliyatni kengaytirish uchun to'sqinlik qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Khursanaliev.B(2023). THE IMPACT OF POPULATION GROWTH ON THE COUNTRY'S ECONOMIC DEVELOPMENT. QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI-1, 8-11.
2. Boburmirzo, K., & Boburjon, T. (2022). Exchange rate influence on foreign direct investment: empirical evidence from cis countries. *International Journal Of Management And Economics Fundamental*, 2(04), 19-28.
3. Xursanaliyev.B(2023).KICHIK VA YIRIK BIZNES BOSHQARISHNING ILG'OR XORIJIY TAJRIBALARI. QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI-7, 28-30.
4. Boburmirzo, X., & Abbasxon, Y. (2022, March). O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA KICHIK BIZNES FAOLIYATINING RIVOJLANISH TAHLILI. In E Conference Zone (pp. 168-170).
5. Xursanaliyev, B. (2022). KICHIK BIZNESNING RIVOJLANISH FENOMENI. Xorazm Ma'mun akademiyasi xabarnomasi.
6. Nazarali o'g'li, M. S. (2023). SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES (SMES) IN ASIAN NATIONS CAN BENEFIT FROM FINTECH'S EFFICIENT SOLUTIONS. *World Economics and Finance Bulletin*, 23, 122-124.
7. Nazarali o'g'li.M.S, &Farhod o'g'li.X.B.(2023)O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES RIVOJLANISH TENDENSIYASI. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI* 258-260.
8. Nazarali, M. S. (2023). GOOGLE HRM FUNKSIYALARI HODIMLARGA QOYGAN TALABLARI VA YARATGAM SHAROITLARI HRM DAGI ISHLARINING TAXLILI. *Innovations in Technology and Science Education*, 2(8), 1422-1431.