

INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

THE INNOVATION ECONOMY

Electronic Scientific and Practical Journal



2025 / 4



@QMI_Institut



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225 - uy



www.kstu.uz
www.ojs.qmii.uz

INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

3-jild
4-son
sentabr, 2025

September 2025
Volume 3
Number 4

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

THE INNOVATION ECONOMY
Electronic Scientific and Practical
Journal

INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.qmii.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi o'rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qarshi davlat texnika universiteti

Mas'ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Qarshi davlat texnika universiteti

Texnik muharrir:

F.F.Haqqulov, PhD

Qarshi davlat texnika universiteti

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko'chasi 225-uy

Tel.: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@qmii.uz

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Овчиников Виктор Николаевич – i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Солодовников Сергей Юревич – i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Сидиров Виктор Александрович - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Шевченко Игорь Викторович - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullayevich - i.f.d., professor (Qozog'iston davlat texnologiya universiteti)

Samandarzoda Iskandar Hakim - i.f.d., i.f.d., professor (SH.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Гибадуллин Артур Артурович Национальный исследовательский университет Московский энергетический институт

Войнаш Сергей Александрович Казанский приволжский (федеральный) университет

Пуляева Валентина Николаевна Финансовый университет при Правительстве РФ

Морковкин Дмитрий Евгеньевич Финансовый университет при Правительстве РФ

Садриддинов Манучехр Исмолиддинович Международный университет туризма и предпринимательства Таджикистана, Душанбе

Перская Виктория Вадимовна директор Института исследований международных экономических отношений, Финансовый университет при Правительстве РФ

Молчанов Игорь Николаевич Профессор экономического факультета. Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Басова Мария Михайловна Заместитель декана факультета налогов, аудита и бизнес-анализа Финансовый университет при Правительстве РФ

Чупин Александр Леонидович Заместитель декана экономического факультета Российский университет дружбы народов имени П.Лумумбы

Незаймакин Валерий Николаевич Профессор кафедры финансов и кредита Российский государственный гуманитарный университет

Никонорова Алла Владимировна Доцент кафедры экономической теории Финансовый университет при Правительстве РФ

Дмитриева Ольга Александровна Доцент кафедры налогов и налогового администрирования факультета налогов, аудита и бизнес-анализа Финансовый университет при Правительстве РФ

Швец Юрий Юрьевич Лаборатория управления инновациями, Институт проблем управления Российской академии наук

Колосова Елена Валерьевна Лаборатория управления инновациями, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Bozorov Orifjon Shodiyevich – t.f.n., dotsent

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Vaxabov Abduraxim Vasikovich – i.f.d., professor

Hakimov Obidjon Arzikulovich – i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich- i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna- i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo'raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna-i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg'unovich -i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazliddin Baxadirovich- i.f.n., dotsent

Xo'jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi,iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko'rsatish va turizm sohasi

September 2025

Volume 3

Number 4

INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ojs.qmii.uz

Kichik biznesning raqobatbardoshlik konsepsiyasi

Navruz-zoda Layli Baxtiyorovna

Концепция конкурентоспособности малого бизнеса

Навруз-зода Лайли Бахтиёровна

Concept of competitiveness in small business

Navruz-zoda Layli Bakhtiyorovna

Received: August 13, 2025 Revised: August 13, 2025 ■ Accepted: August 13, 2025 ■ Published Online: September 1, 2025

- **Annotatsiya.** Ushbu maqolada kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish konsepsiyasi chuqur nazariy va amaliy tahlil asosida yoritilgan. “O‘zbekiston–2030” strategiyasi doirasida kichik biznes sektorining iqtisodiy, ijtimoiy va innovatsion salohiyati keng qamrovli o‘rganilgan. Tadqiqotda Maykl Porterning raqobat kuchlari modeli, Jay Barney’ning resursga asoslangan nazariyasi (RBV), David Teece’ning dinamik qobiliyatlar nazariyasi va boshqa xalqaro olimlarning yondashuvlari bilan bir qatorda, o‘zbek olimlari — M.R.Boltabayev, M.S.Qosimova, B.K.G‘oyibnazarov, Sh.J.Ergashxodjayeva, A.N.Samadov, Sh.I.Otajonov, A.Sh.Toshpo‘latov, I.I.Umaraliyev va Q.X.Abdurahmonovlarning ilmiy ishlari asos qilib olingan. Mahalliy olimlar tomonidan kichik biznes subyektlarining iqtisodiy muhitda tutgan o‘rni, raqobat ustunligini shakllantirish omillari, marketing va innovatsion strategiyalari, davlat qo‘llab-quvvatlovi hamda hududiy rivojlanishdagi roli chuqur tahlil qilingan. Ushbu ilmiy asoslar va tahlillar negizida kichik biznesni rivojlantirishga xizmat qiluvchi indikatorlar, baholash mezonlari, strategik yo‘nalishlar ishlab chiqilgan. Shuningdek, O‘zbekistonda kichik biznesning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, ijtimoiy bandlik va innovatsiyalarni joriy etishdagi hissasini raqamlar va amaliy tavsiyalar bilan asoslagan. Kalit so‘zlar. Kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, tadbirkorlik sub’yektlari, ilmiy-texnika taraqqiyot, omilkorlik, ishbilarmonlik.
- **Kalit so‘zlar:** Kichik biznes, raqobatbardoshlik, raqobat ustunligi, Five Forces modeli, Resursga asoslangan nazariya (RBV), dinamik qobiliyatlar, innovatsion rivojlanish, ochiq innovatsiyalar, strategik rejalashtirish, raqamli transformatsiya, bozor infratuzilmasi, ijtimoiy ta’minot, eksport salohiyati.
- **Аннотация.** В данной статье подробно рассматривается концепция повышения конкурентоспособности малого бизнеса с теоретической и практической точек зрения. В рамках стратегии «Узбекистан–2030» всесторонне изучен экономический, социальный и инновационный потенциал сектора малого бизнеса. Исследование основывается на международных подходах, таких как модель пяти сил Майкла Портера, ресурсная теория конкурентных преимуществ Джея Барни (RBV) и теория динамических способностей Дэвида Тиса. Также широко использованы научные труды ведущих узбекских ученых — М.Р. Болтабаева, М.С. Касимовой, Б.К. Гойибназарова, Ш.Ж. Эргашходжаевой, А.Н. Самадова, Ш.И. Отажонова, А.Ш. Тошпулатова, И.И. Умаралиева и К.Х. Абдурахманова. Узбекские исследователи глубоко проанализировали роль субъектов малого бизнеса в экономике, факторы формирования конкурентных преимуществ, маркетинговые и инновационные стратегии, государственную поддержку и региональное развитие. На основе этих

теоретических и практических положений предложены индикаторы, критерии оценки и стратегические направления развития малого бизнеса. Также представлены статистические данные и практические рекомендации по доле малого бизнеса в ВВП Узбекистана, его роли в обеспечении занятости и внедрении инноваций.

- **Ключевые слова.** Малый бизнес, конкурентоспособность, конкурентные преимущества, модель пяти сил, ресурсная теория (RBV), динамические способности, инновационное развитие, открытые инновации, стратегическое планирование, цифровая трансформация, рыночная инфраструктура, социальная защита, экспортный потенциал.
- **Abstract.** This article provides an in-depth theoretical and practical analysis of the concept of enhancing the competitiveness of small businesses. Within the framework of the "Uzbekistan-2030" strategy, the economic, social, and innovative potential of the small business sector is comprehensively studied. The research is based on international approaches such as Michael Porter's Five Forces Model, Jay Barney's Resource-Based View (RBV), and David Teece's theory of Dynamic Capabilities. Moreover, the scientific works of leading Uzbek scholars — M.R. Boltabayev, M.S. Qosimova, B.K. G'oyibnazarov, Sh.J. Ergashkhodjayeva, A.N. Samadov, Sh.I. Otajonov, A.Sh. Toshpo'latov, I.I. Umaraliyev, and Q.Kh. Abdurakhmanov — are extensively utilized. Local scholars have thoroughly analyzed the role of small business entities in the economic environment, the factors shaping competitive advantage, marketing and innovation strategies, state support, and regional development. Based on these theoretical and practical findings, indicators, evaluation criteria, and strategic directions aimed at developing small business are proposed. The article also presents data and practical recommendations concerning the share of small business in Uzbekistan's GDP, its role in employment, and its contribution to innovation implementation.
- **Keywords.** Small business, competitiveness, competitive advantage, Five Forces Model, Resource-Based View (RBV), dynamic capabilities, innovation development, open innovation, strategic planning, digital transformation, market infrastructure, social protection, export potential.

KIRISH

"O'zbekiston-2030" strategiyasining ikkinchi ustuvor yo'nalishi mamlakatning iqtisodiy o'sishi va aholi farovonligini oshirishga qaratilgan bo'lib, 17 ta maqsadni o'z ichiga oladi. Ushbu yo'nalishda O'zbekistonning iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlab, yalpi ichki mahsulot hajmini 160 milliard dollarga va aholi jon boshiga daromadlarni 4 ming dollarga yetkazish rejalashtirilgan [1].

Bu mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi, bank tizimidagi islohotlar va "yashil iqtisodiyot"ga o'tish, qayta tiklanuvchi energiya manbalarini rivojlantirish kabi jabhalarda muhim o'zgarishlarni talab qiladi. Shuningdek, monopol sohalarni bozor tamoyillariga o'tkazish, iqtisodiyotda xususiy sektor ulushini oshirish va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish maqsadlari ham belgilangan. Ushbu islohotlar, mamlakat iqtisodiyotining barqaror rivojlanishi va aholi farovonligini oshirishga qaratilgan.

Kichik biznes (KB) iqtisodiy o'sishning muhim omili sifatida nafaqat yangi ish o'rinlari yaratadi, balki innovatsion faoliyatni rag'batlantiradi, eksport salohiyatini oshiradi va hududiy rivojlanishga xizmat qiladi. Raqobatbardoshlik esa kichik biznes subyektlarining bozor iqtisodiyoti sharoitida barqaror faoliyat yuritish va rivojlanishini belgilovchi

asosiy omillardan biridir. Shu bois, kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirish konsepsiyasi bugungi kunda nihoyatda dolzarb masala bo'lib qolmoqda.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Garvard biznes maktabi professori Maykl Porter tomonidan ishlab chiqilgan raqobat ustunliklari nazariyasi (Competitive Advantage Theory) va beshta kuch modeli (Five Forces Model) korxonalar, jumladan kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini aniqlashda keng qo'llaniladi. Bu modellar kichik biznes uchun universal nazariy asos bo'lib xizmat qiladi [2]. Bundan tashqari maqolada Jay B. Barney, J.David, H.Chesbrough, J.Schumpeter, C.Markides, Peter Drucker kabi jahon olimlarining tadqiqotlari o'rganildi va tahlil qilindi. Shuningdek, o'zbek olimlaridan M.R.Boltabayev, M.S.Qosimova, B.K.G'oyibnazarov, Sh.J.Ergashxodjayeva, A.N.Samadov, Sh.I.Otajonovlar, A.Sh.Toshpo'latov, I.I.Umaraliyev, Q.X.Abdurakhmanov kabi olimlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik, kichik biznes subyektlari raqobatbardoshligini ta'minlash haqida tadqiqotlar olib borib, o'z ilmiy maqolalari va kitoblarida chuqur tahlillarni, fikr va mulohazalarini keltirib o'tganlar.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

RUshbu tadqiqotda deduktiv yondashuv qo'llanildi. Tadqiqotning asosiy maqsadi – kichik biznesning raqobatbardoshlik konsepsiyasini nazariy jihatdan yoritish va mavjud ilmiy modellar (xususan, Maykl Porterning raqobat kuchlari modeli, Jay Barney'ning resursga asoslangan nazariyasi) asosida tahlil qilishdan iborat bo'ldi. Ma'lumotlar asosan ilmiy adabiyotlar, xorijiy tajribalar va strategik hujjatlar asosida tahlil qilindi. Tadqiqotda O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlari, jahon va mahalliy adabiyotlar asosiy manba sifatida tanlandi. Tadqiqot obyekti sifatida O'zbekistonda kichik biznesning

(KB) iqtisodiy, ijtimoiy va innovatsion rivojlanish holati tanlangan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Raqobatbardoshlik tushunchasining rivojlanishi Maykl Porter modeli bo'yicha raqobat ustunligi narx yoki differensiallashtirish orqali yuzaga keladi [5]. Porter tadqiqotlarida uchta asosiy raqobat strategiyasini taklif qiladi. Unga ko'ra, korxonalar o'z sohalarida ustunlikka erishish uchun 1-jadvaldagi strategiyalardan birini (yoki ularning kombinatsiyasini) tanlashlari lozim.

1-jadval

Maykl Porterning raqobat strategiyalari [9]

Strategiya nomi	Tavsifi
Cost Leadership (Narx ustunligi)	Korxona eng past narxda ishlab chiqarish orqali keng bozor segmentida ustunlikka erishadi. Bu usul samaradorlik, hajm va xarajatlarni optimallashtirishga asoslanadi.
Differentiation (Differensiallashtirish)	Korxona o'z mahsuloti yoki xizmatini raqobatchilarnikidan farq qiladigan va mijozlar nazarida noyob bo'lgan xususiyatlar asosida sotadi. Bunga brend, sifat, dizayn, xizmat ko'rsatish kiradi.
Focus Strategy (Yo'naltirilgan strategiya)	Korxona ma'lum bir bozor segmentiga e'tibor qaratadi va ushbu segmentda ya'ni tor sohada narx yoki differensiallashtirish strategiyasini qo'llaydi.

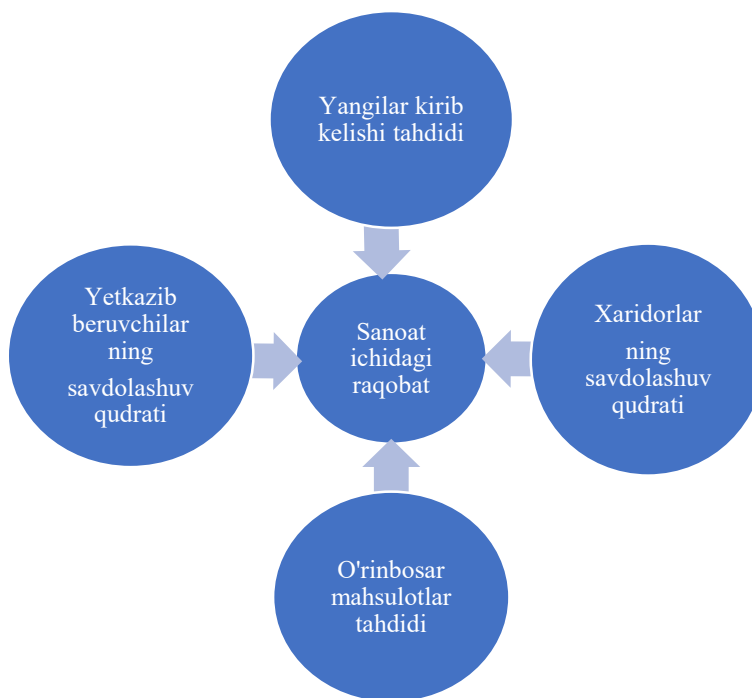
Maykl Porterning modelida raqobatbardoshlikni ta'minlash ikki asosiy yo'l orqali yuzaga chiqadi. Agar birinchisi, xarajatlar bo'yicha ustunlik (Cost Leadership) da namoyon etlsa, ikkinchisi, differensiallashtirish (Differentiation) asosida amalga oshiriladi.

1-rasm. Maykl Porterning mashhur "Beshta kuch modeli (Five Forces Model)" asosida tuzilgan bo'lib, u sanoat ichida raqobatbardoshlikni belgilovchi asosiy omillarni ko'rsatadi. Ushbu model kichik biznesdan tortib yirik korxonalargacha bo'lgan har qanday subyekt uchun strategik rejalashtirishda muhim ahamiyatga egadir.

Modelning yuragi – bu "Sanoat ichidagi raqobat" bo'lib, mavjud raqobatchilar orasidagi to'qnashuv darajasini anglatadi.

Bu kuch qancha kuchli bo'lsa, kompaniyalar o'rtasidagi narxlar urushi, marketing xarajatlari va innovatsion bosimlar shunchalik kuchli bo'ladi.

Kichik biznes uchun bu kuch yuqori bo'lsa, bozor ulushini saqlab qolish qiyinlashadi. Yangi raqobatchilar bozorda paydo bo'lishi mumkin bo'lgan xavfni anglatadi. Agar kirish to'siqlari past bo'lsa (masalan, texnologik soddalik, yuridik cheklovlar yo'qligi), bu kuch kuchli bo'ladi. Bu kichik bizneslarni o'z segmentlarini himoya qilish uchun innovatsiyalar yoki xizmatlarni differensiallashtirishga majbur qiladi. Xaridorlar o'z ehtiyojlariga mos narxni talab qilishi, sifatni oshirishni talab qilishi va o'z ta'minotchisini osonlik bilan almashtira olish qobiliyatiga ega bo'lsa, bu kuch kuchli bo'ladi.



1-rasm. Porterning 5 kuch modeli [9]

Kichik biznes uchun bu yuqori darajadagi muvozanatni talab qiladi: sifat, narx va xizmatni optimal usulda taqdim etish lozim. Resurs va xomashyo yetkazib beruvchilarning bozor ustunligi yoki monopoliya holati kompaniyalar xarajatlarini oshirishi mumkin. Yetkazib beruvchilar kuchli bo'lsa, kichik biznes ularning shartlariga bo'ysunishga majbur bo'ladi, bu esa foyda marjasiga salbiy ta'sir qiladi. Shu sababli alternativ yetkazib beruvchilar bazasini shakllantirish muhim.

Bozorda mavjud bo'lgan alternativ mahsulotlar yoki xizmatlar (substitute goods) kompaniya uchun real xavf hisoblanadi. Bu kuch kuchli bo'lsa, xaridorlar osonlik bilan raqobatchi tovarlarga o'tadi. Kichik biznes bu holatda noyob qiymat takliflarini ishlab chiqib, o'z mijozlar bazasini saqlab qolishi zarur. Porterning besh kuch modeli orqali har bir biznes sanoatdagi o'z pozitsiyasini baholashi va strategiyasini mos ravishda shakllantirishi mumkin. Kichik biznes subyektlari uchun bu model raqobat ustunligini aniqlash va mustahkamlash bo'yicha amaliy vosita hisoblanadi.

Yetkazib beruvchilarning savdolashuv qudrati bozorda qancha kuchga ega bo'lsa, ular narxlarni ko'tarish yoki xizmat sifatiga ta'sir ko'rsatish imkoniga ega bo'ladi. Bu qudrat quyidagi omillarga bog'liq:

- Yetkazib beruvchilar sonining kamligi;
- Mahsulotning noyobligi;
- Yetkazib beruvchidan tovar almashtirish imkoniyatining cheklanganligi;
- Mahsulotning xaridorga nisbatan ahamiyati.

Xaridorlarning savdolashuv qudrati, xaridorlar

qancha kuchga ega bo'lsa, ular pastroq narx, yuqori sifat yoki yaxshi xizmat talab qilishlari mumkin. Bu kuchga ta'sir qiluvchi omillar:

- Xaridorlar sonining kamligi yoki yirik xaridorlarning mavjudligi;
- Mahsulotlar o'xshashligi (standardlashtirilganligi);
- Xaridorlarning boshqa ta'minotchiga o'tish xarajatlari past bo'lsa;
- Xaridorlarning mahsulot bo'yicha to'liq ma'lumotga ega bo'lishi.

Yangilar kirib kelishi tahdidi, yangi raqobatchilarning kirib kelishi sanoatdagi raqobatni kuchaytiradi. Ularning kirib kelish ehtimoli quyidagi omillarga bog'liq:

- Kirish to'siqlari (sarmoya, texnologiya, ruxsatnomalar);
- Brend sadoqati;
- Mavjud korxonalarining miqyosdagi ustunliklari;
- Resurslarga kirish imkoniyati.

O'rinbosar mahsulotlar tahdidi, agar bozorda mavjud mahsulotga o'xshash, lekin narx yoki sifat jihatdan ustun bo'lgan alternativ mahsulotlar mavjud bo'lsa, bu sanoatdagi raqobatga salbiy ta'sir qiladi. Masalan:

- Texnologik yangiliklar;
- Yangi ehtiyojlarga javob beruvchi innovatsion mahsulotlar.

Sanoat ichidagi raqobat (asosiy kuch) sanoatning o'zidagi raqobat darajasi eng muhim kuch bo'lib, u quyidagilarga bog'liq:

- Raqobatchilar soni va hajmi;
- Mahsulot differensialligi;

2-jadval

Kichik biznesning raqobatbardoshligi bo'yicha yetakchi olimlar nazariyasi [13]

No	Olim (yil)	Nazariy yondashuv	Asosiy kontsepsiya	Kichik biznesga qo'shgan hissi	Amaliy tadqiqotda qo'llanilishi
1	Michael Porter (1980)	Raqobat tahlili va strategik joylashuv	5 kuch modeli, raqobat ustunligi (cost vs. differentiation)	Sanoat tahlili, strategik rejalashtirish	Sanoat ichidagi kuchlarni baholash, strategiya tanlash
2	Jay Barney (1991)	Resurslarga asoslangan nazariya (RBV)	VRIN mezonlari: noyob va qimmatli resurslar raqobat manbai	Ichki imkoniyatlar orqali ustunlik yaratish	Resurs va kompetensiyalar tahlili, ichki salohiyat bahosi
3	David Teece (1997)	Dinamik qobiliyatlar (Dynamic capabilities)	Bozor o'zgarishlariga moslashuv va resurslarni transformatsiya	O'zgaruvchan muhitga moslashuvchan strategiyalar	Innovatsion salohiyat va o'zgarishlarni boshqarish modeli
4	Henry Chesbrough (2003)	Ochiq innovatsiyalar	Tashqi g'oya va texnologiyalarni biznesga jalb etish	Tarmoq asosida innovatsiyalarni joriy etish	Startaplar, texnoparklar bilan hamkorlik tahlili
5	Joseph Schumpeter (1934)	Kreativ destruksiya va innovatsion raqobat	Innovatsiya raqobatni yangilaydi va bozorni buzadi	Yangi mahsulotlar bilan bozorni yangilash	Innovatsion sikllar va yangiliklar bahosi
6	Peter Drucker (1985)	Amaliy tadbirkorlik va innovatsiya	Soddalashtirilgan g'oyalar, real ehtiyojga asoslangan innovatsiya	Innovatsiyani ehtiyoj va soddalik asosida ishlab chiqish	Oddiy innovatsiyalar tahlili, ehtiyojlar asosida yondashuv

- Bozor o'sish sur'atlari;

- Fiksir xarajatlar yuqoriligi.

Shuningdek, Jay B. Barney [5] raqobatbardoshlikni "Resurslarga asoslangan yondashuv" (RBV) orqali tushuntiradi. U VRIN (Value, Rarity, Inimitability, Non-substitutability) mezonlari asosida tashkilotning noyob resurslari asosida uzoq muddatli raqobat ustunligi yaratilishini nazariy jihatdan asoslagan. Kichik bizneslar o'z noyob salohiyatlarini shu asosda aniqlab olishi mumkin.

J.David [4] tadqiqotlarida raqobatbardoshlikning "dynamic capabilities" (dinamik qobiliyatlar) konsepsiyasini taklif qilindi. Bu konsepsiya kichik bizneslar o'z resurslarini bozor o'zgarishlariga mos ravishda yangilash va transformatsiya qilish orqali raqobatda ustunlikka erishishi mumkinligini

ko'rsatadi.

H.Chesbrough [7] "ochiq innovatsiyalar" konsepsiyasini ilgari surib, kichik va o'rta bizneslar tashqi resurslardan foydalanish orqali innovatsion raqobatbardoshlikni oshirishi mumkinligini asoslaydi. Ochiq innovatsiyalar kichik biznes uchun xarajatlarni kamaytirish va innovatsion rivojlanishni tezlashtirish imkonini beradi. J.Schumpeter [6] esa raqobatni "kreativ destruksiya" orqali izohlaydi, ya'ni yangi mahsulotlar va texnologiyalar eski mahsulotlarni bozorga sig'dirmaydi. Kichik biznes innovatsiyalarning asosiy tashuvchisi bo'lib, raqobatni yangilovchi vosita sifida biladi. C.Markides [8] strategik innovatsiya tushunchasini ilgari surib, raqobatbardosh pozitsiyani o'zgartirish orqali bozorning o'zgaruvchan talablariga moslashish strategiyasini

taklif qiladi. Kichik biznes subyektlari uchun bu innovatsion joylashuv modelini yaratishda foydali hisoblanadi.

Yuqoridagi olimlarning tadqiqotlari kichik biznesning raqobatbardoshligini sanoat kuchlari va strategik joylashuvlar orqali, resurslar va ularning raqobatga ta'sirini ko'rsatib beradi, degan xulosa chiqarish imkonini beradi (2-jadval).

Jadvaldan ko'rib turganidek, David Teece modelini ayniqsa raqamli transformatsiya davrida moslashuvchanlik baholashda qo'llash mumkin deydi. Masalan, kichik biznesda raqamli CRM joriy etishni taklif qiladi. Henry Chesbrough "Ochiq innovatsiyalar" nazariyasi orqali kichik bizneslarni texnoparklar va innovatsion inkubatorlar bilan aloqalarni rivojlantirishni taklif qiladi. Peter Drucker yondashuvi kichik biznes uchun real ehtiyojlar asosida oddiy, lekin samarali innovatsiyalarni tadbqiq etishni taklif qiladi. Qayd qilish joizki, O'zbekistonlik bir qator olimlar: M.R.Boltabayev, M.S.Qosimova, B.K.G'oyibnazarov, Sh.J.Ergashxodjayeva, A.N.Samadov va Sh.I.Otajonovlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning iqtisodiy mohiyati, uni tashkil etish, boshqarish va rivojlantirish usullarini chuqur nazariy tahlil qilganlar [11]. Ularning asarlarida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik tushunchalari, ularning iqtisodiyotdagi roli, bozor sharoitida iqtisodiyotni rivojlantirishdagi hisssasi;

kichik biznes subyektlarini tashkil etish, ro'yxatdan o'tkazish, litsenziyalash, boshqaruv uslublari va tuzilmalari; kichik biznesda marketing strategiyasi va segmentatsiya, bozor tahlili, reklama, innovatsion marketing elementlari; bozor infratuzilmalari — banklar, audit, soliq tizimi va eksport uchun sharoitlar; biznes-reja tuzish, korxona tahlili, ishlab chiqarish xarajatlarini hisoblash, moliyaviy ko'rsatkichlar, kredit va investitsiyalar bilan ta'minlash; kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatini baholash, tovar-geografik tarkibini diversifikatsiya qilish, davlat qo'llab-quvvatlash mexanizmlari; innovatsion texnologiyalar, texnoparklar, startaplar va yangi biznes-ekotizimlarni yanada rivojlantirish, davlat siyosati va strategiyalarni takomillashtirish orqali raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatlari bo'yicha tadqiqot bolib borishgan.

A.Sh.Toshpo'latov va I.I.Umaraliyev esa jahon tajribalari asosida kichik biznes subyektlari raqobatbardoshligini ta'minlash bo'yicha innovatsion va marketing strategiyalarining ichki va tashqi omillarini tahlil qilgan.

Yuqoridagi tahlillarga asoslanib, ilmiy jihatdan, raqobatbardoshlik darajasini aniqlovchi narx, sifat, xizmat, innovativlik, marketing, logistika kabi omillarni kompleks tahlil qilish zarurati oshayotganligini ko'rishimiz mumkin.

3-jadval

Kichik biznesning raqobatbardoshlik konsepsiyasining asosiy jihatlari

No	Asosiy omillar	Dolzarblik mazmuni
1	Bozor muhitining global-lashuvi	Xalqaro raqobatning kuchayishi kichik korxonalarni innovatsion yechimlar, mahsulot sifati va xizmat ko'rsatish darajasini oshirishga majbur qilmoqda.
2	Texnologik rivojlanish	Raqamli transformatsiya va avtomatlashtirish jarayonlari kichik bizneslar oldiga yangi imkoniyatlar bilan birga yangi xavf-xatarlarni ham keltirib chiqarmoqda.
3	Iqtisodiy barqarorlik zarurati	Mahalliy va global inqirozlar (masalan, pandemiyalar, geosiyosiy tangliklar) kichik biznesning moliyaviy barqarorligiga tahdid soladi.
4	Davlat siyosatining yo'naltiril-ganligi	Raqobatbardoshlikni oshirish orqali eksportga yo'naltirilgan, innovatsion va o'zini o'zi ta'minlay oladigan kichik biznes muhitini yaratish davlat strategiyasining ustuvor yo'nalishiga aylandi.
5	Iste'molchilarning talabi o'zgarishi	Moslashuvchanlik, ekologik tozalikka intilish va xizmat sifati kabi omillar kichik biznesdan bozor ehtiyojlariga tez va samarali javob berishni talab qiladi.

Fikrimizcha amaliy jihatdan, kichik biznes subyektlari uchun raqobatbardoshlikni oshirish bo'yicha strategik model, indikatorlar tizimi va baholash mezonlarini ishlab chiqish muhim hisoblanadi (3-jadval).

Kichik biznesning raqobatbardoshligi iqtisodiy barqarorlik, ijtimoiy ta'minot, bandlik va innovatsion rivojlanishning asosiy tayanchi sifatida tobora ortib bormoqda. Shu bois, kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan konseptual yondashuvlar va davlat siyosatini takomillashtirish bugungi kunning asosiy vazifasidir.

O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes (KB) sektorining roli yildan-yilga ortib bormoqda. Q.X.Abdurakhmanov va bir qator mauliflar jamoasi raqamli iqtisodiyot, innovatsion iqtisodiyot sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini raqobatbardosh qilish, eksport salohiyatini oshirish va innovatsion strategiyalar nazariyasini ishlab chiqqanlar [2]. Q.X.Abdurakhmanov nazariyasi ko'plab monografiya va ilmiy ishlarga tayanib, raqobatbardoshlik, innovatsiya va raqamli iqtisodiyotga oid muhim nazariy yondashuvlarni bayon etgan.

Kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish mamlakatning iqtisodiy barqarorligi, ijtimoiy ta'minoti, bandlik darajasi va innovatsion rivojlanishi bilan bevosita bog'liqdir. Iqtisodiy barqarorlikning tayanchi sifatida kichik biznesning Yalpi ichki mahsulotda (YalM) katta ulushga ega. O'zbekistonda milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilda kichik biznesning YalMning ulushi 54,3 foizni tashkil etadi. Kichik biznes sub'ektlari mamlakatda makroiqtisodiy muvozanatni saqlashga xizmat qiladi. Chunki KB'lar moliyaviy va ishlab chiqarish jihatdan yirik korxonalarga nisbatan moslashuvchidir. Ular ichki bozorni to'ldiruvchi sifatida import o'rnini bosuvchi mahsulotlar ishlab chiqarish orqali valuta oqimini kamaytiradi; soliq bazasini kengaytiradi, bu esa davlat byudjeti daromadlarini barqarorlashtirishga yordam beradi. Agar "kichik biznes"

atamasi kengroq – SME kategoriyasini anglatayotgan bo'lsa, unda u mehnat bozorida 86 % gacha ulushga ega.

Kichik biznes subyektlari ijtimoiy zaif guruhlar – xotin-qizlar, yoshlar, nogironlar uchun ish o'rinlari yaratish imkoniyatiga ega bo'lib, hududiy tengsizliklarni kamaytiradi. Ayniqsa qishloq joylarda tadbirkorlik faoliyati orqali aholining daromad manbalarini kengaytiradi. KB orqali o'z-o'zini band qilganlar soni ortib, ishsizlik darajasi kamayadi. Innovatsion rivojlanishning katalizatori sifatida, raqamli texnologiyalarni tezroq joriy etadi. Ayniqsa xizmat ko'rsatish, logistika, savdo, IT va agrobiznes sohalarida sezilarli darajada rivojlanmoqda. Startaplar va innovatsion yechimlar asosan kichik korxonalar orqali rivojlanmoqda (masalan, fintech, e-commerce, agritech sohalarida), ilm-fan bilan integratsiyalashuv asosida ilmiy-texnik yutuqlarni tijoratlashtirishga xizmat qilyapti. Kichik biznes sub'ektlari yangi bozorlar va xizmatlar shakllanishida eksperimental rolni bajarmoqda (4-jadval).

Jadvaldan ko'rib turganimizdek, kichik biznes sub'ektlar yalpi ichki mahsulot tarkibida muhim ulushga ega bo'lib, iqtisodiy barqarorlikning asosiy tayanchlaridan biri hisoblanadi. Ular mahalliy ishlab chiqarish hajmini oshiradi, shu orqali importga bo'lgan ehtiyojni kamaytiradi. Soliq bazasining kengayishiga xizmat qiladi, bu davlat byudjetini mustahkamlashda muhim omil bo'ladi. Inqiroz sharoitida ham moslashuvchan tuzilmasi orqali tezda reaksiya bera oladi, bu ularning barqarorlikdagi ahamiyatini yanada oshiradi.

Kichik bizneslar ijtimoiy tenglikni ta'minlash va ijtimoiy himoya tizimini kuchaytirishda muhim omil sanaladi. Iqtisodiy faol bo'lmagan yoki zaif guruhlariga ish o'rinlari yaratadi, bu esa ijtimoiy ajralish xavfini kamaytiradi. Hududiy tengsizlikni kamaytiradi, ayniqsa chekka hududlarda faoliyat yuritadigan kichik korxonalar orqali aholini iqtisodiy faollikka jalb etadi. Ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirishga xizmat qiladi (masalan: xizmat ko'rsatish, savdo, qishloq xo'jaligi tarmoqlarida).

4-jadval

Kichik biznes sub'ektlari yangi bozorlar va xizmatlar shakllanishida eksperimental roli

Yo'nalish	Kichik biznesning roli
Iqtisodiy barqarorlik	YalMga hissa qo'shadi, soliq bazasini kengaytiradi, import o'rnini bosadi
Ijtimoiy ta'minot	Zaif guruhlarni ish bilan ta'minlaydi, hududiy tengsizlikni kamaytiradi
Bandlik	Ish o'rinlarining katta qismini yaratadi (qishloq va shahar kesimida)

Innovatsion rivojlanish Startaplar, raqamlashtirish va ilmiy yechimlarning tijoratlashuvi orqali kuchayadi

Bandlikdagi roli kichik bizneslar mamlakatdagi umumiy ish o'rinlarining katta qismini yaratadi. Qishloq joylarida kichik ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish tarmoqlari orqali mahalliy aholini band qiladi. Shahar joylarida esa innovatsion xizmatlar, savdo va ishlab chiqarish orqali yoshlar, ayollar va boshqa ijtimoiy qatlamlarni ish bilan ta'minlaydi. Noformal iqtisodiyotni rasmiylashtirish orqali bandlikning huquqiy asoslarini mustahkamlaydi.

Innovatsion rivojlanishdagi roli kichik biznes innovatsiyalarni tez joriy etish va amaliyotga tadbiiq qilishda katta ustunlikka ega. Startaplar yangi texnologiyalarni sinovdan o'tkazadi, bu esa innovatsion muhitni shakllantiradi. Raqamlashtirish jarayonlariga tez moslashadi, bu orqali xizmatlar sifati va samaradorligini oshiradi. Ilmii ishlanmalarni tijoratlashtirish orqali amaliy iqtisodiyotga qo'shadi.

O'zbekistonda kichik biznes nafaqat iqtisodiy jarayonlarning ajralmas qismi, balki ijtimoiy va innovatsion rivojlanishning lokomotivi sifatida shakllanmoqda. Davlat siyosatining bu sohaga qaratilgan e'tibori – grantlar,

imtiyozli kreditlar, raqamli platformalar, inkubatorlar – uning raqobatbardoshligini oshirishda asosiy omillardan biridir. Shu boisdan biz tavsiya qilamiz, kichik biznesni qo'llab-quvvatlash uchun soliq imtiyozlari, raqamli infratuzilma, inkubatsiya markazlari va moliyaviy qulayliklar yaratish zarur. Chunki makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda asosiy vosita hisoblanadi. Ijtimoiy adolat va bandlik siyosatida muhim instrument bo'lib innovatsion iqtisodiyotga o'tishdagi zaruriy zvenodir.

Tadqiqotimizda O'zbekistonda kichik biznesning (KB) iqtisodiy, ijtimoiy va innovatsion rivojlanishdagi o'rni bo'yicha tahliliy jadval ishlab chiqdik (5-jadval).

Iqtisodiy barqarorlikda kichik biznes ichki ishlab chiqarishni rivojlantiradi, import o'rnini bosadi va mahalliy mahsulotlar ulushini oshiradi. Ular soliqlar, patent to'lovlari va bojlar orqali byudjet barqarorligiga xizmat qiladi. Global inqiroz sharoitlarida (masalan, pandemiya) kichik bizneslar o'zgaruvchan sharoitga tez moslashadi.

5-jadval

Kichik biznesning raqobatbardoshligini asoslovchi omillar (O'zbekiston misolida)

No	Asosiy omillar	Dolzarblik mazmuni
1	Bozor muhitining globallashuvi	Xalqaro raqobatning kuchayishi kichik korxonalarni innovatsion yechimlar, mahsulot sifati va xizmat ko'rsatish darajasini oshirishga majbur qilmoqda.
2	Texnologik rivojlanish	Raqamli transformatsiya va avtomatlashtirish jarayonlari kichik bizneslar oldiga yangi imkoniyatlar bilan birga yangi xavf-xatarlarni ham keltirib chiqarmoqda.
3	Iqtisodiy barqarorlik zarurati	Mahalliy va global inqirozlar (masalan, pandemiyalar, geosiyosiy tangliklar) kichik biznesning moliyaviy barqarorligiga tahdid soladi.
4	Davlat siyosatining yo'naltirilganligi	Raqobatbardoshlikni oshirish orqali eksportga yo'naltirilgan, innovatsion va o'zini o'zi ta'minlay oladigan kichik biznes muhitini yaratish davlat strategiyasining ustuvor yo'nalishiga aylandi.
5	Iste'molchilarning talabi o'zgarishi	Moslashuvchanlik, ekologik tozalikka intilish va xizmat sifati kabi omillar kichik biznesdan bozor ehtiyojlariga tez va samarali javob berishni talab qiladi.

Ijtimoiy ta'minotda, qishloq joylarda mikro-biznes faoliyati ko'plab oilalarga barqaror daromad manbai bo'lib xizmat qilmoqda. Davlat tomonidan subsidiyalar, "Har bir tadbirkor – homiy" dasturi va boshqa mexanizmlar orqali aholi farovonligi oshirilmoqda. Zaif qatlam vakillari (ayollar, nogironlar, kam ta'minlanganlar) uchun KB eng mos mehnat muhiti yaratmoqda.

Bandlikni oshirishda ish o'rinlarining aksariyati aynan kichik bizneslar orqali yaratilmoqda, ayniqsa xizmat ko'rsatish va savdo sohalarida. Davlat dasturlari (masalan, "Yoshlar daftari", "Ayollar daftari") orqali aholi bandligini oshirishga yo'naltirilgan tashabbuslar KB'lar orqali amalga oshmoqda. Norasmiy bandlikdan rasmiy ishga o'tish tendensiyasi kuchaymoqda.

Innovatsion rivojlanishda kichik bizneslar yangi texnologiyalarni joriy etishda yirik korxonalarga qaraganda ko'proq moslashuvchanlikka ega bo'lib, "Startup milliy ekotizimi" va "IT Park" orqali ko'plab yoshlar o'z bizneslarini boshladi, bu esa IT eksportini oshirdi. Mahalliy innovatsion mahsulotlar soni ortmoqda – bu ichki raqobatni kuchaytiradi va xizmat sifatini oshiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Kichik biznes bozor iqtisodiyotining ajralmas tarkibiy qismi bo'lib, ish o'rinlarini yaratish, innovatsiyalarni joriy etish va ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Ular raqobat muhiti shakllanishi uchun tabiiy omil hisoblanadi. Raqobatbardoshlik tushunchasining mohiyati – kichik biznesda raqobatbardoshlik bu nafaqat mahsulot yoki xizmat sifati, balki ishlab chiqarish tannarxi, texnologik innovatsiyalar, mijozlarga xizmat ko'rsatish darajasi, brend imiji kabi ko'plab omillarning uyg'unlashuviga asoslanadi.

Institutsional muhitning ta'siri, kichik biznes raqobatbardosh bo'lishi uchun institutsional barqarorlik, normativ-huquqiy erkinlik, soddalashtirilgan soliq rejimi, va kredit resurslariga kirish imkoniyatlari zarur. Bu shart-sharoitlar ularning innovatsion salohiyatini yuzaga chiqaradi. Innovatsion strategiyalar va texnologiyalar – innovatsion rivojlanish kichik biznesning raqobat ustunligini belgilovchi asosiy omillardan biridir. Raqamli transformatsiya, texnologik yangilanish va innovatsion xizmat ko'rsatish tizimlari orqali ulkan samaradorlikka erishish mumkin. Bozor infratuzilmasi va konsalting xizmatlari – marketing tahlili, konsalting xizmatlari, elektron savdo platformalari va texnologik klasterlar raqobatbardosh kichik biznesni shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Ular axborot, resurslar va tajribani samarali taqsimlash imkonini beradi. Xizmatlar sektorining roli – xizmat ko'rsatish sohasida kichik biznesning raqobatbardoshligi ko'p jihatdan servis sifati, mijoz ehtiyojini aniqlash va diversifikatsiya darajasiga bog'liq. Bu sohada tezkor javob qaytarish, sodiqlik dasturlari va moslashuvchan narxlash tizimi ustuvor ahamiyatga ega bo'ladi.

Eksport va xalqaro raqobatbardoshlik – kichik biznes subyektlari eksport salohiyatini oshirgan sari ular xalqaro bozorda ham raqobatbardosh bo'lib boradi. Bu esa logistika, sifat standartlariga moslashuv va tashqi bozor tahlilini talab etadi. Davlat qo'llab-quvvatlovi va strategik siyosat – raqobatbardosh kichik biznesni shakllantirish uchun davlat tomonidan strategik qo'llab-quvvatlash zarur: grantlar, biznes-inkubatorlar, innovatsion fondlar, soliq imtiyozlari va savdo vakolatxonalari orqali tashqi bozorlar bilan bog'lanish imkoniyatlarini yaratish, barqaror raqobat ustunligiga

erishish yo'llari – kichik biznes raqobatbardoshligini oshirishda barqaror ustunlikka erishish uchun kompleks yondashuv talab etiladi: texnologik, moliyaviy, marketing va boshqaruv jihatlaridan integratsiyalashgan strategiya ishlab chiqilishi zarur.

Muallif haqida / Сведения об авторе / Author details

1. Navruz-zoda Layli Baxtiyrovna Buxoro davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi / Навруз-зода Лейли Бахтиёровна – независимый исследователь Бухарского государственного университета / Navruz-zoda Leyli Bakhtiyorovna is an independent researcher at Bukhara State University.

► navruzzoda82@gmail.com

■ <https://orcid.org/0000-0002-7639-0522>

Foydalanilgan adabiyotlar:

- [1]. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentabrdagi "O'zbekiston – 2030" strategiyasi to'g'risida"gi PF-158-sonli farmoni.
- [2]. Abdurakhmanov Q.X. Raqamli iqtisodiyotning nazariy va amaliy masalalari. Toshkent: "Fan va texnologiyalar" NMU 2021 y.172 b. Википедия+1yashil-i
- [3]. Boltabayev M.R., Qosimova M.S., G'oyibnazarov B.K., Ergashxodjayeva SH.J., Samadov A.N., Otajonov Sh.I. Kichik biznes va tadbirkorlik: o'quv qo'llanma . Toshkent, NOSHIR nashriyoti, 2011.
- [4]. David J. Teece, Gary Pisano & Amy Shuen. Dynamic Capabilities and Strategic Management. Strategic Management Journal, Vol. 18, No. 7.1997.P.509-533.
- [5]. Jay B. Barney. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, Vol. 17, No. 1.1991.P.99-120.
- [6]. Joseph A. Schumpeter. The Theory of Economic Development. • Harvard University Press.1934.P.66-94.
- [7]. Henry Chesbrough. Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business School Press.2003.P.1-28.
- [8]. Markides C. Strategic Innovation. Sloan Management Review, Vol. 38, No. 3.1997.P.9-23.
- [9]. Porter M. E. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: The Free Press.1980. ISBN: 978-0684841489. B. 35-40.
- [10]. Toshpo'latov A.Sh., Umaraliyev I.I. Kichik biznes korxonalarining raqobatbardoshligini tadqiq etishga konseptual yondashuvlar. "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" 1 son.2024y.
- [11]. www.namdu.uz.
- [12]. Gazeta.uz
- [13]. Stat.uz