

Toir Xolmirzayev
stajyor o'qituvchi
Shomurod Yusupov
stajyor o'qituvchi
Iqtisodiyot va pedagogika Universiteti
O'zbekiston

HUNARMANDCHILIKDA OILAVIY BIZNESNI BOSHQARISH ORQALI RAQOBATCHILIK MUHITINI SHAKLLANTIRISH

Annotatsiya: Maqola bugungi kunda respublikamiz oldida turgan dolzarb masalalarni yechimini topishga qaratilgan milliy hunarmandchilikni rivojlantirish bo'yicha konseptual yondashuvlarni hamda xorij tajribasini o'rganish va uni respublikamizga mos jihatlaridan foydalanishning yangi yo'nalishlarini taklif etish, shuningdek respublikada milliy hunarmandchilikni rivojlantirish uchun taklif va tavsiyalar berishga bag'ishlangan.

Kalit so'zlar: raqobat, bozor, biznesni boshqarish, hunarmanchilik, oilaviy biznes, oila aktivlari, oilaviy hunarmandchilik, talab va taklif, narx.

Тоир Холмирзаев
Стажер-преподаватель
Шомурод Юсупов
Стажер-преподаватель
Университет экономики и педагогики
Узбекистан

СОЗДАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ЧЕРЕЗ УПРАВЛЕНИЕ СЕМЕЙНЫМ БИЗНЕСОМ В РЕМЕСЛЕННОМ СЕКТОРЕ

Аннотация: Целью статьи является найти решение актуальных проблем, стоящих сегодня перед нашей республикой, изучить концептуальные подходы к развитию национальных ремесел и изучить зарубежный опыт и предложить новые направления его использования в аспектах, подходящих для нашей республики, а также дать предложения и рекомендации по развитию

национальных ремесел в республике.

Ключевые слова: конкуренция, рынок, управление бизнесом, ремесло, семейный бизнес, семейные активы, семейное ремесло, спрос и предложение, цена.

Toir Kholmiraev

Trainee teacher

Shomurod Yusupov

Trainee teacher

University of Economics and Pedagogy

Uzbekistan

CREATION OF A COMPETITIVE ENVIRONMENT THROUGH FAMILY BUSINESS MANAGEMENT IN CRAFTWORK

Abstract: *The purpose of the article is to find solutions to pressing problems facing our republic today, to study conceptual approaches to the development of national crafts and to study foreign experience and propose new directions for its use in aspects suitable for our republic, as well as to give suggestions and recommendations for the development of national crafts in the republic.*

Key words: *competition, market, business management, craft, family business, family assets, family craft, supply and demand, price.*

Hunarmandchilikda biznesni boshqarishga imkon yaratib beruvchi asosiy sharoitlardan biri bu oilaviy hunarmandchilikni rivojlantirish. Ikkinchidan hunarmandchilikni rivojlantirish uchun raqobat muhitini yaratish va xo‘jalik yuritish subyektlariga iqtisodiy erkinlik berish.

Muammoning mohiyatini bunday tushunishning o‘zi hozirgi zamon jahon iqtisodiyoti rivojlanishining o‘ziga xos xususiyatlaridan biri hunarmandchilikning tobora o‘sib borayotgan ahamiyatini yanada yaxshiroq tushunishga imkon beradi.

Oilaviy hunarmandchilik ko‘plab davlatlar iqtisodiyotida yetakchi ahamiyat kasb etadi. Buyuk Britaniyada u barcha firmalarning 75 foizini qamrab olib,

aholining yarmini ish bilan ta'minlaydi va YAIMning qariyb 50 foizini ishlab chiqaradi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida barcha korxonalarining 85%, AQShda esa - 90%ini oilaviy korxonalar tashkil etadi.

Italiyada 2-3 kishidan iborat oilaviy hunarmandchilik korxonalari jami eksportning 18 foizini tashkil qiladi [2]. Shuni alohida ta'kidlash joizki, ilg'or mamlakatlardagi har qanday xo'jalik yurituvchi subyektlar oilaviy hisoblanadi.

Bugungi kunda mamlakatimizda olib borilayotgan iqtisodiy islohotlar natijasida ichki iste'mol tovarlari bozorida milliy tovarlar raqobatbar-doshligini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Bular haqida Yurtboshimizning 2017 yil 7 fevraldagi Farmoni bilan tasdiqlangan 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar Strategiyasining uchinchi yo'nalishida milliy tovarlar raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha, "prinsipial jihatdan yangi mahsulot va texnologiya turlarini o'zlashtirish, shu asosda ichki va tashqi bozorlarda milliy tovarlarning raqobatbardoshligini ta'minlash" 20 bo'yicha ulkan vazifalar belgilangan. Bu vazifalardan kelib chiqqan holda, davlatimiz rahbari respublikamiz bo'yicha qaysi hududga bormasin, o'sha hududda milliy tovarlar ishlab chiqaradigan korxonalar tashkil etish, tovarlar raqobatbardoshligini oshirish zarurligini [1] ta'kidlab o'tmoqda.

Shuningdek, ba'zi bir iqtisodiy manbalarda raqobat mehnatga oid bellashuv bo'lib, mahsulotning bir turini boshqasidan sifat jihatidan farqlanishi ta'kidlanadi. Shu bilan bir vaqtda «raqobatlashuv», «raqibchilik», «bellashuv», «musobaqalashuv» tushunchalarining mazmuni haqida ham to'xtalib o'tishga to'g'ri keladi. Bu tushunchalarning mazmuni, o'zaro nisbati va tafovutini 1-jadvaldagi kabi izohlash mumkin.

Hunarmand oilaviy korxonalarda mustaqil tovar ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat tovarlarni qulay sharoitda ishlab chiqarish va yaxshi foyda keltiradigan narxda sotish, umuman iqtisodiyotda o'z mavqeini mustahkamlash uchun kurashdan iborat bo'lib, ular kerakli ishlab chiqarish vositalari, xom ashyo va materiallarni sotib olishi, ishchi kuchini yollash uchun zarur mablag'larni sarflaydi. Ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi raqobat oxir-oqibatda, bozorda iste'molchilarni

o‘ziga jalb qilish bilan belgilanadi.

1-jadval

Hunarmandchilikda raqobat bilan bog‘liq tushunchalarning mohiyati va o‘ziga xos xususiyatlari

Kategoriya nomi	O‘ziga xos xususiyatlari
Bellashuv	Yashash uchun kurash orqali namoyon bo‘luvchi yetakchilikka, umuman g‘alabaga intilish. Bellashuvning mavjud bo‘lmasligi – inqiroz belgisidir. Musobaqa va raqobatga nisbatan umumiy tushuncha hisoblanadi.
Mehnatdagi raqibchilik	Mehnat sohasidagi bellashuv shakli, mehnatda o‘zini ko‘rsatish, yaxshi natijalarga erishish istagidir. U, xususan, mehnatdagi shaxsiy yutuqlarni ishlab chiqarish jarayonidagi boshqa ishtirokchilarning natijalari bilan o‘lchash va taqqoslashni taqozo etadi. Mehnatdagi raqibchilik – umuman bellashuvga qaraganda nisbatan aniq tushunchadir.
Musobaqalashuv	Ijtimoiy ishlab chiqarish sohasidagi bellashuv shakli bo‘lib, ishtirokchilar tomonidan erishilgan natijalarni ma‘lum tarzda taqqoslash bilan bevosita bog‘liq. Musobaqalashuv reytingni ko‘tarish, maqomni oshirish tomon intilishni taqozo etadi. U mehnat jarayonining barcha ishtirokchilarini o‘z o‘rniga qo‘yib, ularning tabaqalashuviga olib keladi.
Raqobat	Tovar munosabatlari sohasidagi bellashuv shakli, bozor raqibchiligidir. U xomashyo va yarim fabrikatlarni xarid qilish va sotish, ishlab chiqarilgan mahsulotni sotishning nisbatan foydali sharoitlariga ega bo‘lish, ko‘proq foyda olish uchun kurashdir. Raqobat tovar ishlab chiqaruvchilarni tabaqalashuviga olib keladi, tovar ishlab chiqarishning regulyatori bo‘lib maydonga tushadi.

“Raqobat” musobaqa so‘zi bilan ishlatiladi. Musobaqa kim o‘zish, kim yaxshi natijalarga erishish uchun bo‘lgan bellashuv, Chunki erishilmagan yutuq va bajarilmagan ko‘rsatkichlarga erishilishi “raqamlar”da ta‘minlanadi.

Musobaqadagi majburiy safarbarlik usuli:

-tashabbuskorlik ruhi;

-sifatini yaxshilash va ishlab chiqarish xarajatlarini pasaytirish imkonini;

-«yalpi mahsulot» mafkurasi hukmronligida musobaqa ko‘rsatkichlari miqdoriy ko‘rsatkichlarga qarab bajariladi. Raqobat rag‘batlantiruvchi iqtisodiyotni harakatga soluvchi kuchdir. Shu sababli u raqamli iqtisodiyot mexanizmida strategik o‘rin egallaydi (2-jadval).

Raqamli iqtisodiyot davrida raqobat munosabatlarini rivojlantirishning mavjud real imkoniyatlarini hisobga olish muhim rol o‘ynaydi.

Raqobat rejalashtirilmaydi va shaffof smart texnologiyalar nazoratida bo‘ladi.

Bu yerda:

-talab v ataklif;

-narx-navo;

-olinopoliya va monopoliya darajasi;

-davlatning antimonopol siyosati hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Raqobatda majburiy safarbarlik bo'lmaydi. Bu yerda halol va erkin iqtisodiy raqobatni rivojlantirish evaziga ishlab chiqaruvchilar ustidan xaridorlarning hukmronligi o'rnatiladi.

2 -jadval

Hunarmandchilikda biznes strategiyasini solishtirish

			Ishlab chiqarishni tashkil etish va boshqarish	Izdan chiqarish omillari
Mahsulot tabaqalashuvi	Mahsulot	Iste'molchilar tomondan tovarning jihatli xususiyatlari tushunarli va qadrlanadi, raqobat asosan narx bilan bog'liq bo'lmagan	Moslashuvchan ishlab chiqarishni mavjudligi, yuqori darajadagi konstruktorlik tayyorgarligi, salohiyatli marketing xizmati	Tovarning obro'liligi uchun sarflanadigan harajatlar, narxning o'sishi, raqobatchilarning noqonuniy hatti-harakati
Bozorni segmentlash	Sotish hajmini o'sishi, foydaning ortishi, aniq segmentga har tomonlama xizmat ko'rsatish	Iste'molchilarning aniq belgilangan guruhlari	Moslashuvchan ishlab chiqarish, kichik seriyadagi ishlab chiqarish turi	O'xshash tovarlarga narxni kamaytirish, raqobatchilar segmentlarning ma'lum qismini o'z tomoniga og'dirishi
Bozor ehtiyojiga zudlik bilan ta'sir qilish	Foydani oshirish, mijozlar ehtiyojini hisobga oluvchi	Mahsulotga talab egiluvchan emas, bozorga kirish va undan chiqish uchun to'siqlarning kamligi, raqobatchilar sonini kamligi	Uzoq muddatga mo'ljallanmagan yuqori rentabelli loyihalar bo'yicha marketing xizmati	Xarajatlarning yuqori ulushi, tashqi muhitning barqarorsizligi

Yangiliklarni joriy etish

Monopol baho hisobiga yuqori foyda olish

O'xshash mahsulotni yo'qligi, yangi mahsulotga talabni mavjudligi

Xodimlarning yuqori fan-texnika malakasi, boshqarish tarkibi

Moliyalashtirishning katta hajmi, nogironlik xavfi, raqobatchilar tomonidan yangi mahsulot chiqarganligi to'g'risidagi noto'g'ri ma'lumot.

Hunarmandchilik sohasida sog‘lom raqobatni rivojlantirishda aksariyat hollarda raqamli iqtisodiyot uchun xos bo‘lgan quyidagi muammolarni bartaraf etish chora-tadbirlar tizimi ishlab chiqilishi muhim ahamiyat kasb etadi:

- tarmoqlar tuzilishidagi nomuvofiqliklar va ishlab chiqarishda yuqori texnologiyalarning yetishmasligi;
- soha va tarmoqlar miqyosidagi raqobatda adolat mezonlarining buzilishi;
- mansabdor shaxslar tomonidan hunarmandchilik faoliyati borasida suiste'mollik holatlariga yo‘l qo‘yilishi;
- narx belgilashda monopol mavqening saqlanib qolishi, xususan iqtisodiyotning agrar va industrial sektorida narxlarning keskin farqlanishi;
- mamlakatga tovarlarning kontrabanda yo‘li bilan kirib kelishi;
- faoliyat turini va daromadlarni yashirish holatlarining mavjudligi;
- sog‘lom pul muomalasi uchun hozirgi sharoitdan kelib chiqadigan bozor infratuzilmasining yetarli emasligi;
- subyektlarning bozor iqtisodiyoti qoidalarini chuqur tushunib yetmasliklari;
- iqtisodiy jinoyatchilik holatlarining mavjudligi.

Raqobatbardoshlik - bu ochiq iqtisodiy tizimning har qanday iqtisodiy subyektga qo‘yadigan asosiy talabidir. Raqobatbardosh bo‘lish bu tovar va xizmatlarning tashqi yoki ichki bozorga mo‘ljallanganligidan qat’iy nazar iste’mol, sifat va baho ko‘rsatkichlarini dunyo standartlari darajasiga ko‘tarishdan iborat bo‘lib, korxonalarining raqobatchilar bilan iqtisodiy kurashda ustunlikka zga bo‘lishi ko‘p jihatdan mamlakatdagi iqtisodiy sharoitga, raqobatchilik afzalliklarining to‘rt asosiy belgisi: omil sharoitlari (tabiiy, mehnat, texnologik va investitsion resurslar, infratuzilma va h.k)ning jahon bozoridagi raqobatbardosh, yordamchi sohalarning mavjudligi, mahsulot va xizmatlarga bo‘lgan talab korxonaning strategiyasi va uni ichki bozordagi raqobati tarkibi va mazmuni bilan belgilanadi.

Jumladan, mahallalarda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida mamlakatimizda bir qator chora tadbirlar amalga oshirilmoqda. Bunga esa,

“Mahallada tadbirkorlikni rivojlantirish, aholi bandligini ta’minlash va

kambag'allikni qisqartirish masalalari bo'yicha hokim yordamchilari faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Prezident qarori (PQ–31-son, 03.12.2021 y.) qabul qilinganligi ayni muddao bo'ldi. Ushbu qarorga muvofiq, 2022 yilda aholini tadbirkorlik faoliyatini yo'lga qo'yish, o'zini- o'zi band qilish va ish bilan ta'minlash bo'yicha jami 2 trln. 159 mlrd. 146 mln. so'm (200 million 664 ming dollar) subsidiya ajratildi.

Shu bilan birga, 2022 yilda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishda imtiyozli kreditlar yillik 14 foizda:

-oilaviy tadbirkorlik, daromad topish bilan shug'ullanish va faoliyatini kengaytirish istagidagi aholi hamda tadbirkorlarga- 3 oydan 6 oygacha imtiyozli davr bilan 3 yilgacha;

-chorvachilik (qoramol, qo'y, echki), baliqchilik va parrandachilik (tuxum yo'nalishi) uchun- 1 yilgacha imtiyozli davr bilan 3 yilgacha;

-bog'dorchilik, uzumchilik va limonchilikni tashkil etish, issiqxona, qishloq xo'jaligi texnikasi va asbob uskunalari xaridi uchun- 3 yilgacha imtiyozli davr bilan 7 yilgacha;

-“hunarmand” uyushmasi a'zolari uchun – 3 yilgacha muddatga hamda aylanma mablag'larini to'ldirish uchun 18 oygacha muddatga ajratilishi yo'lga qo'yildi. Kredit mablag'lari xokim yordamchilari tavsiyasi bilan berilishi belgilab qo'yilgan.

Oilaviy biznesni tashkil qilishning muhim xususiyati shundaki, unda o'zaro ishonchli odamlar, ya'ni oila a'zolari ishtirok etadi. Bu esa, olinadigan daromadning oilani ichida qolishini ifodalaydi. Daromadning ko'p bo'lishi har bir oila vakilining serg'ayrat harakatiga bog'liq bo'ladi va bu oilaning farovon turmush kechirishiga zamin yaratadi. Shu o'rinda, oilaviy biznesni yo'lga qo'yishda xotin-qizlarimizning o'rni haqida gapiradigan bo'lsak, har bir ayol uchun biznes bu – o'z professional ko'nikmalarini yuzaga chiqarish uchun ajoyib imkoniyat bo'lib hisoblanadi.

Hozirgi kunda oilaviy biznesning juda ko'p turlari rivojlanib bormoqda. Bu borada, xotin-qizlarimiz uchun mos keluvchi ba'zi bir biznes-g'oyalarni taklif etishimiz mumkin:

1. Repetitorlik xizmatlarini ko'rsatish.
2. Kiyim tikish atelyesini ochish.
3. Xend - meyd loyihasini ochish.
4. Tarjimonlik xizmatlarini ko'rsatish.
5. Xususiy bog'cha yoki o'quv markazlarini ochish.
6. Bolalar uchun ijod markazlarini ochish.
7. Fermer xo'jaligini yo'lga qo'yish kabilardir.

Biznes-g'oyalardan xend- meyd loyihasi haqida fikr yuritadigan bo'lsak, ingliz tilidan tarjima qilinganda "hand-made" – "qo'lda qilingan" degan ma'noni ifodalaydi. Qo'l mehnati bilan yaratilgan buyumlarga nisbatan hozirgi kunda talabning oshib borayotganligini inobatga olgan holda aytish mumkinki, ayollarimiz uchun uyda o'tirib, yaxshigina daromad topish imkoni yaratiladi. Bu kabi biznes g'oyalarni yana ko'plab keltirishimiz mumkin, ammo, aynan yuqoridagi biznes g'oyalar o'zbek ayollarining oiladan ajralmagan holda yoki xonadondan tashqariga chiqmagan holda faoliyat yuritish imkonini beradi.

Qolaversa, davlatimiz tomonidan yaratilayotgan imkoniyatlardan foydalanib, oilaviy biznesni yo'lga qo'yish va shu asosda o'z oilasining farovon, to'kin, tinch yashashiga zamin yaratish, albatta, maqsadga muvofiq deb o'ylayman.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги "2017-2021 йиллардаги Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича ҳаракатлар стратегияси" тўғрисидаги ПФ-4947-сонли Фармони. – Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 й. www.lex.uz.
2. Sraer D., Thesmar D. Performance and Behavior of Family Firms: Evidence from the French Market // Journal of the European Economic Association. – 2007. June.
3. Boltabaev M.R., Qosimova M.S., Ergashxodjaeva Sh.J., G'oyipnazarov I.K., Samadov A.N., Xodjaev R.S. Kichik biznes va tadbirkorlik. - T.: 2011 y.
4. G'oyibnazarov B.K., Rahmonov H.O., Otajonov SH.I., Almatova D.S. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik- mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy tnaqqiyotini yuksaltirish

omili.-Т.: Fan, 2011 у.

5. Shodmonovna F. S., Djuraevich K. S., Jamolovich A. R. The importance of economic efficiency in the enterprise and its theoretical aspects //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2021. – Т. 11. – №. 3. – С. 1337-1345.
6. Shodmonovna F. S., Bakhtiyorovna N. Z., Khaitovna S. M. The need for investment in the development of the country's economy and entrepreneurship //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2021. – Т. 11. – №. 3. – С. 1101-1108.
7. Эргашев Р. Х., Курбонов А. Б., Файзиева Ш. Ш. Совершенствование государственной поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане //Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Бизнес, инновации, информационные технологии, моделирование. – 2019. – С. 544-554.
8. Файзиева Ш. Ш., Бекназарова З. Д. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В БИЗНЕСЕ //Экономика и социум. – 2024. – №. 2-1 (117). – С. 1422-1428.
9. Dustova M., Ochilova S. Foreign experience of financial support of agricultural enterprises //The Innovation Economy. – 2023. – Т. 1. – №. 02. – С. 79-86.
10. Dustova M., Makhmutullayeva S. КАК ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ МЕНЯЕТ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННУЮ ЛОГИСТИКУ? //THE INNOVATION ECONOMY. – 2023. – Т. 1. – №. 03.