

BOZOR TALABIDAGI O'ZGARISHLARNING KICHIK BIZNES FAOLIYATIGA TA'SIRI

*Ilmiy rahbar: **Abdumo'minov Axrorbek**
Andijon davlat texnika instituti
"Iqtisodiyot" kafedrası i.f.f.d. (PhD) dotsenti,
Muxtarov Axrorbek Po'latjon o'g'li
Andijon davlat texnika instituti
"Iqtisodiyot" yo'nalishi 4-kurs talabasi*

Bozor iqtisodiyoti sharoitida talab va taklif o'rtasidagi muvozanat iqtisodiy faoliyatning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Ayniqsa, bozor talabidagi o'zgarishlar kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda iste'molchilar ehtiyojining tez o'zgarishi, raqobatning kuchayishi, raqamli texnologiyalarning rivojlanishi hamda global iqtisodiy jarayonlar kichik biznes subyektlaridan yuqori darajadagi moslashuvchanlikni talab qilmoqda [1]. Shu sababli bozor talabidagi o'zgarishlarni o'rganish va ularga mos strategiyalar ishlab chiqish kichik biznesning barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

Kichik biznes subyektlari yirik korxonalarga nisbatan bozordagi o'zgarishlarga tezroq moslasha olishi bilan ajralib turadi. Chunki ularning boshqaruv tizimi nisbatan ixcham bo'lib, yangi mahsulot yoki xizmatlarni joriy qilish imkoniyati yuqori hisoblanadi. Masalan, iste'molchilarning ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talabi ortishi natijasida ko'plab kichik ishlab chiqaruvchilar organik mahsulotlar ishlab chiqarishga o'tdi. Bu esa ularga yangi mijozlarni jalb qilish va bozordagi mavqeini mustahkamlash imkonini berdi.

Bozor talabidagi o'zgarishlarning eng muhim omillaridan biri iste'molchilarning didi va ehtiyojlarining o'zgarishidir [2]. Hozirgi davrda xaridorlar sifatli, tezkor va qulay xizmatlarni afzal ko'rmoqda. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning rivojlanishi iste'molchilarning tanlov imkoniyatlarini kengaytirdi. Natijada kichik biznes subyektlari marketing strategiyalarini doimiy ravishda yangilab borishga majbur bo'lmoqda. Masalan, avvallari an'anaviy savdo usullaridan foydalangan tadbirkorlar bugungi kunda onlayn savdo platformalari va ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulot sotishni yo'lga qo'ymoqda.

Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi bozor talabiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Elektron tijorat tizimlarining kengayishi natijasida iste'molchilar mahsulotlarni internet orqali xarid qilishga ko'proq moyillik bildirmoqda. Shu sababli kichik biznes subyektlari ham raqamli platformalardan faol foydalanishga o'tmoqda. Masalan, oziq-ovqat, kiyim-kechak va xizmat ko'rsatish sohasidagi ko'plab tadbirkorlar Telegram, Instagram va marketplace platformalari orqali savdo hajmini

oshirmoqda. Bu esa biznes faoliyatining geografik chegaralarini kengaytirib, yangi bozorlarga chiqish imkonini yaratmoqda.

Bozor talabidagi o'zgarishlarga inflyatsiya va iqtisodiy beqarorlik ham ta'sir qiladi. Narxlarining oshishi iste'molchilarning xarid qobiliyatini kamaytiradi, natijada ayrim mahsulotlarga bo'lgan talab pasayadi [3]. Bunday vaziyatda kichik biznes subyektlari xarajatlarni optimallashtirish, mahsulot assortimentini qayta shakllantirish va arzonroq alternativalarini taklif qilish orqali bozorda o'z o'rnini saqlab qolishga harakat qiladi. Masalan, iqtisodiy inqiroz davrida ko'plab kichik korxonalar premium mahsulotlardan ko'ra kundalik ehtiyoj mahsulotlariga e'tibor qaratgan.

Pandemiya davri bozor talabidagi keskin o'zgarishlarning yorqin misollaridan biri bo'ldi. COVID-19 pandemiyasi natijasida an'anaviy savdo va xizmat ko'rsatish faoliyatiga talab kamaydi, biroq onlayn xizmatlar va yetkazib berish tizimlariga talab keskin oshdi. Shu davrda moslashuvchan kichik biznes subyektlari elektron tijorat, onlayn buyurtma va kuryerlik xizmatlarini joriy qilish orqali faoliyatini saqlab qolishga muvaffaq bo'ldi. Moslasha olmagan korxonalar esa moliyaviy qiyinchiliklarga duch keldi. Bu holat kichik biznes uchun bozor talabini muntazam monitoring qilish naqadar muhim ekanligini ko'rsatdi.

Kichik biznes faoliyatiga mavsumiy talab o'zgarishlari ham katta ta'sir qiladi [4]. Ayrim mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talab yilning ma'lum davrlarida oshadi yoki kamayadi. Masalan, yoz mavsumida sovuq ichimliklar va turizm xizmatlariga talab ortsa, qish mavsumida issiq kiyim va isitish uskunalariga ehtiyoj kuchayadi. Shu sababli tadbirkorlar ishlab chiqarish hajmi va marketing faoliyatini mavsumiy talabga mos ravishda tashkil etishi lozim.

Bozor talabidagi o'zgarishlar kichik biznes subyektlarini innovatsion faoliyatga ham undaydi. Raqobat kuchaygan sharoitda korxonalar yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishga intiladi. Innovatsiyalar biznesning bozordagi mavqeini mustahkamlashga yordam beradi. Masalan, restoran va kafelar mobil ilovalar orqali buyurtma qabul qilish tizimlarini joriy qilmoqda. Bu esa mijozlar uchun qulaylik yaratish bilan birga xizmat ko'rsatish tezligini oshirmoqda.

Xorijiy mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, kichik biznesning muvaffaqiyati ko'p jihatdan uning bozor talabiga moslashuvchanligiga bog'liq. Masalan, Japan va South Korea kabi davlatlarda kichik biznes subyektlari innovatsion texnologiyalar va raqamli marketingdan keng foydalanadi. Natijada ular global bozorda ham raqobatlasha olmoqda. Rivojlangan davlatlarda davlat tomonidan kichik biznesni qo'llab-quvvatlash dasturlari ham talab o'zgarishlariga moslashishni yengillashtirmoqda.

O'zbekistonda ham kichik biznesni rivojlantirishga qaratilgan keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Soliq imtiyozlari, subsidiyalar, imtiyozli kreditlar va raqamli xizmatlarning rivojlanishi tadbirkorlik faoliyatining kengayishiga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, tadbirkorlar uchun bozor tahlili, marketing va raqamli

savdo bo'yicha bilimlarni oshirish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Chunki zamonaviy bozor sharoitida muvaffaqiyatga erishish uchun nafaqat mahsulot sifati, balki iste'molchilar talabini chuqur o'rganish ham zarur.

Bozor talabidagi o'zgarishlar kichik biznes subyektlari uchun ham imkoniyat, ham xavf omili hisoblanadi. Talabning o'zgarishi ayrim korxonalar faoliyatiga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin, biroq moslashuvchan va innovatsion yondashuvga ega bizneslar uchun yangi imkoniyatlar yaratadi. Shu sababli tadbirkorlar bozor tendensiyalarini doimiy ravishda kuzatib borishi, zamonaviy texnologiyalarni joriy qilishi va marketing strategiyalarini takomillashtirib borishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, bozor talabidagi o'zgarishlar kichik biznes faoliyatining rivojlanishiga kuchli ta'sir ko'rsatadi. Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida moslashuvchanlik, innovatsion yondashuv va raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish kichik biznesning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi asosiy omillar hisoblanadi. Shu bois kichik biznes subyektlari iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilgan holda faoliyat yuritishi, bozordagi o'zgarishlarga tez moslasha olishi va zamonaviy boshqaruv usullaridan keng foydalanishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Ikromov E. I. O 'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SAMARADORLIGINI OSHIRISH MUAMMOLARI VA ISHBILARMONLIK MUHITINI YAXSHILASH ISTIQBOLLARI //Gospodarka i Innowacje. – 2024. – T. 51. – C. 258-266.
2. Ergashev F., Ishturdiev H. Kichik biznes subyektlarining innovatsion loyihalarni moliyalashtirish yo'llari //Green Economy and Development. – 2024. – T. 2. – №. 9. – C. 664933.
3. Shodiyeva G., Tog'Ayeva D. A., Sultonov B. A. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni iqtisodiyotda tutgan o'rni //Academic research in educational sciences. – 2022. – T. 3. – №. 5. – C. 610-613.
4. Bazarova G. et al. SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN SOCIO ECONOMIC DEVELOPMENT ROLE AND IMPORTANCE //Экономика и социум. – 2024. – №. 10-1 (125). – C. 53-57.