

MAHALLA IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA TADBIRKORLIK EKOTIZIMI VA RAQAMLI MONITORINGNING O'RNI

Tuxtasinov Zafarjon Odiljonovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil tadqiqotchisi

<https://orcid.org/0009-0006-2728-9264>

tukhtasinovzafar@gmail.com

<https://doi.org/10.5281/zenodo.21332826>

Bugungi O'zbekistonda mahalla faqat yashash joyi yoki ijtimoiy muammolar muhokama qilinadigan hudud emas. Mahalla endi iqtisodiy faollik boshlanadigan, oilaviy daromad shakllanadigan, kichik biznes ilk qadamini tashlaydigan va hunarmandchilik yangi bozor sari yo'l oladigan muhim mikroiqtisodiy maydonga aylanmoqda. Har bir mahallada o'ziga xos imkoniyat bor: qayerdadir tikuvchilik rivojlangan, qayerdadir hunarmandchilik avloddan-avlodga o'tib keladi, boshqa bir hududda xizmat ko'rsatish, savdo, chorvachilik, oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlash yoki raqamli xizmatlar uchun qulay sharoit mavjud. Muhimi, ana shu imkoniyatni ko'ra bilish, uni to'g'ri baholash va iqtisodiy natijaga aylantirishdir.

Mahallalarda tadbirkorlikni rivojlantirish masalasi oddiy kredit ajratish yoki subsidiya berish bilan cheklanib qolmasligi kerak. Chunki tadbirkorlik pul bilan boshlanishi mumkin, ammo faqat pul bilan yashab keta olmaydi. Uning ortida bilim, tajriba, bozor, infratuzilma, moliyaviy intizom, marketing va doimiy maslahat turishi zarur. Bugun ayrim hollarda imtiyozli kreditlar real biznes salohiyatidan ko'ra murojaat faolligi yoki ehtiyoj darajasiga qarab taqsimlanadi. Natijada mablag' ajratiladi, lekin kutilgan iqtisodiy samara har doim ham yuzaga chiqmaydi. Shuning uchun moliyaviy qo'llab-quvvatlash "ehtiyot — salohiyat — biznes-reja — monitoring — natija" zanjiri asosida tashkil etilishi lozim.

Bu nimani anglatadi? Avvalo, tadbirkorlik qilmoqchi bo'lgan fuqaroning qaysi sohaga qiziqishi, qanday kasbiy ko'nikmaga ega ekani, oilaviy mehnat resurslari, mahsulot yoki xizmatga bozor talabi, mavjud infratuzilma va moliyaviy intizomi aniqlanishi kerak. Shundan keyingina kredit, subsidiya yoki grant ajratish maqsadga muvofiq bo'ladi. Eng muhimi, mablag' berilgandan keyin tadbirkor yolg'iz qoldirilmasligi zarur. Dastlabki 6–12 oy davomida unga soliq, buxgalteriya, marketing, mahsulotni sotish, elektron savdoga chiqish va biznesni kengaytirish bo'yicha amaliy ko'mak ko'rsatilsa, ajratilgan resurs haqiqiy iqtisodiy natija beradi.

Mahalla tadbirkorligini boshqarishda integral baholash alohida ahamiyatga ega. Chunki bir mahallada qaysi yo'nalishni rivojlantirish, qayerda moliyaviy resurs zarur, qayerda kasb-hunar o'qitish ustuvor, qayerda infratuzilma muammosi borligini taxmin bilan emas, aniq ko'rsatkichlar asosida bilish kerak. Buning uchun tadbirkorlik subyektlari soni, yangi tashkil etilgan bizneslar, oilaviy tadbirkorlik ulushi, bandlik darajasi, ishsizlik, kreditlardan foydalanish, subsidiya va grantlar samaradorligi, hunarmandchilik va kasanachilik darajasi, bozorga chiqish imkoniyati, raqamli xizmatlardan foydalanish hamda mahalliy daromadlar o'sishi kabi indikatorlar baholanishi zarur. Ana shu ko'rsatkichlar asosida har bir mahalla bo'yicha tadbirkorlik rivojlanish indeksi shakllantiriladi.

Bunday indeks mahallalarni "yuqori salohiyatli", "o'rta salohiyatli", "past salohiyatli" va "qo'llab-quvvatlashga muhtoj" guruhlariga ajratish imkonini beradi. Bu esa resurslarni teng taqsimlash emas, balki adolatli va manzilli yo'naltirishga xizmat qiladi. Masalan, yuqori salohiyatli mahallaga eksport, brend, elektron savdo va logistika kerak bo'lsa, qo'llab-

quvvatlashga muhtoj mahallaga avvalo o'qitish, infratuzilma, boshlang'ich kapital va maslahat xizmatlari zarur bo'lishi mumkin. Demak, har bir mahallaga bir xil yondashuv emas, uning iqtisodiy qiyofasiga mos boshqaruv chorasi kerak.

Mahallalarda tadbirkorlikni rivojlantirishning konseptual boshqaruv mexanizmi ana shu fikrga tayanadi. Bu mexanizm tashqi muhit, tadbirkorlik subyektlari, boshqaruv vositalari, raqamli monitoring, baholash, prognozlash va strategik qarorlarni yagona tizimga birlashtiradi. Uning birinchi bo'g'ini tashqi muhit omillaridir. Iqtisodiy sharoit, huquqiy-me'yoriy baza, institutsional muhit, raqamlashtirish darajasi, demografik holat, raqobat va infratuzilma mahalla tadbirkorligining rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bugungi tadbirkor uchun faqat mablag' emas, balki tezkor axborot, huquqiy himoya, raqamli xizmat va bozorga chiqish imkoniyati ham hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Ikkinchi muhim bo'g'in — mahalla tadbirkorlik subyektlaridir. Oilaviy tadbirkorlik, yakka tartibdagi tadbirkorlar, mikrofirmalar, kichik korxonalar, hunarmandlar, xizmat ko'rsatish subyektlari, kooperatsiya va klaster tashabbuslari mahalla iqtisodiyotining asosiy harakatlantiruvchi kuchidir. Ularning ehtiyoji ham bir xil emas. Oilaviy tadbirkorlik uchun mikroqarz va amaliy ko'nikma muhim bo'lsa, kichik korxona uchun bozor, logistika, elektron platforma va mahsulotni keng miqyosda sotish imkoniyati zarur. Shu bois boshqaruv mexanizmi tadbirkorlik subyektlarini farqlagan holda ishlashi kerak.

Uchinchi bo'g'in — takomillashtirilgan boshqaruv vositalaridir. Bunda tadbirkorlik tashabbuslarini aniqlash, mavjud resurslarni safarbar etish, moliyaviy qo'llab-quvvatlash, soliq-kredit imtiyozlari, subsidiya, ta'lim, konsalting, mentoring, kooperatsiya, marketing va savdo kanallarini kengaytirish ustuvor ahamiyat kasb etadi. Aslida mahalla darajasida tadbirkorlikni boshqarish faqat ma'muriy topshiriqlar tizimi emas, balki tashkiliy-iqtisodiy hamkorlik mexanizmidir. Unda mahalla, hokim yordamchisi, bank, soliq organlari, o'quv markazlari, jamoat tashkilotlari va bozor subyektlari yagona ekotizim sifatida ishlashi lozim.

Bugungi davrda bu tizimni raqamli boshqaruvsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. "Raqamli mahalla" platformasi, mahalla pasporti, GIS xaritalash, elektron reyestr, CRM tizimi, Big Data, marketplace va real vaqt rejimidagi monitoring boshqaruvni yangi bosqichga olib chiqadi. Bunday platformada biznes boshlash istagidagi fuqarolar, faol tadbirkorlar, kredit va subsidiya oluvchilar, o'quv kurslari ishtirokchilari, infratuzilma ehtiyojlari va loyihalar natijalari yagona bazada jamlanadi. Natijada qaysi loyiha ishlayotgani, qaysi biri to'xtab qolgani, qayerga qo'shimcha yordam kerakligi aniq ko'rinadi.

Mahalla iqtisodiyotini jonlantirishda mikroklastar yondashuvi ham katta imkoniyat yaratadi. "Bir mahalla — bir mahsulot" yoki "bir mahalla — bir ustuvor yo'nalish" tamoyili orqali hududning tabiiy va iqtisodiy ixtisoslashuvi aniqlanadi. Bir xil yoki o'zaro bog'liq faoliyat yurituvchi tadbirkorlar umumiy xomashyo, o'quv kursi, brend, marketing, logistika va sotuv kanallari orqali bir tizimga birlashtiriladi. Bu kichik ishlab chiqaruvchining yolg'iz kurashini kamaytiradi, tannarxni pasaytiradi, sifatni oshiradi va mahalliy brend shakllanishiga xizmat qiladi.

Mahalla tadbirkorligining natijasi faqat foyda yoki korxonalar soni bilan o'lchanmasligi kerak. Uning eng katta qiymati — ijtimoiy samaradadir. Tadbirkorlik rivojlansa, oilalar daromadi oshadi, ishsizlik kamayadi, yoshlar va ayollar iqtisodiy faolligi kuchayadi, kambag'allik qisqaradi, odamlarning o'z mehnati bilan daromad topishga ishonchi ortadi. Shu sababli baholash tizimida yangi ish o'rinlari, ayollar va yoshlarning tadbirkorlikdagi ulushi,

kam ta'minlangan oilalarning daromad manbalariga ega bo'lishi, norasmiy bandlikdan rasmiy faoliyatga o'tish kabi ko'rsatkichlar ham muhim o'rin egallashi lozim.

Eng muhimi, bu jarayonda teskari aloqa doimiy ishlashi kerak. Kredit kechikdimi, garov muammosi bormi, soliq yoki ro'yxatdan o'tishda qiyinchilik yuzaga keldimi, mahsulot sotilmayaptimi, xomashyo qimmatlashdimi — bularning barchasi “muammo — sabab — mas’ul tashkilot — yechim — muddat — natija” zanjiri orqali nazorat qilinishi zarur. Shundagina mahalladagi tadbirkorlik boshlang'ich qo'llab-quvvatlashdan doimiy hamrohlik va natijador boshqaruv bosqichiga o'tadi.

Xulosa qilib aytganda, mahalla tadbirkorligini rivojlantirishning yangi modeli “yakka tashabbus — kredit — faoliyat” ko'rinishidagi sodda yondashuvdan voz kechib, “ehtiyojni aniqlash — salohiyatni baholash — resurslarni birlashtirish — biznesni yo'lga qo'yish — bozorga chiqarish — monitoring qilish — natijani baholash” tizimiga o'tishni talab etadi. Bunda mahalla iqtisodiy faollikni shakllantiruvchi mikroinstitutga, hokimlik muvofiqlashtiruvchi markazga, banklar moliyaviy hamkorga, soliq organlari maslahat beruvchi institutga, o'quv markazlari inson kapitalini rivojlantiruvchi bo'g'inga aylanadi. Ana shunda mahalla nafaqat ijtimoiy boshqaruv maskani, balki hududiy iqtisodiy o'sishning haqiqiy tayanch nuqtasiga aylanadi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 3 dekabrda PF-29-son Farmoni «Mahallada tadbirkorlikni rivojlantirish, aholi bandligini ta'minlash va kambag'allikni qisqartirish bo'yicha davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlari to'g'risida» // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 21 dekabrda PF-209-son Farmoni «Mahalla institutining jamiyatdagi rolini tubdan oshirish va uni aholi muammolarini hal etishda birinchi bo'g'inga aylantirish chora-tadbirlari to'g'risida» // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi.
3. Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project.
4. Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. European Planning Studies, 23(9), 1759–1769.
5. Gafurov U. V. Mahallalarda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning amaliy jihatlari // Ilg'or iqtisodiyot va pedagogik texnologiyalar. — 2025. — № VI. — B. 794–799.
6. Ernazarova N. N. Oilaviy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish orqali kambag'allikni qisqartirish // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. — 2021. — № 3. — B. 253–258.