

KICHIK BIZNESDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINING O'RNI**Tukhtasinova Intizorkhon Sherzod qizi****Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tadqiqotchisi****Email: intizorsherzodovna@gmail.com****<https://doi.org/10.5281/zenodo.22245884>**

Bugungi kunda ayollar tadbirkorligini rivojlantirish kichik biznesni qo'llab-quvvatlash, aholi bandligini oshirish, oilalar daromadini ko'paytirish va inklyuziv iqtisodiy o'sishni ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Ayollarning tadbirkorlik faoliyatidagi ishtiroki nafaqat ularning iqtisodiy mustaqilligini kuchaytiradi, balki yangi ish o'rinlari yaratish, xizmatlar va ishlab chiqarish hajmini oshirish hamda hududlarda iqtisodiy faollikni kengaytirishga xizmat qiladi.

O'zbekistonda so'nggi yillarda ayollar tadbirkorligini rivojlantirish bo'yicha institutsional va moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmlari kengayib bormoqda. Milliy statistika ma'lumotlariga ko'ra, 2018–2025-yillarda ayol yakka tartibdagi tadbirkorlar soni 69,8 ming nafardan 129,6 ming nafarga yetib, 85,8 foizga oshgan. Mazkur davrdagi o'rtacha yillik o'sish sur'ati qariyb 9,3 foizni tashkil etgan. Bu ko'rsatkich ayollarning kichik biznesdagi iqtisodiy faolligi izchil ortib borayotganini ko'rsatadi.

2025-yil boshida ayollar rahbarligidagi kichik korxona va mikrofirmalar soni 43,9 mingtaga yetgan. Ularning asosiy qismi xizmatlar va savdo sohalarida faoliyat yuritadi. Mazkur ikki yo'nalishning umumiy ulushi 78 foizdan yuqori. Sanoat korxonalarining ulushi esa nisbatan past darajada qolmoqda. Bu holat, bir tomondan, xizmatlar va savdo sohalariga kirish uchun boshlang'ich kapital talabi nisbatan kamligini ko'rsatsa, ikkinchi tomondan, ayollar biznesini sanoat, IT, qayta ishlash, logistika, elektron tijorat va eksportga yo'naltirilgan yuqori qo'shilgan qiymatli sohalarda kengaytirish zarurligini anglatadi.

Hududiy jihatdan ayollar rahbarligidagi korxonalar yuqori darajada konsentratsiyalashgan. Toshkent shahri, Toshkent va Samarqand viloyatlarida jami ayollar rahbarligidagi kichik korxona va mikrofirmalarning yarmidan ko'pi joylashgan. Bu holat bozor sig'imi, moliyaviy va konsalting xizmatlari, logistika, raqamli infratuzilma hamda iste'molchilar zichligi ayollar biznesining hududiy rivojlanishiga sezilarli ta'sir ko'rsatishini anglatadi.

Ayollar tadbirkorligi bo'yicha ilmiy adabiyotlarda ham mazkur jarayon bir necha omillar bilan izohlanadi. Welter va Smallbone (2008) O'zbekiston misolida ayollar biznesining shakllanishiga formal va informal institutlar, oilaviy munosabatlar hamda gender rollari ta'sir qilishini asoslagan. Brush, de Bruin va Welter (2009) tomonidan taklif etilgan "5M" modeli esa tadbirkorlikni moliya, bozor va boshqaruv bilan bir qatorda oilaviy majburiyatlar va institutsional muhit orqali ham baholash zarurligini ko'rsatadi.

Minniti va Naudé (2010) ayollar tadbirkorligining rivojlanishi mamlakatning iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional sharoitlariga bevosita bog'liqligini ta'kidlaydi. Jennings va Brush (2013) esa ayollar biznesining samaradorligini faqat korxona hajmi va moliyaviy natijalar bilan emas, balki bandlik, barqarorlik va ijtimoiy natijalar orqali ham baholash lozimligini asoslaydi. Cytlak va Mamadaminova (2023) O'zbekistonda ayollar tadbirkorligining rivojlanishida biznes bilimlari, tajriba va qo'llab-quvvatlash imkoniyatlari haqidagi xabardorlik yetishmasligini muhim muammolardan biri sifatida qayd etadi. Saito va hammualliflar (2026) esa O'zbekistondagi ayol tadbirkorlar faoliyatida professional aloqalar, resurslarni safarbar qilish va ijtimoiy muhitga moslashishning muhimligini ko'rsatgan.

Tahlillar ayollar tadbirkorligini rivojlantirishda birinchi navbatda moliyaviy inklyuziyani kengaytirish zarurligini ko'rsatadi. Kichik biznes subyektlari uchun kredit, kafillik, lizing, faktoring, aylanma mablag'larni moliyalashtirish va eksport moliyasi instrumentlarini kengaytirish muhimdir. Ayollar biznesiga ajratilayotgan kreditlarni faqat hajm jihatidan emas, balki ularning biznesni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va daromadni oshirishga ta'siri bo'yicha baholash maqsadga muvofiq.

Ikkinchi muhim yo'nalish — ayollar biznesining tarmoq diversifikatsiyasini kuchaytirishdir. Bunda sanoat kooperatsiyasi, agroqayta ishlash, IT, elektron tijorat, logistika, dizayn, turizm va professional xizmatlar bo'yicha maxsus biznes akseleratorlarini tashkil etish samarali natija berishi mumkin.

Uchinchi yo'nalish tadbirkorlik kompetensiyalarini rivojlantirish bilan bog'liq. Ayollar uchun biznes-rejalashtirishdan tashqari moliyaviy boshqaruv, raqamli marketing, soliqqa tortish, eksport, standartlashtirish, davlat xaridlari va investorlar bilan ishlash bo'yicha amaliy treninglar tashkil etilishi lozim. Mentorlik va biznes tarmoqlariga ulanish ushbu jarayonning samaradorligini oshiradi.

To'rtinchidan, hududlar kesimida differensial siyosat yuritish zarur. Ayollar biznesi kam rivojlangan hududlarda biznes inkubatorlari, konsalting markazlari, bank xizmatlari va elektron savdo infratuzilmasini rivojlantirish talab etiladi.

Xulosa qilib aytganda, ayollar tadbirkorligi O'zbekistonda kichik biznesning barqaror rivojlanishi, yangi ish o'rinlari yaratilishi va iqtisodiy faollikning kengayishida muhim o'rin tutadi. Kelgusida davlat siyosati ayollar biznesining faqat sonini oshirishga emas, balki uning iqtisodiy samaradorligi, yashovchanligi, tarmoq diversifikatsiyasi, eksport salohiyati va investitsion jozibadorligini oshirishga qaratilishi lozim. Ayollarni yuqori iqtisodiy salohiyatga ega mustaqil biznes subyekti sifatida qo'llab-quvvatlash mamlakatning inklyuziv va barqaror iqtisodiy rivojlanishiga xizmat qiladi.

Adabiyotlar, References, Литературы:

1. Welter, F., & Smallbone, D. (2008). Women's entrepreneurship from an institutional perspective: the case of Uzbekistan. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 505–520. <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0087-y>.
2. Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>.
3. Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What Do We Know About The Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries? *The European Journal of Development Research*, 22, 277–293. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.17>.
4. Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *Academy of Management Annals*, 7(1), 663–715. <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.782190>.
5. Cytlak, I., & Mamadaminova, N. (2023). Empowering women, empowering nations: women's entrepreneurship in Uzbekistan. *Rocznik Pedagogiczny*, 46, 117–135. <https://doi.org/10.14746/rp.2023.46.8>.