



Tashkent State University of Economics

JOURNAL OF INTERNATIONAL FINANCE AND ACCOUNTING

ISSN
2181-1016



TADBIRKORLIK VA UNING MODELLARI TO'G' RISIDA ILMIY QARASHLAR

Sayfullayeva Maftuna Alisher qizi
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
tayanch doktoranti,
Toshkent, O'zbekiston.
e-mail: m.sayfullayeva@tsue.uz
Orcid: 0009-0002-8024-4402

SCIENTIFIC VIEWS ON ENTREPRENEURSHIP AND ITS MODELS

Sayfullayeva Maftuna Alisher qizi
Tashkent State University of Economics
PhD student,
Tashkent, Uzbekistan
e-mail: m.sayfullayeva@tsue.uz
Orcid: 0009-0002-8024-4402

Annotatsiya: Mazkur maqolada tadbirkorlik va uning modellari to'g'risida ilmiy qarashlarini rivojlantirish mexanizmlari va ularni qo'llab-quvvatlash strategiyasini shakllantirishning nazariy asoslari tadqiq etilgan. Tadbirkorlik sohasidagi yangiliklar global miqyosda iqtisodiyotni o'zgartirib, quvvatlantirmoqda. Tadbirkorlar bandlik, sarmoya va sanoat sur'atlarining oshishiga hissa qo'shyabdi. Texnologiyalarga tayangan holda yuritilayotgan tadbirkorlik modellari eng raqobatbardosh tadbirkorlik sohasiga aylangan.

Kalit so'zlar: tadbirkorlik, milliy iqtisodiyot, iqtisodchi, mikroiqtisodiy va makroiqtisodiy tahlillar, korxonalar, model.

Abstract: This article examines the mechanisms for developing scientific perspectives on entrepreneurship and its models, as well as the theoretical foundations for formulating a support strategy. Innovations in the field of entrepreneurship are transforming and strengthening the global economy. Entrepreneurs are contributing to increased employment, investment, and industrial

growth. Technology-driven entrepreneurial models have become the most competitive sector in entrepreneurship.

Keywords: support strategy, entrepreneurship, technology, entrepreneurs, innovations, strategy, employment, investment.

Kirish. Ma'lumki, tadbirkorlik noaniqlik sharoitida tavakkalchilik va intuitiv qaror qabul qilish bilan bog'liq bo'lib, qaror qabul qilishda olimlar faqat empirik tadqiqotlar natijasida olingan faktlar va dalillarga tayanadilar.

Tadbirkorlik milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, bozor iqtisodiyotini faol shakllantirishni rag'batlantirish, raqobatbardosh bozor mexanizmini rivojlantirish, iqtisodiyotning barqaror o'sish sur'atlarini ta'minlashning asosiy ichki strategik omili sifatida e'tirof etilgan. Shu bilan birga, tadbirkorlik uning iqtisodiy mohiyati va mazmunini ilmiy tushunish, shakllanish va rivojlanish yo'llarini tadqiq etish orqaligina iqtisodiy taraqqiyotning barqaror manbaiga aylanishi mumkin. Tadbirkorlik uzoq tarixiy taraqqiyotni bosib o'tganiga qaramay, bu jarayonni

umume'tirof etgan, yagona tushunchaga hali erishilgani yo'q.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotni olib borish davomida ilmiy tadqiq etish, umumlashtirish, guruhlashtirish, taqqoslama usullar, iqtisodiy tahlil, statistika, qiyosiy taqqoslash, kuzatuv kabi usullardan foydalanilib, o'z oldiga tadbirkorlik sohasida raqobatbardoshlikni oshirishning zamonaviy modellari bo'yicha ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish kabi ustuvor yo'nalishlar ilg'or surilgan.

Vatandoshimiz Kurpayanidi Konstantin o'z tadqiqotini tadbirkorlik to'g'risida ilmiy-nazariy g'oyalarni, tahlillarini hisobga olgan holda ishlab chiqqan. Tadqiqotdan ko'zlangan asosiy maqsad, tadbirkorlikning kontseptual asoslari va rivojlanish modellarini ko'rib chiqish. Unda iqtisodchilarning iqtisodiyotdagi institutsional o'zgarishlarni hisobga olgan holda tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish kontseptsiyalari va modellarining mohiyati haqidagi fundamental qarashlari yoritilgan. Klassik iqtisodiy nazariyotchilar va zamonaviy iqtisodiy maktab vakillarining qarashlari tizimlashtirilgan. Tadqiqotda taqqoslash, analogiya, tahlil va sintez kabi usullar va tizimli yondashuv qo'llanilgan. Muallif kichik tadbirkorlikni ikki, yani mikroiqtisodiy va makroiqtisodiy nuqtai nazardan ko'rib chiqib, tadqiqotini yanayam yorqinroq ko'rsatib bera olgan. Birinchisi tadbirkorlikning ichki muhitiga taalluqli bo'lsa, ikkinchisi tadbirkorlikning tashqi muhitiga taalluqlidir, bu esa umuman kichik biznes va individual korxonalarining holati va rivojlanishiga, shuningdek, iqtisodiy agentlarning xatti-harakatlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Tadbirkorlik tarixiga nazar tashlaydigan bo'lsak, XXasr oxiri - XXI asr boshlariga kelib, milliy iqtisodiyotda

tadbirkorlik sektorining roli sezilarli darajada oshdi. Bu tendensiya ko'pchilik rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar ro'yxatidan joy olgan davlatlarda ko'p uchraydi. Shunday qilib, Evropa Ittifoqi mamlakatlari ma'lumotlariga ko'ra, tadbirkorlik sohalari barcha korxonalar va tashkilotlarning 90% dan ortig'ini tashkil qiladi, mehnatga layoqatli aholining qariyb 67 foizini ish bilan ta'minlaydi va yalpi qo'shilgan qiymatning 58 foizini tashkil qiladi¹.

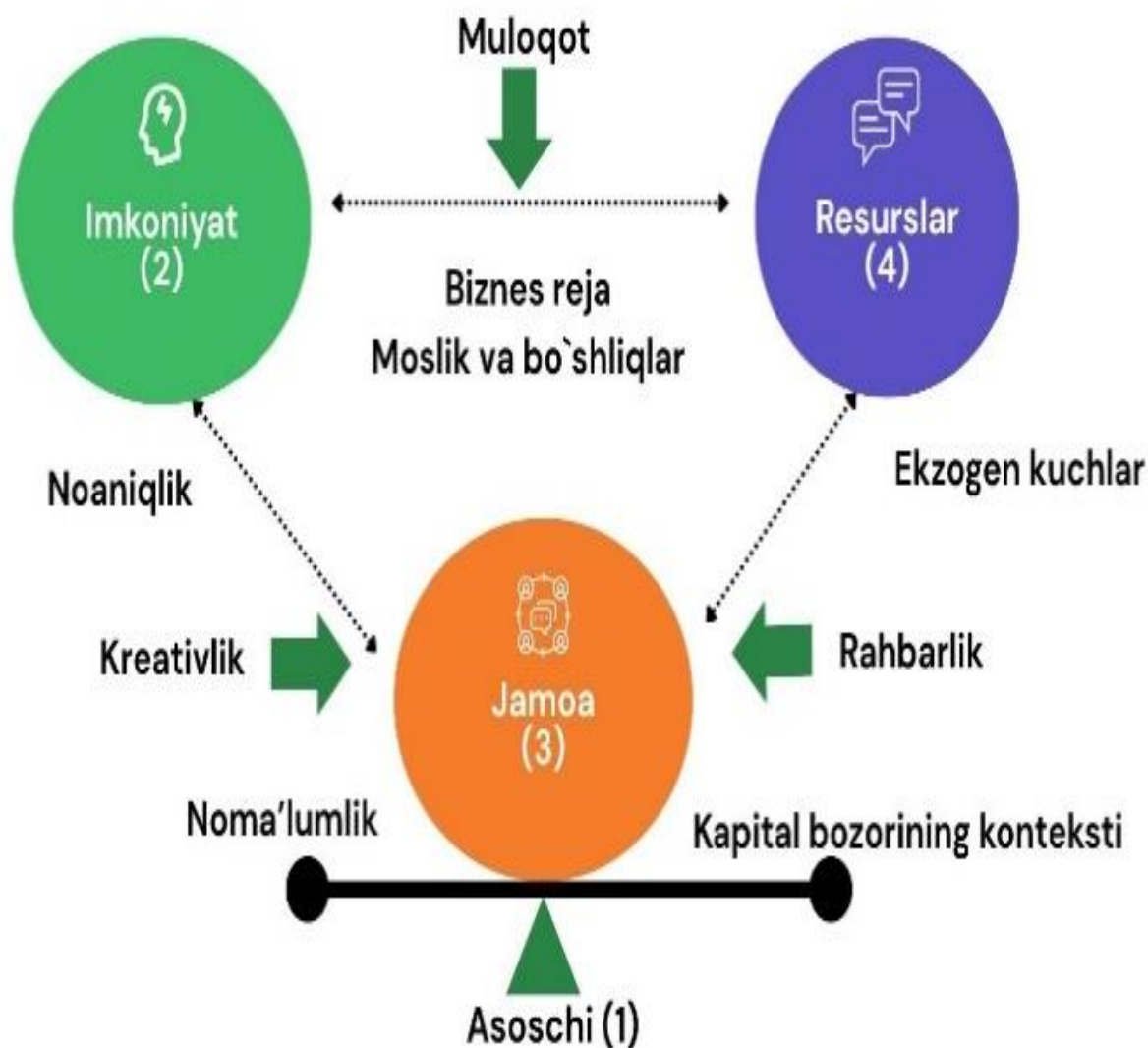
Garchi so'nggi o'n yillikda tadbirkorlik tushunchasi ommalashgan atama bo'lib qolgan bo'lsa-da, uning ildizlari XVIII asr boshlariga borib taqaladi. Har bir asrda tadbirkorlarning ko'plab muvaffaqiyatli tarixi mavjud bo'lib, raqamli asr, internet va globalizatsiya rivojlanishi bilan cheksiz imkoniyatlar Stiv Jobs, Bill Geyts va Mark Tsukerberg kabi muvaffaqiyatli tadbirkorlar tomonidan egallandi; ular tadbirkorlik sohasidagi tashabbuslari orqali shu sohada ilg'or insonlar sirasiga aylanishgan.

Ushbu tadqiqot uchun ko'rib chiqilgan birinchi model Zafar (1983)ga tegishli bo'lib, u tadbirkorlik muvaffaqiyati bo'yicha mahalliy (hind) modelni taklif qilgan. Ushbu modelga ko'ra, tadbirkorlikni rivojlantirish tadbirkorlik xususiyatlari (Et), imkoniyat (Op), ko'nikmalar (Sk), loyiha hisobotiga (Pr), moliya (F), infratuzilma (If) va atrof-muhitga (En) bog'liq. Ushbu omillarning har biri o'z navbatida o'zgaruvchilarga bo'linadi.

Ushbu model tadbirkorning iqtisodiyoti va psixologiyasi hamda ijtimoiy muhitga asoslangan. Garchi u juda eski model bo'lsa-da, u Hindiston kontekstida yaratilganligi sababli ushbu tadqiqot uchun dolzarb hisoblanadi. Ushbu modelda tadbirkorlik motivatsiyasi, qarash, strategik

¹¹ Bosma N., Kelley D. Global Entrepreneurship Monitor. 2018/2019 Global report. GEM, 2019. 151 p

rejalashtirish va innovatsiya kabi ba'zi fundamental mikro omillar hamda jamoa, tadbirkorlik madaniyati va tadbirkorlik tarmog'i kabi makro omillar yetishmaydi.

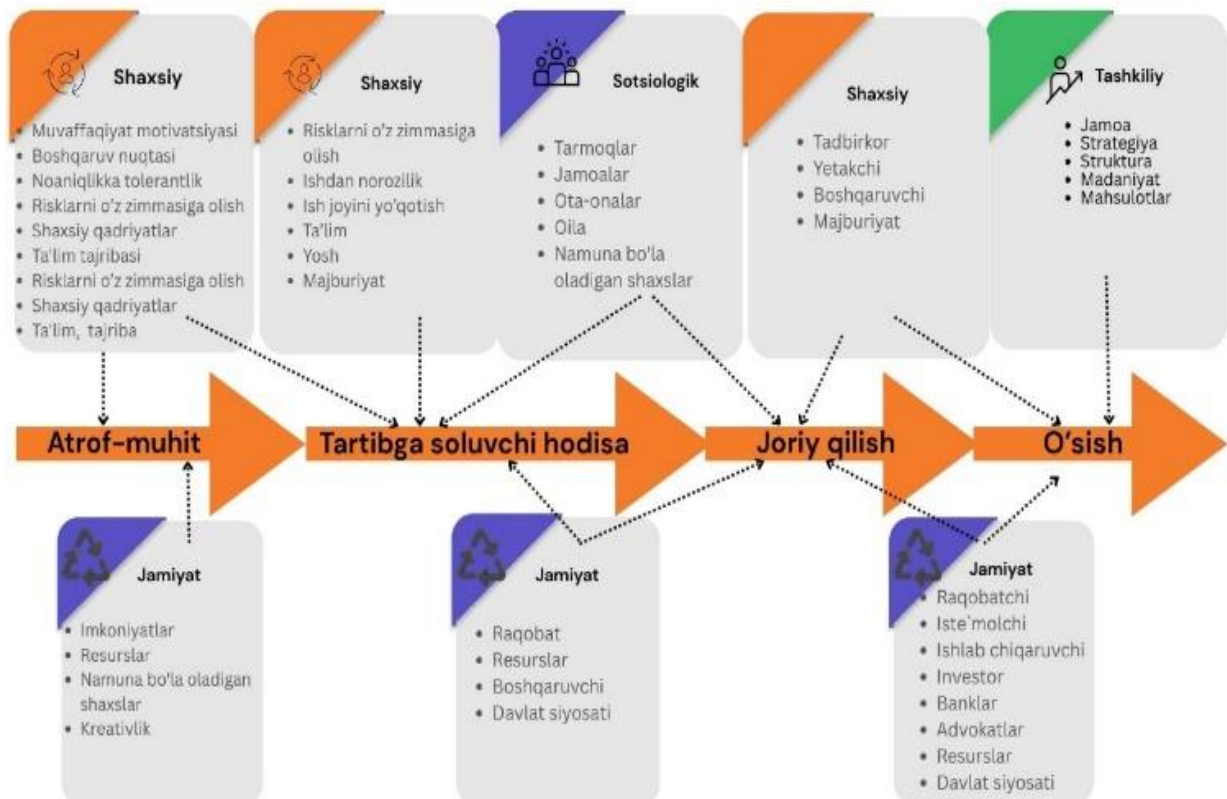


1-rasm. Timmons tadbirkorlik jarayoni modeli²

² <https://rangamini.wordpress.com/2019/12/30/a-simple-guide-on-entrepreneurship-process/> Ma'lumotlarga asosan muallif ishlanmasi

Tadbirkorlik jarayoni haqida gap ketganda, Timmonsning tadbirkorlik jarayoni modeli (1989) va Hisrich hamda Petersning tadbirkorlik jarayoni modeli (2002) tadbirkorlar tomonidan diqqat bilan o'rganilishi lozim bo'lgan ikki taniqli model hisoblanadi. Timmonsning modeliga ko'ra, tadbirkorlik deyarli hech narsadan nimadir yaratish va barpo qilish qobiliyatidir, 1-rasmda ko'rsatilganidek, tadbirkorlik jarayoni modeli uchta asosiy omilni – imkoniyat, resurslar va jamoani – o'z ichiga oladi, va bu uch omil uchun asosiy tarkibiy qism tadbirkordir. Timmons modeli imkoniyatlarni aniqlash, baholash va ulardan foydalanish jarayonini resurslarni jalb qilish va jamoani rivojlantirish bilan muvozanatlashtirilishi kerakligini aniq ko'rsatadi (Maria va boshq., 2007). Timmons modeli ramkada tasvirlangan uch element o'rtasidagi muvozanatga urg'u beradi. Imkoniyatlar, jamoa va resurslar

o'rtasidagi muvozanatni tushunish juda muhim, chunki bu ma'lum bir tadbirkorlik loyihasi va jarayonining muvaffaqiyatiga olib keladi. Resurslar omili esa tadbirkorga imkoniyatni qo'lga kiritish va foyda olish imkonini beradigan biznes tashabbusini yaratish uchun zarur bo'lgan tarkibiy qismlar, resurslar va infratuzilmalarni ko'rib chiqadi. Tadbirkor va jamoa o'rtasidagi yaxshi sinergiya, muvaffaqiyatli biznes uchun zarurdir. Timmons modelida e'tiborga olinishi lozim bo'lgan eng muhim jihat shundaki, bu uch omilning barchasi tadbirkor poydevoriga asoslangan va tadbirkor bo'lmasa, tadbirkorlik jarayoni bo'lmaydi. Biroq, mahalliy madaniy va tarmoq omillari kiritilmaganligi sababli, atrof-muhit konteksti to'liq qamrab olinmagan, yani Timmons modeli ishlab chiqilayotganda tadbirkorlik sohasiga ijtimoiy nuqtai nazardan qaralmagan.



2- rasm Hisrich va Petersning tadbirkorlik jarayoni modeli³

³ Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib muallaf ishlanmasi

Tadbirkorlik jarayonini tushuntirish uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan yana bir model – Hisrich va Petersning tadbirkorlik jarayoni modeli (Rasm 2). Ushbu model tadbirkorlik jarayonidagi to'rtta asosiy bosqichga e'tibor qaratadi: innovatsiya, tartibga soluvchi hodisa, amalga oshirish va o'sish. Ushbu model ijtimoiy-ilmii nuqtai nazardan tadbirkorlikka, keyin esa boshqaruvga o'tishni ta'minlaydi. Bu model tadbirkorlik jarayonining muvaffaqiyati uchun nihoyatda muhim bo'lgan faoliyat va funksiyalarga asoslangan bo'lib sotsiologik hamda atrof-muhit omillarini inobatga oladi. 2-rasmda ko'rsatilganidek, u innovatsiya, ishga tushirilgan innovatsion g'oyani amalga oshirish va oxirgi bosqichi o'sish bosqichi bo'lib, bu yerda biznes yuqori rentabellikka ega barqaror holatga yetadi. Shuning uchun Hisrich va Petersning tadbirkorlik jarayoni modeli har bir tadbirkor uchun biznes muvaffaqiyatini maksimal darajada oshirishda foydalanish mumkin bo'lgan qimmatli vosita ekanligi xulosasini chiqarish mumkin.

Timmons modelida muhokama qilingan faoliyatlarga qo'shimcha ravishda bu modelda biznesni amalga oshirish va rivojlantirish kabi boshqa ko'plab elementlar va faoliyatlar ham inobatga olinadi, bu yuqoridagi 2-rasmda ko'rsatilgan, yani atrof-muhit va ijtimoiy omillar yangi tashkilotning paydo bo'lishiga sabab bo'ladi. Izlanishlar natijasida Timmons hamda Hisrich va Peterson modellari solishtirilganda, Timmons ramkasi tadbirkorlikka ijtimoiy nuqtai nazarni e'tiborga olmaydi, degan xulosaga kelish mumkin. Chunki o'zgarish, innovatsiya va noyob g'oyalar Timmons modelining asosi bo'lib, ular faqat shaxsiy fikrlar va bozor tahlilidan kelib chiqqan holda rag'batlantirilishi mumkin. Timmonsning "tadbirkorlik jarayoni modeli"ga

qo'shimcha ravishda, Hisrich va Petersning "tadbirkorlik jarayoni" modeli ijtimoiy va atrof-muhit omillariga ham e'tibor qaratadi, bu esa yangi g'oya va o'zgarishni rag'batlantirishga yordam beradi,

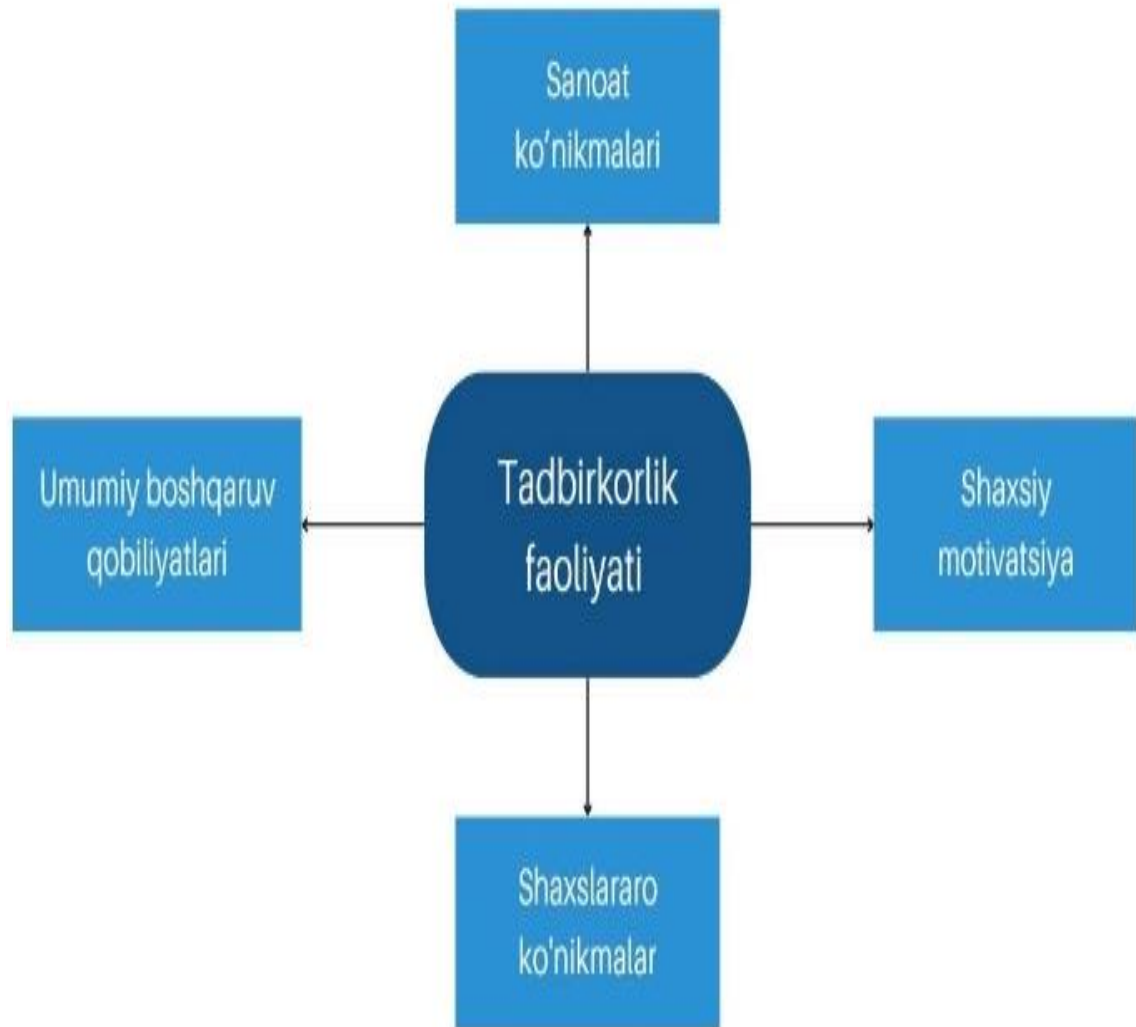
Biroq, tadbirkorlik omillari o'rtasidagi o'zaro ta'sirlarni inobatga olsak, Hisrich va Petersning "tadbirkorlik jarayoni" modeli aniq bahsli implikatsiyalar ham mavjudligi ko'rinadi. Masalan, sadoqat faqat tartibga soluvchi hodisa yoki turtki beruvchi voqea bosqichida emas, balki barcha bosqichlarda zarur.

Uchinchi model sharhi Andreas Rauch va Michael Frese (2000)ga tegishli bo'lib, ular tadbirkorlik muvaffaqiyatining umumiy modelini taklif qilgan. Shu bilan birga, model intilishlarsiz muvaffaqiyat bo'lmasligi va modelning markazida aynan shu kriteriya turishini ta'kidlaydi. Boshqacha qilib aytganda, rejalashtirish va qaror qabul qilish muvaffaqiyatning asosiy omillari bo'lib, model bozorni imkoniyatlardan foydalanish bo'yicha maqsad va g'oyalarga ega sub'ektlardan iborat deb hisoblaydi.

Bu tadqiqotda tadbirkorlik xulq-atvorini bashorat qilishda Big Five kabi keng qamrovli xususiyat toifalari o'rniga motivatsiya kabi aniq xususiyatlarni o'rganish taklif qilinadi. Ikkinchidan, shu bilan bog'liq ravishda, bu xususiyat tadbirkorlik vazifalariga mos keladimi yoki yo'qligini aniqlash prinsiplari, nafaqat biznes yaratish, balki biznes muvaffaqiyatini ham o'rganish, shaxsiyat va tadbirkorlik o'rtasidagi munosabatning to'liq manzarasini taqdim etish uchun xususiyatlarning to'liq to'plamini sinovdan o'tkazishga intiladi, bu esa qaysi xususiyatlar tadbirkorlik muvaffaqiyatini haqiqatan ham prognoz qilishi mumkinligi savoliga empirik javob berishga imkon beradi.

Ushbu model korxonaning muvaffaqiyatiga hissa qo‘shadigan atrof-muhit ta‘sirini hisobga olmaydi. Shuning uchun bu modelda ko‘proq shaxsga e‘tibor qaratilgan va tadbirkorlikdagi atrof-muhit kontekstiga deyarli ahamiyat qaratilmagan. Agar meta-tahlil shaxs va biznes muvaffaqiyati o‘rtasidagi munosabatlarni

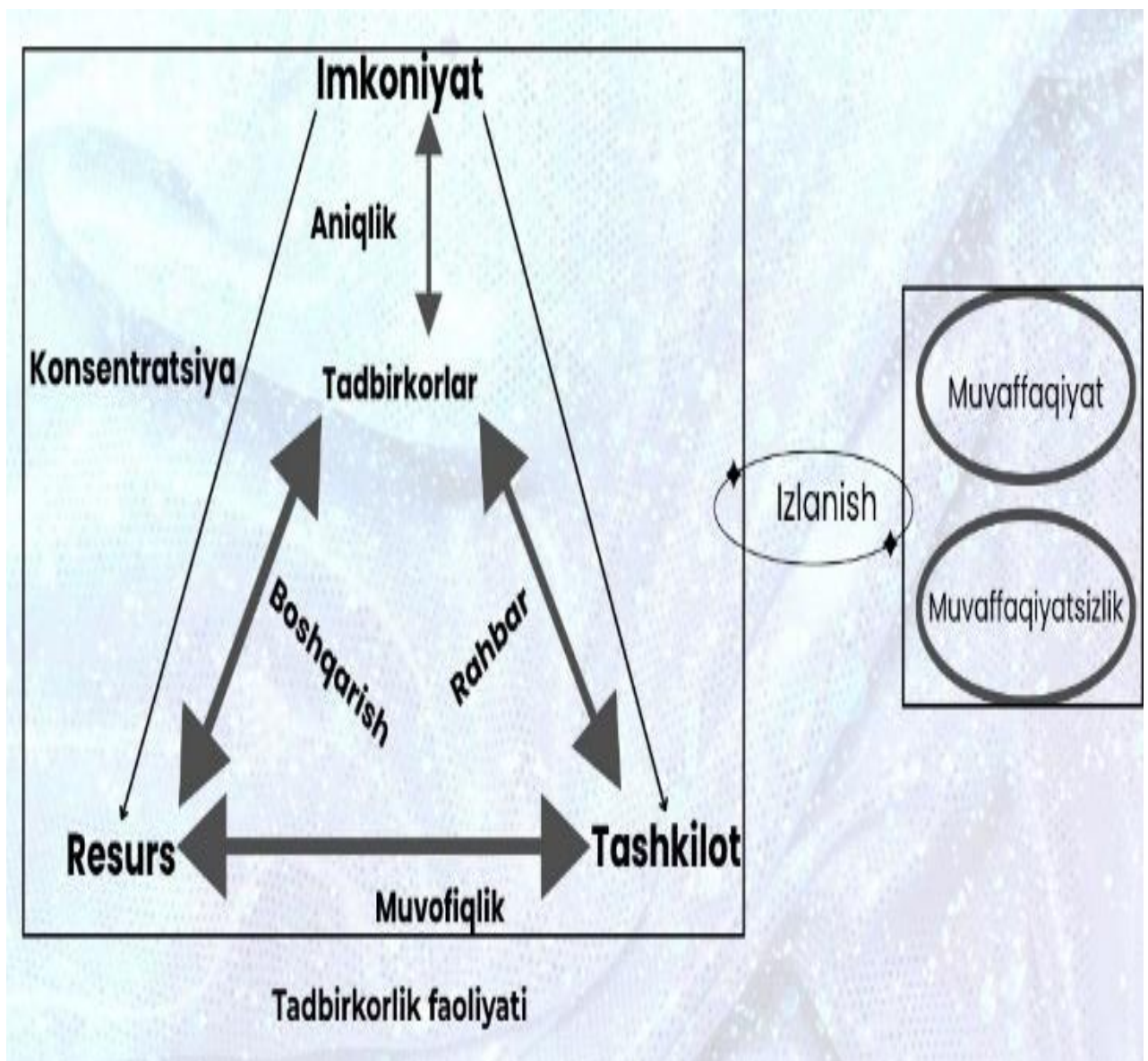
muhim deb topsa, tadbirkorlik nazariyalari shaxs dinamikasini hisobga olishi, model yaratishda esa biznes muvaffaqiyatini prognoz qilishda atrof-muhit va sanoat sharoitlari kabi omillarni ham inobatga olishi kerak.



3- rasm Wickhamning tadbirkorlik samaradorligi modeli⁴

⁴ Tendai Chimucheka ning “[the impact of entrepreneurship education on the performance of small, micro and medium enterprises in the buffalo city metropolitan municipality](#)” avtoreferati asosida, muallif ishlanmasi

Ko'rib chiqilgan to'rtinchi model - Wickhamning tadbirkorlik samaradorligi modeli bo'lib, tadbirkorlik samaradorligi korxonada faoliyat yuritayotgan soha bo'yicha yaxshiroq bilim, boshqaruv va shaxslararo ko'nikmalarga ega bo'lishi hamda korxonani muvaffaqiyatli qilishga intiluvchi tadbirkorlik motivatsiyasiga ega bo'lishi bilan yaxshilanadi.



4- rasm Wickhamning tadbirkorlik samaradorligi modelidan xulosalar⁵

⁵ Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib muallaf ishlanmasi

Ushbu model ma'muriy va shaxslararo ko'nikmalarni tadbirkorlik samaradorligini yaxshilashdagi asosiy omillar deb hisoblaydi va tadqiqot natijalariga ko'ra, innovatsiya, tadbirkorning mantiqiy firklash doirasi, diqqat markazida turadi. Shuning uchun ushbu modelda mikro omillar to'liq qamrab olinmagan. 4- rasmga ko'ra, Boshqaruv bilimlari, shaxslararo ko'nikmalar, motivatsiya va soha bilimi firma muvaffaqiyati uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Bu modelda shu qatorda boshqa aspektlar, ya'ni tadbirkorlik motivatsiyasi va shunga o'xshash jihatlar e'tiborga olinmagan. Xuddi shunday, makro omillar nuqtai nazaridan model faqat bitta makro omilni o'z ichiga oladi. Shuning uchun, bu model tadbirkorlik muvaffaqiyati uchun eng yaxshi modelni ishlab chiqishda benchmark sifatida foydalanish uchun keng qamrovli model emas.

Tadbirkorlik sohasidagi yana bir model Michael H. Morris, Donald F. Kuratko and Minet Schindehuttelarga (2005) tegishli bo'lib, u Tadbirkorlikning integratsion modeli deb ataladi. Bu model tadbirkorlikdagi bir qator omillar – jarayon, tadbirkor, atrof-muhit, biznes g'oya, resurslar va tashkiliy kontekst – o'rtasidagi o'zaro ta'sirlar natijasi degan tushunchaga asoslanadi.

Tadbirkorlik jarayoni tizimi oltita bosqichdan iborat. Birinchi ikkita bosqich – imkoniyatni aniqlash va biznes-g'oyani ishlab chiqish jarayonning g'oya paydo bo'lish bosqichini tashkil etadi. Qolgan bosqichlar amalga oshirishga qaratilgan. Shunday qilib, tadbirkor zarur resurslarni baholaydi va qo'lga kiritadi, konsepsiyani amalga oshiradi, biznesni boshqaradi va nihoyat loyihadan foyda oladi.

Tahlil va natijalar. Ushbu modellar keng qamrovli bo'lsa-da, tadbirkorlik sohasi o'rganilganda mazmun jihatidan cheklangan. Masalan, tadbirkor omili to'liq o'rganilmagan va u shunchaki modelga kiritilgan. Boshqacha qilib aytganda, ushbu model Timmonsning Tadbirkorlik jarayoni – tadbirkor ustunligi modeliga to'liq qarama-qarshi.

Resurslarga asoslangan tadbirkorlik nazariyasi asoschilarning resurslarga kirish imkoniyati imkoniyatga asoslangan tadbirkorlik va yangi korxonalar o'sishining muhim prognoz qiluvchisi ekanligini ta'kidlaydi. Ushbu nazariya moliyaviy, ijtimoiy va inson resurslarining ahamiyatini alohida qayd etadi. Moliyaviy, ijtimoiy va insoniy kapitallar tadbirkorlikni rivojlantirish uchun muhimdir.

Tadbirkorlik sohasida uchraydigan imkoniyatlarni o'rganish tadbirkorlik faoliyatini baholash uchun ham muhim. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, tadbirkorlar mavjud bozorlarda ekzogen zarbalar natijasida yaratilgan ob'ektiv imkoniyatlarni kashf etadilar, tadbirkorlik faoliyatining bir qismi sifatida endogen tarzda yaratilgan va amalga oshirilayotgan subyektiv imkoniyatlardan foydalanadilar. Shunday qilib, tadbirkorlik tadqiqotlari sohasida ikkita asosiy istiqbol mavjud, tadbirkorlik sohasi ishtirok etayotgan shaxslar tomonidan tadbirkorlik imkoniyatlarini ochish va bu imkoniyatlarni amalga oshirish uchun qo'llaniladigan harakat usullari bilan bog'liq bo'lishi kerak, yana bir g'oya tadbirkorlik bo'yicha tadqiqotlar yangi korxonalar va uning iqtisodiy taraqqiyotni rag'batlantirishdagi roliga e'tibor qaratish kerak.

Xulosa. Tadbirkorlik muvaffaqiyatlari modellari bo'yicha tahlil va muhokamaga asoslanib, ushbu modellarda keng qamrovli model yaratish uchun ijtimoiy, moliyaviy va inson kapitalning uchala turi hamda boshqa ba'zi tashqi omillar zarurligi ko'rsatiladi. Biroq, modellarda insoniy kapital miqdori ko'p, ijtimoiy va moliyaviy kapital esa kamroq o'z ichiga oladi. Bu shuni anglatadiki, ushbu modellarda insoniy kapitalga katta e'tibor qaratilgan, ijtimoiy

va moliyaviy kapitalga esa kamroq e'tibor berilgan. Ushbu nuqtai nazardan qaralganda, bu kapital turlarini modeldagi kombinatsiyasi tadbirkorlik muvaffaqiyatini izohlashi mumkinligi ta'kidlanadi. Shunday qilib, muvaffaqiyatning haqiqiy ildiz sababi korxonada faoliyat yuritadigan turli omillar kombinatsiyasida yotishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Robert D. Hisrich, Michael P. Peters and Dean A. Shepard, - SEDME (Small Enterprises Development, Management & Extension Journal)1–2 p. 2021
2. Chimucheka Tendai 2012, "The impact of entrepreneurship education on the performance of small, micro and medium enterprises in the buffalo city metropolitan municipa" Dissertation. University Of Fort HARE South Africa
3. Aderemi H.O., Ilory M.O., Siyanbola W.O, Adegbite S.A. and Abereijo I.O. 2008. An assessment of the choice of performance of women entrepreneurs in technological and non-technological enterprises in South Western Nigeria. African Journal of Business Management, 2(10):165-176.
4. Antonites A.J. 2003. An Action Learning Approach to Entrepreneurial activity, innovation and opportunity finding. PhD. University of Pretoria. <http://74.125.77.132/search/q=cache.DIZnExwD91tmw.j.ftp/ftp.zew.de/pub> [Accessed: 10 July 2009]
5. Marten F. 2005. "Destined for Success in Small Business". Canadian Institute of Chartered Accountants, 138(2):12-14.