

30-Sentabr, 2024-Yil

BIZNES LOYIHALARINI MOLİYALASHTIRISH AMALIYOTINI

TAKOMILLASHTIRISH

Sobirov Akram Mahmudovich

Bank-moliya akademiyasi

Loyiha boshqaruvi mutaxassisligi magistranti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.13729928>

Annotatsiya. Ushbu maqolada biznes loyihalarini moliyalashtirish amaliyotini takomillashtirish xususida mulohazalar berilgan. Biznes loyihalarini kichik biznes korxonalari uchun ahamiyati xususida asoslar berilgan. Kichik biznes korxonalarida loyihalarni moliyaviy tarzda amalga oshirish muhim unsur hisoblanadi.

Kalit soʻzlar: biznes, loyiha, loyihalarni moliyalashtirish, moliyalashtirish amaliyoti, biznes treninglari.

IMPROVING THE PRACTICE OF FINANCING BUSINESS PROJECTS

Abstract. This article provides comments on improving the practice of financing business projects. Reasons are given for the importance of business projects for small business enterprises.

Financial implementation of projects in small business enterprises is an important element.

Keywords: business, project, project financing, financing practice, business training.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРАКТИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ

Аннотация. В статье представлены комментарии по совершенствованию практики финансирования бизнес-проектов. Обоснована важность бизнес-проектов для предприятий малого бизнеса. Важным элементом является финансовая реализация проектов на предприятиях малого бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, проект, проектное финансирование, практика финансирования, бизнес-тренинг.

Bugun biznes loyihalari, tadbirkorlik, turli xil biznes korxonalari O'zbekiston Respublikasi taraqqiyotining ajralmas bir kuchiga aylandi desak, hech mubolag'a bo'lmaydi. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilayotgan jamiyatimizda kichik biznesga, kichik biznes tashkilotlariga e'tibor juda katta. Iqtisodiy tarmoqlarning tamal negizida ularning ishlab chiqarish jarayonini mexanizatsiya qilish, ularni texnik va texnologik jihatdan qo'llab-quvvatlash, respublikada kichik biznes korxonalarining investitsion bazasini yo'lga qo'yish va uni yanada takomillashtirish uchun ko'plab chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

30-Sentabr, 2024-Yil

Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev ta'kidlaganidek: “Agar jamiyat hayotining tanasi iqtisodiyot bo'lsa, uning joni va ruhi ma'naviyatdir. Biz yangi O'zbekistonni barpo etishga qaror qilgan ekanmiz, ikkita mustahkam ustunga tayanamiz. Birinchisi – bozor tamoyillariga asoslangan kuchli iqtisodiyot. Ikkinchisi – ajdodlarimizning boy merosi va milliy qadriyatlarga asoslangan kuchli ma'naviyat.”

Darhaqiqat, bozor tamoyillariga asoslangan, kuchli iqtisodiyot ustun bo'lgan bu jamiyatda kichik biznes korxonalarining o'rni beqiyosidir. Ular jamiyatning ajralmas bir qismidir.

Kichik biznes subyektlarida ish faoliyatini tartibga solish, ularni qo'llab-quvvatlash, investitsiyaga jalb qilish uchun turli xil qonun-hujjatlar qabul qilinmoqda.

Ularda jamiyat talablariga to'la mos keladigan normalar asosida qurilgan biznes subyektlari to'g'risida ma'lumotlar, tavsiyalar, ko'nikmalar berib boriladi. Bular:

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojlanishini rag'batlantirish Respublika koordinatsion kengashining faoliyatini takomillashtirish to'g'risida” 2000-yil 17-fevralda №57-sonli Qarori qabul qilindi.

2. 1999-yilda qabul qilingan “Kichik biznes subyektlarida investitsiya bozorining shakllanishi to'g'risida”gi Qonun loyihasi.

3. 1994-yilning 5-mayida O'zbekiston Respublikasining “Chet el investitsiyalari va chet el investorlari faoliyatining kafolatlari to'g'risida”gi yangi Qonun.

4. 1996-yil noyabrida “Chet el investitsiyasi ishtirokidagi korxonalarga beriladigan qo'shimcha omillar va imtiyozlar to'g'risida”gi Farmoni.

Bozor iqtisodiyotining alohida ajralmas bir qismiga aylangan bu kichik biznes korxonalari bu tadbirkorlik faoliyatining ajralmas bir qismi sifatida iqtisodiy atamalar, terminlar qatoridan o'rin olgan. Bu kichik biznes korxonasi tushunchasi bozor muhitining shakllanishi, uning ilk negizlarini yaratishda, korxona faoliyati muhitini rivojlantirishda alohida ahamiyatga egadir.

Biz, avvalo, kichik biznes korxonalari qanday korxonalar tushunchasiga to'xtalib o'tishimiz lozim. Chunki biz bu atamaning mohiyatini bilmasdan turib kichik biznes korxonalarida qanday faoliyat yuritish, faoliyatda qanday kamchiliklarga yo'l qo'yishini bilib bo'lmaydi.

Kichik biznes korxonalari tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalar sirasiga kirib, unda faoliyat yuritayotgan hodimlar soni qonun-hujjatlari asosida belgilanib qo'yiladi. Bu degani, ishlab chiqaruvchi hodimlar miqdori chegaradan oshib ketmasligi kerak.

Kichik biznes subyektlari turli xil tashkilot va korxona, turli xil insonlar tomonidan amalga oshiriladi. Bular har qanday vakolatga ega fuqaro, ularning oila a'zolari, ularga taaluqli bo'lgan

30-Sentabr, 2024-Yil

fuqarolardir. Davlat, ijara, hissadorlik jamiyatlari, turli qo'shma korxonalar, turli xil idora-tashkilotlar asosida amalga oshiriladi.

Qonun-hujjatlariga asosan, shuni aytishimiz mumkinki, monopoliyaga qarshi idoralarning qaroriga ko'ra kichik korxonalar turli tadbirkorlik subyektlari orqali majburan tashkil qilish mumkin.

Bilasizki, kichik subyekt korxonalarining asosiy maqsadi, avvalo, xalq uchun zarur bo'lgan barcha ishlab chiqarish mahsulotlarini ishlab chiqarishdir. Kichik biznes korxonalari har qanday shakllar asosida turli xil xalq xo'jaligi asosida tashkil qilinaveradi.

REFERENCES

1. Lusch, R.F and Vargo, S.L. (2006) "Service-Dominant Logic: Reactions, Reflections and Refinements", Marketing Theory 6(3).
2. Remi Mencarelli, Amaud Riviere. Perceived value in B2B and B2C: A comparative approach and cross-fertilization. Marketing Theory, SAGE Publications, 2015, 15 (2).
3. Lindgreen, A and Wynstra, F. (2005) "Value in Business Markets: What Do We Know? Where Are We Going", Industrial Marketing Management 34(7).
2. Cova, B. and Salle, R, (2008a) "The Industrial/Consumer Marketing Dichotomy Revisited: A Case of Outdated".
3. Z.A. Xakimov., N.N. Shamsiyeva. B2B MARKETING. Toshkent. O'quv qo'llanma. 2021.
4. Florian v. Wangenheim & Tomas Bayon. The chain from customer satisfaction via word-of-mouth referrals to new customer acquisition. Journal of the Academy of Marketing Science. Published online: 27 April 2007 # Academy of Marketing Science 2007. Маңба. <http://web.b.ebscohost.com/ehost>.

MODERN SCIENCE
& RESEARCH