

KORXONA BOSHQARUVNI YAXSHILASHDA UNDAGI KATTA HAJMDAGI MA'LUMOTLARIGA ISHLOV BERISH TIZIMLARI

Nasirullayev Fathullo Valilulla og'li

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent Axborot Texnologiyalari Universiteti

Kompyuter inqiniring (Amaliy dasturiy vositalarni loyihalash) magistri

Telefon: +99894 038 51 50

E-pochta: n.f.v.0417@gmail.com

Annotatsiya: O'zbekiston jahon hamjamiyatida iqtisodiy salohiyati yildan-yilga tobora yuksalib, ravnaq topayotgan hamda o'ziga xos mavqega ega bo'lgan mamlakatlardan biri hisoblanadi. Mustaqillikning dastlabki yillaridanoq iqtisodiy rivojlanish strategiyasini ishlab chiqilganligi, 5 tamoyil asosida ijtimoiy-iqtisodiy islohotlarni amalga oshirilganligi, pirovardida esa, iqtisodiyotning barcha sohalarida tubdan o'zgarishlar yuz berganligini kuzatishmumkin. Ushbu maqolada korxonalarda boshqaruvni yaxshilash yo'lida kata hajmdagi ma'lumotlar bilan ishlash tizimlari muhokama etiladi.

Kalit so'zlar: iqtisodiyot, ma'lumot, islohot, dastur, statistika.

KIRISH

Rivojlangan mamlakatlarda kichik tadbirkorlik davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanib, ushbu siyosatni samarali amalga oshirishda kichik tadbirkorlikning joriy va istiqbolli holati haqidagi statistik axborotlar yig'ilib, mazkur ma'lumotlarga yuqori talab qo'yiladi.

Ma'lumki, kichik tadbirkorlikning rivojlanishini ifodalovchi statistik ko'rsatkichlar tarkibi, ularning to'liq, aniq, ishonchli va o'zmuddatida tashkil etilishi bilan chambarchas bog'liq. Kichik tadbirkorlik statistikasi bu statistikaning yangi sohasi hisoblanib, ushbu sohani rivojlantirish borasida mamlakatda qator kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI VA EMPIRIK TAHLIL

Hozirgi kunda kichik tadbirkorlik sub'ektlarida statistik kuzatish, statistik axborotlarni yig'ish va ularni qayta ishlash masalalari xalqaro tajribalar asosida tashkil etilishiga alohida e'tibor berilib, mazkur sub'ektlarning tarmoq xususiyatlaridan kelib chiqqan holda tashkiliy shakllari, o'rtacha yillik xodimlar soni, statistik ma'lumotlarniyig'ish, qayta ishlash va ularning ko'rsatkichlar tizimi, shuningdek, mazkur sub'ektlarda statistik kuzatishlarni tashkil etish hamda ularni yanada takomillashtirish bo'yicha huquqiy-me'yoriy hujjatlar bazasi takomillash- tirilib borilmoqda.

Kichik tadbirkorlik sub'ektlari statistikasining asosiy vazifalariga quyidagilar kiritiladi:

- kichik biznes sub'ektlarida statistik kuzatuv o'tkazish metodologiyasini (kuzatish shakli, ko'rsatma, hisobot shakli va h.k.) ishlab chiqish, kuzatishni amalga oshirish va uni takomillashtirib borish;
- tanlanma kuzatish usuli asosida aniqlangan ma'lumotlarni guruhlash, qayta ishlash va hisobotini tayyorlashga mo'ljallangan tegishli amaliy dasturlar to'plamini ishlab chiqish;
- kichik tadbirkorlik sub'ektlarining tashkiliy-huquqiy shakllari bo'yicha yagona tasnifi ishlab chiqish, ularni ro'yxatga olish va reestrini yuritish tizimini takomillashtirish;
- kichik tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini ifodalovchi ko'rsatkichlarning kompleks tizimini ishlab chiqish va uning axborot bazasini shakllantirish;
- kichik tadbirkorlik sub'ektlarining iqtisodiyotdagi o'rni, eksport salohiyati, innovatsion va investitsion faoliyatini baholash;
- kichik tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini tarmoq salohiyatidankelib chiqib, ularning faoliyatini statistik baholab borish.

Xalqaro statistika amaliyotida kichik tadbirkorlikni tavsiflovchi son va sifat jihatdan yagona mezonning mavjud emasligi, "kichik biznes" tushunchasiga turli mamlakatlarning iqtisodiy, huquqiy-me'yoriy bazasida turlicha talqin etilmoqda.

AQSh va Buyuk Britaniyada “kichik biznes” yoki “kichik biznes korxonasi” deb atalsa, Yaponiyada “kichik va o`rta korxonasi”, Yevropa Ittifoqi davlatlarida “kichik va o`rta korxonasi” deyilganda o`rta, kichik va mikrokorxonalar tushunilmoqda.

Statistik axborot tizimi nafaqat meva-sabzavotchilik sohasining ahvolidan aniqlabgina qolmay, tadqiq etilayotgan jarayonlarni statistik prognozlash uchun zamin bo`lib, sohasida ahvolni yanada yaxshilashga qaratilgan chora-tadbirlar amalga oshirilishi natijasida sodir bo`ladigan o`zgarishlarni aniqlash imkoniyatini ham beradi.

Fikrimizcha, yurtimizda yetakchi bo`lgan otchilik sohasida statistik axborotlarning bazasi quyidagilardan iborat bo`lishi lozim, ya`ni:

- 1) davlat statistika idoralari maxsus tashkil etilgan kuzatuv ma`lumotlari;
- 2) fermer xo`jaliklarining 1-FX yillik va choraklik davlat statistika hisoboti shakllari;
- 3) statistik ma`lumotning mazmuniy qismini aniqlash, ya`ni qaysi axborot zarurligini belgilash;
- 4) sohaga doir qabul qilinadigan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish uchun zarur bo`lgan ma`lumotlarni tanlab olishda yordam berish;
- 5) statistik axborotning tezkorligi, uning ishonchliligi (haqqoniyligi) hamda kerakli ma`lumotlarni olish xarajatlari o`rtasida eng qulay nisbatni aniqlash;
- 6) statistik ma`lumotlarni olish tartibi reglamentini ishlab chiqish;
- 7) statistik ma`lumotlarga ishlov berish, ularni tahlil qilish, saqlash, yig`ish, nazorat qilish va tarqatish usullarini belgilash.

XULOSA VA MUNOZARA

Yuqoridagi ishlarning samarali amalga oshirili, o`z navbatida, sub`ektlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta`minlash, ularning faoliyatini statistik baholash va istiqbolli yo`nalishlarini belgilash masalalarini hal etishda alohida ahamiyat kasb etadi.

ADABIYOTLAR RO`YXATI

1. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008 yil 15 iyuldagi «Innovatsion loyihalarni va texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etishni

rag'batlantirish bora sidagi qo'shimcha choratadbirlar to'g'risida»gi PQ916son qarori.

<https://lex.uz/ru/docs/1372342>

2. Savdo iqtisodiyoti muammolari. O'quv qo'llanma. // G'.H.Qudratov, B.A.Abdukarimov, M.Q.Pardaev, A.Bektemirov, Sh.A.Sultonov, F.B.Abdukarimov, U.N.Normurodov, Z.S.Artikov, O.M.Pardaeva, Sh.Sh.Negmatova; // I.f.d., professor M.Q.Pardaevning umumiy tahriri ostida.

–T.: "IQTISODMOLIYA" nashriyoti, 2016. – 430 bet.

3. Xaydarov M.T., Muminov N.G. Davlat xaridlari bo'yicha axborot portalini amal qilishini tashkil etish tamoyillari // *Ekonomika i finansy (Uzbekistan)*. 2011. № 3. B.8995.

4. Samuelson P., «Ekonomika» T., INAO, «ALGON» VNIISI, 1992, s.36.

5. Kotler F. «Основы маркетинга». М., Progress, 2010 s. 54