IQRO JURNALI , IQRO JOURNAL, ИКРО ЖУРНАЛИ
ISSN:2181-4341| wordlyknowledge.uz/index.php/iqro
Volume 23 Issue 01 AVGUST 2026

MAHALLA — TADBIRKORLIK VA HUNARMANDCHILIK TARAQQIYOTINING MUSTAHKAM TAYANCHI

Tuxtasinov Zafarjon Odiljonovich
PhD, Toshkent kimyo-texnologiya instituti mustaqil tadqiqotchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.21822578

Mahalla — iqtisodiy tashabbuslar va bunyodkorlik makoni

Mahalla xalqimiz hayotida hamjihatlik, mehr-oqibat va o‘zaro ko‘mak timsoli bo‘lib kelgan. Bugungi taraqqiyot jarayonida uning mazmuni yanada boyib, mahalla aholi tashabbuslari amaliy loyihaga aylanadigan, yangi ish o‘rinlari yaratiladigan, oilaviy daromadlar ko‘payadigan va milliy hunarlar zamonaviy bozor bilan uyg‘unlashadigan iqtisodiy makon sifatida namoyon bo‘lmoqda. Mahallaning eng katta ustunligi — har bir xonadonning qobiliyati, kasbiy tajribasi, mehnat resursi va ehtiyojlari mahalla miqyosida yaxshi ma’lum ekanidir. Shu yaqinlik tufayli tadbirkorlik g‘oyasini hududning real salohiyati, mahalliy talab va mavjud resurslar bilan bog‘lash mumkin.

Ilmiy adabiyotlarda tadbirkorlik ekotizimi moliya, inson kapitali, bozor, infratuzilma, bilim, ijtimoiy aloqalar va institutlarning o‘zaro hamkorligi sifatida talqin qilinadi. Bu yondashuvga ko‘ra, tadbirkorlik faqat kredit yoki alohida imtiyoz hisobiga emas, balki bir-birini to‘ldiruvchi imkoniyatlar majmui asosida barqaror rivojlanadi (Isenberg, 2010; Stam, 2015; Spigel, 2017). Mahalla ana shunday ekotizimni eng quyi hududiy darajada shakllantirish uchun tabiiy va qulay maydondir. Chunki bu yerda inson, oila, kasb, an’ana, resurs va bozor talabi bir-biriga yaqin joylashgan.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 3-dekabrdagi PF-29-son Farmoni mahallada tadbirkorlikni rivojlantirish, aholi bandligini ta’minlash va farovonlikni oshirishga qaratilgan tizimli ishlarning huquqiy asoslarini mustahkamladi. 2023-yil 21-dekabrdagi PF-209-son Farmon esa mahalla institutining jamiyatdagi o‘rnini yanada kuchaytirib, mahalladagi masalalarni hamkorlik asosida hal etishga xizmat qiluvchi “mahalla yettiligi” faoliyatini yangi bosqichga olib chiqdi (O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti, 2021, 2023). Ushbu tashkiliy imkoniyatlar mahallaning ijtimoiy vazifalarini iqtisodiy tashabbuslar bilan uyg‘unlashtirishga keng yo‘l ochmoqda.

Kichik biznes — katta iqtisodiy qudrat

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning asosiy kuchi uning moslashuvchanligidadir. Kichik korxona xaridor talabidagi o‘zgarishni tez sezadi, yangi mahsulot yoki xizmat turini qisqa muddatda yo‘lga qo‘yadi va mahalliy resurslardan samarali foydalanadi. Ayniqsa, mahalla sharoitida kichik biznes aholini ish bilan ta’minlash, xizmatlarni yashash joyiga yaqinlashtirish, oilaviy daromad manbalarini ko‘paytirish va hududning iqtisodiy qiyofasini boyitishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2025-yil 1-iyul holatida O‘zbekistonda fermer va dehqon xo‘jaliklarisiz 393 359 ta kichik tadbirkorlik subyekti faoliyat yuritgan. Ularning soni yil boshidan 35 243 taga ortgan. Toshkent shahri, Toshkent, Samarqand va Farg‘ona viloyatlari faol kichik biznes subyektlari soni bo‘yicha yetakchi hududlar qatoridan joy olgan (O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, 2025a). Bu ko‘rsatkichlar mamlakat bo‘ylab tashabbuskorlik muhiti kengayayotgani va kichik biznesning hududiy taraqqiyotdagi o‘rni mustahkamlanayotganini ko‘rsatadi.

2025-yilda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 52,2 foizni tashkil etgan. 2024-yil yakunida esa kichik tadbirkorlikning jami bandlikdagi ulushi 74,5

foizga teng bo‘lgan (O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, 2025b, 2026a). Shuningdek, 2025-yilda kichik tadbirkorlik subyektlarining mahsulot, ish va xizmatlar eksporti 12,38 milliard AQSH dollariga yetib, jami eksportdagi ulushi 36,6 foizni tashkil qilgan (O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi, 2026b, 2026c). Demak, mahallada boshlangan kichik tashabbus sifat, dizayn, qadoqlash va marketing bilan boyitilganda, mamlakat va xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatiga ega.

Hunarmandchilik — milliy meros va zamonaviy daromad manbai

Hunarmandchilik mahalla iqtisodiyotining eng nafis va mazmunli yo‘nalishlaridan biridir. Kulolchilik, zardo‘zlik, kashtachilik, yog‘och o‘ymakorligi, misgarlik, gilamdo‘zlik, pichoqchilik, atlas-adras to‘qish, zargarlik va milliy liboslar tikish kabi hunarlar xalqimizning tarixiy xotirasi, estetik qarashlari va ijodkorlik salohiyatini o‘zida mujassam etadi. Usta qo‘lida yaratilgan buyum oddiy mahsulot emas; unda avlodlar tajribasi, hududning o‘ziga xosligi va inson mehnatining qadri aks etadi.

Bugun hunarmandchilik zamonaviy dizayn, kreativ iqtisodiyot, elektron savdo va turizm bilan uyg‘unlashib, yangi iqtisodiy mazmun kasb etmoqda. An’anaviy naqshlar zamonaviy interyer buyumlari, kiyim aksessuarlari, suvenirlar va sovg‘a to‘plamlarida yangicha shaklda namoyon bo‘lmoqda. Bu jarayon milliy uslubni saqlagan holda mahsulotning xaridorlar doirasini kengaytiradi. Mahsulotga usta haqida qisqa ma’lumot, buyumning yaratilish tarixi va ishlatilgan usul haqida hikoya ilova qilinishi uning madaniy va bozor qiymatini oshiradi.

Hunarmandchilik katta ishlab chiqarish maydonini talab qilmasligi, oilaviy mehnatni tashkil etishga qulayligi va mahalliy xomashyodan foydalanish imkoniyati bilan ajralib turadi. Bir usta atrofida xomashyo yetkazib beruvchi, dizayner, qadoqlovchi, suratkash, sotuvchi, gid va logistika xizmati kabi qo‘shimcha faoliyatlar shakllanadi. Shunday qilib, hunarmandchilik bitta ustaxona doirasidan chiqib, mahalla ichida o‘zaro bog‘langan kichik iqtisodiy zanjirni yaratadi.

“Ustoz–shogird” an’anasi — hunarning davomiyligi

Hunarmandchilikning barqarorligi “ustoz–shogird” an’anasiga tayanadi. Ustoz shogirdiga buyum yasash texnikasini o‘rgatish bilan cheklanmaydi; u mehnat madaniyati, sabr, did, mas’uliyat va mijozga hurmat kabi fazilatlarni ham singdiradi. Shu sababli ustaxona bir vaqtning o‘zida ishlab chiqarish maydoni, kasb maktabi va ma’naviy tarbiya maskani vazifasini bajaradi.

Yoshlarning hunarmandchilikka jalb qilinishi ularning bo‘sh vaqtini mazmunli tashkil etadi, mustaqil daromad topish ko‘nikmasini shakllantiradi va milliy qadriyatlarga hurmatini oshiradi. Tajribali ustaning mahorati yoshlarning raqamli savodxonligi bilan birlashganda esa mahsulotning yangi qiyofasi yaratiladi. Yoshlar logotip tayyorlash, mahsulotni sifatli suratga olish, ijtimoiy tarmoqlarda sahifa yuritish, elektron to‘lov va yetkazib berish xizmatlarini yo‘lga qo‘yishda ustalarga ko‘maklashishi mumkin.

Zamonaviy kasbiy ta’lim bilan an’anaviy ustozlik tajribasining uyg‘unligi mahsulot sifati va mehnat unumdorligini oshiradi. Ta’lim muassasalari dizayn, marketing, buxgalteriya va raqamli savdo bo‘yicha qisqa amaliy kurslar tashkil etsa, ustalar hunarning nozik sirlarini o‘rgatadi. Natijada avlodlar o‘rtasidagi hamkorlik kuchayadi, hunar davomiyligi ta’minlanadi va yangi ish o‘rinlari yaratiladi.

Xotin-qizlar tashabbusi — oila va mahalla farovonligi

Mahallalardagi tadbirkorlik xotin-qizlarning iqtisodiy faolligini oshirish uchun keng imkoniyat yaratadi. Tikuvchilik, kashtachilik, qandolatchilik, milliy taomlar tayyorlash, dizayn, go‘zallik xizmatlari, issiqxona, parrandachilik, asalarichilik va elektron savdo kabi yo‘nalishlar oilaviy vazifalar bilan mehnat faoliyatini uyg‘unlashtirish imkonini beradi. Bunday faoliyatlar ayollarning kasbiy salohiyatini yuzaga chiqarib, oilaning daromad manbalarini ko‘paytiradi.

Oila va xotin-qizlar qo‘mitasi ma’lumotiga ko‘ra, 2025-yilda 331 ming nafar xotin-qiz kasb-hunar va tadbirkorlikka o‘qitilgan, 427 ming nafar xotin-qizga jami 23 trillion 360 milliard so‘m kredit ajratilgan. Shu davrda mamlakatda 13 541 nafar hunarmand ayol faoliyat yuritgan va ularning 6 613 nafari “Hunarmand” uyushmasiga a’zo bo‘lgan (Oila va xotin-qizlar qo‘mitasi, 2026). Bu raqamlar ayollar tashabbusi mahalla bandligi, oilaviy farovonlik va milliy hunarlarning davomiyligiga sezilarli hissa qo‘shayotganini ko‘rsatadi.

Hunarli ayol o‘z daromadini shakllantirish bilan birga, farzandlariga mehnatsevarlik namunasini ko‘rsatadi va mahalladagi boshqa xotin-qizlarni ham kasb o‘rganishga ruhlantiradi. Oilaviy korxonada ayollarning dizayn, ishlab chiqarish, qadoqlash, buyurtma qabul qilish va xaridorlar bilan muloqotdagi faolligi biznesning barqarorligini mustahkamlaydi. Shu tariqa ayollar tadbirkorligi iqtisodiy natija bilan birga, oila va jamoada tashabbuskorlik madaniyatini ham rivojlantiradi.

Oilaviy tadbirkorlikning birlashtiruvchi kuchi

Oilaviy tadbirkorlik mahalla sharoitiga eng mos iqtisodiy modellardan biridir. Unda oila a’zolarining tajribasi, mehnati va vaqti yagona maqsadga yo‘naltiriladi. Kimdir mahsulot tayyorlaydi, kimdir xomashyo xarid qiladi, yana biri buyurtmalarni qabul qiladi, hisob-kitob yuritadi yoki internetdagi sahifani boshqaradi. Vazifalarning oqilona taqsimlanishi boshlang‘ich xarajatlarni kamaytirib, mehnat samaradorligini oshiradi.

Oilaviy biznes avlodlar o‘rtasidagi bilim almashinuvini kuchaytiradi. Katta avlod an’ana va kasbiy tajribani, o‘rta avlod ishlab chiqarish va boshqaruvni, yoshlar esa raqamli texnologiyalar, xorijiy til va marketing bilimlarini olib kiradi. Bunday uyg‘unlik oilaviy korxonaga moslashuvchanlik va uzoq muddatli davomiylik baxsh etadi.

Oilaviy tadbirkorlik mahalladagi iqtisodiy aloqalarni ham jonlantiradi. Masalan, uy sharoitidagi tikuvchilik faoliyati mato va furnitura savdosi, bichish, dazmollash, qadoqlash va yetkazib berish xizmatlariga talab yaratadi. Qandolatchilik xomashyo yetkazib berish, dizayn, reklama va transport xizmatlari bilan hamkorlik qiladi. Bir oilaning tashabbusi boshqa fuqarolar uchun ham mehnat va xizmat ko‘rsatish imkoniyatlarini yuzaga keltiradi.

Mahalla brendi va turizm uyg‘unligi

Bugungi bozorda sifatli mahsulot ishlab chiqarishning o‘zi yetarli emas; uni xaridorga to‘g‘ri taqdim etish ham muhim. Shu ma’noda “mahalla brendi” tushunchasi katta istiqbolga ega. Bir hududda ishlab chiqariladigan mahsulotlar umumiy belgi, uslub, qadoq va sifat mezonlari asosida bozorga chiqarilsa, mahalla nomi mahsulotning kelib chiqishi, an’anasi va ishonchliligini ifodalovchi o‘ziga xos kafolatga aylanishi mumkin.

Mahsulotning tarixi va hudud bilan bog‘liqligi brendning eng kuchli jihatidir. Kulol buyumining qaysi maktabga mansubligi, kashtadagi naqshning mazmuni yoki yog‘och o‘ymakorligida ishlatilgan usul haqidagi qisqa hikoya xaridorni mahsulotga yanada yaqinlashtiradi. Ekologik qadoqlash, ko‘p tilli yorliq, QR-kod, sifatli fotosurat va onlayn buyurtma imkoniyati esa milliy mahsulotni zamonaviy savdo talablariga moslashtiradi.

Hunarmandchilik turizm bilan uyg‘unlashganda mahallaning iqtisodiy jozibadorligi ortadi. Sayyoh ustaning ish jarayonini kuzatishi, mahsulot tarixi bilan tanishishi va mahorat darsida qatnashishi mumkin. Usta esa tayyor mahsulot sotishdan tashqari, ustaxona sayohati, ko‘rgazma, mahorat darsi va buyurtma asosidagi xizmatlardan ham daromad oladi. Shunday qilib, mahalla milliy madaniyatni namoyish etadigan va tashrif buyuruvchiga unutilmas taassurot beradigan ijodiy makonga aylanadi.

Bilim, maslahat va murabbiylik

Tadbirkorlik g‘oyasining barqaror biznesga aylanishida bilim va maslahatning o‘rni beqiyos. Boshlovchi tadbirkor mahsulot tannarxini hisoblash, daromad va foyda o‘rtasidagi farqni anglash, aylanma mablag‘ni rejalashtirish, narx belgilash, mijoz bilan ishlash va reklama qilish ko‘nikmalariga ega bo‘lsa, faoliyatini ancha ishonchli boshqaradi.

Mahallada tashkil etiladigan qisqa amaliy kurslar nazariy bilimni real loyiha bilan bog‘lash imkonini beradi. Kurs davomida ishtirokchi mahsulot namunasi tayyorlashi, xarajatlar jadvalini tuzishi, xaridorlar guruhini aniqlashi, mahsulotni suratga olib internetga joylashtirishi va dastlabki savdo rejasini ishlab chiqishi mumkin. Ta’lim yakunida tayyor g‘oya va amaliy harakat rejasi shakllansa, o‘qishning natijadorligi yanada ortadi.

Tajribali tadbirkorlarning yangi ish boshlayotgan fuqarolarga murabbiy bo‘lishi ham samarali usuldir. Dastlabki oylar davomida berilgan amaliy maslahat hisob yuritish, mahsulot sifatini nazorat qilish, buyurtmalarni boshqarish va savdo kanallarini kengaytirishda katta yordam beradi. Universitetlar, kasb-hunar markazlari, biznes uyushmalari va faol tadbirkorlar hamkorligi mahallada bilimga asoslangan tadbirkorlik muhitini shakllantiradi (Acs et al., 2017; Stam & van de Ven, 2021).

Xizmat ko‘rsatish — mahalladagi qulaylik va yangi imkoniyat

Mahallada xizmat ko‘rsatish sohasining rivojlanishi kundalik hayot sifatini yaxshilaydi. Sartaroshxona, tikuv va ta’mirlash ustaxonasi, maishiy texnika xizmati, bolalar ta’lim markazi, umumiy ovqatlanish, yetkazib berish, kompyuter xizmati, tarjima, buxgalteriya va dizayn kabi faoliyatlar aholining vaqtini tejaydi hamda zarur xizmatlarni yashash joyiga yaqinlashtiradi. Mahalladagi talabni yaxshi bilgan tadbirkor xizmat turini, ish vaqtini va narx siyosatini aholining ehtiyojiga moslashtira oladi.

Xizmat ko‘rsatishning yana bir muhim xususiyati — bir faoliyatning boshqasiga talab yaratishidir. Masalan, tikuvchilik ustaxonasi mato va furnitura savdosi, dazmollash, qadoqlash, suratga olish va yetkazib berish xizmatlari bilan hamkorlik qiladi. Bolalar ta’lim markazi kitob, o‘quv qurollari, transport, ovqatlanish va raqamli kontent xizmatlariga ehtiyoj tug‘diradi. Shu tariqa mahalla ichida o‘zaro bog‘langan xizmatlar tarmog‘i shakllanadi.

Xizmat biznesining rivoji yoshlar uchun ayniqsa qulay imkoniyatdir. Kompyuter va internetga ega yoshlar grafik dizayn, videomontaj, reklama, onlayn savdo, masofaviy maslahat va ta’lim xizmatlarini yo‘lga qo‘yishi mumkin. Bunday faoliyat katta bino yoki qimmat uskuna talab qilmaydi, biroq bilim, intizom va mijoz bilan to‘g‘ri ishlashni talab etadi. Natijada mahallaning iqtisodiy tuzilmasi rang-baranglashadi va zamonaviy kasblar an’anaviy faoliyatlar bilan hamkorlikda rivojlanadi.

Yoshlar va kreativ iqtisodiyot

Yoshlar mahalla iqtisodiyotining yangilanish kuchidir. Ular raqamli texnologiyalarni tez o‘zlashtiradi, yangi dizayn va xizmat turlariga qiziqadi, xorijiy tillarni o‘rganadi hamda mahsulotni internet orqali targ‘ib qilish usullaridan faol foydalanadi. Tajribali hunarmandning mahorati yoshlarning kreativ fikrlashi bilan uyg‘unlashganda, an’anaviy mahsulotning yangi shakli va yangi bozori yuzaga keladi.

Kreativ iqtisodiyot mahalladagi tarix, san’at, hunar va zamonaviy texnologiyalarni qiymat yaratadigan faoliyatga aylantiradi. Milliy naqsh asosida zamonaviy kiyim kolleksiyasi, mahalliy afsona asosida suvenirlar to‘plami, an’anaviy taom bo‘yicha videodars yoki usta faoliyati haqida qisqa hujjatli rolik yaratish mumkin. Bunday mahsulotlar nafaqat savdo, balki hududning madaniy qiyofasini tanitishga ham xizmat qiladi.

Yoshlar uchun “g‘oyadan mahsulotgacha” tamoyili asosidagi tanlovlar, startap mashg‘ulotlari va ochiq ustaxona kunlari tashkil etilishi foydalidir. Ishtirokchilar mahalladagi

mavjud muammoni aniqlab, unga mos xizmat yoki mahsulot yechimini taklif qiladi. Eng yaxshi g‘oyalar tajribali tadbirkorlar, oliy ta’lim muassasalari va biznes uyushmalari ko‘magida amaliyotga tatbiq etilsa, yoshlarning tashabbuskorligi aniq iqtisodiy natijaga aylanadi.

Ekologik va tejamkor ishlab chiqarish

Zamonaviy tadbirkorlikda ekologik mas’uliyat va tejamkorlik tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Hunarmandlar tabiiy materiallar, qayta foydalaniladigan qadoqlar va uzoq xizmat qiladigan buyumlar yaratish orqali oqilona iste’mol madaniyatini rivojlantiradi. Qo‘l mehnati bilan tayyorlangan sifatli mahsulotning uzoq xizmat qilishi uning iqtisodiy va ekologik qiymatini bir vaqtning o‘zida oshiradi.

Tikuvchilik ustaxonalarida mato qoldiqlaridan sumka, bezak yoki uy-ro‘zg‘or buyumlari tayyorlash, yog‘och ustaxonalarida kichik bo‘laklardan suvenirlar yasash, oziq-ovqat faoliyatida mahalliy va mavsumiy mahsulotlardan foydalanish iqtisodiy foyda bilan ekologik manfaatni uyg‘unlashtiradi. Energiya va suvni tejaydigan uskunalardan foydalanish ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirib, mahsulotning raqobatbardoshligini oshiradi.

Ekologik qadoqlash va tabiiy materiallar milliy mahsulotni zamonaviy xaridorlar uchun yanada jozibador qiladi. Mahsulotning mahalliy xomashyo asosida, qo‘l mehnati va tejamkor texnologiyalar bilan tayyorlangani brend hikoyasining muhim qismiga aylanishi mumkin. Bu esa mahalla biznesini yashil iqtisodiyot tamoyillari bilan uyg‘unlashtiradi.

Muvaffaqiyat hikoyalari — bunyodkorlikka ruhiy turtki

Mahalladagi muvaffaqiyatli tadbirkor va hunarmandlar haqidagi hikoyalarni ommaviy axborot vositalari, mahalla tadbirlari va ijtimoiy tarmoqlarda yoritish tashabbuskorlik ruhini kuchaytiradi. Oddiy sharoitda ish boshlagan, o‘z mahorati, intizomi va izlanishi bilan natijaga erishgan insonning tajribasi boshqalarga ishonch bag‘ishlaydi. Bunday materiallarda faqat yakuniy daromad emas, balki kasb o‘rganish, mahsulot sifatini oshirish, shogird tayyorlash va xaridor ishonchini qozonish jarayoni ham ko‘rsatilishi muhim.

Mahalla qahramoni o‘z muvaffaqiyatini faqat shaxsiy yutuq sifatida emas, balki jamoaga foyda keltiradigan imkoniyat sifatida ko‘radi. U yoshlarni ustaxonasiga jalb qiladi, yangi tadbirkorlarga maslahat beradi, qo‘shnilar uchun ish o‘rni yaratadi va mahalla tadbirlarida faol qatnashadi. Shu tariqa muvaffaqiyat bir xonadon doirasida qolmay, butun jamoaga tarqaladigan ijobiy tajribaga aylanadi.

Gazeta va televideniyeda “Mahallamiz bunyodkori”, “Hunar ortidan farovonlik” yoki “Ustoz va shogird” kabi ruknlarning muntazam berilishi tadbirkorlik madaniyatini ommalashtiradi. Odamlar o‘zlariga yaqin hududdagi real misolni ko‘rganda, biznes boshlash yoki hunar o‘rganish haqidagi fikri yanada aniq va ishonchli tus oladi. Muvaffaqiyat hikoyalari bunyodkor mehnatning eng ta’sirchan targ‘ibotidir.

Farovon oila, obod mahalla va kuchli iqtisodiyot

Mahalla tadbirkorligining eng muhim natijasi inson hayotida ko‘rinadi. Yangi ustaxona yoki xizmat shoxobchasi ishga tushganda, avvalo, oila daromadi ortadi. Keyin qo‘shnilar, qarindoshlar va yoshlar uchun mehnat imkoniyati paydo bo‘ladi. Mahallada xizmatlar ko‘payadi, aholi kerakli mahsulotni yaqin joydan oladi, xotin-qizlar va yoshlarning iqtisodiy faolligi kuchayadi. Daromadning bir qismi mahallaning o‘zida sarflangani uchun savdo, transport, ta’mirlash va boshqa xizmatlarga talab ham ortadi.

Tadbirkorlik insonning o‘z kuchiga ishonchini mustahkamlaydi. O‘z mahsulotini yaratgan, xizmat ko‘rsatgan va halol mehnati bilan daromad topgan fuqaro oilasi hamda jamoa oldidagi mas’uliyatini yanada chuqur his qiladi. Muvaffaqiyatga erishgan tadbirkor boshqalarga ibrat bo‘ladi, shogird tayyorlaydi, yangi tashabbuslarni qo‘llab-quvvatlaydi va mahalla hayotida faol ishtirok etadi.

Kelajak mahallasi — an’ana va innovatsiya uyg‘unlashgan makondir. Unda ustaning tajribasi yoshlarning g‘oyasi, oilaviy mehnat raqamli savdo, mahalliy xomashyo esa zamonaviy

texnologiya bilan birlashadi. Tadbirkorlik va hunarmandchilik iqtisodiy faollikni oshirib, milliy qadriyatlarni asrash va farovon kelajak uchun mustahkam poydevor yaratishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2021, 3-dekabr). Mahallada tadbirkorlikni rivojlantirish, aholi bandligini ta’minlash va kambag‘allikni qisqartirish bo‘yicha davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlari to‘g‘risida (PF-29-son Farmon). Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. https://lex.uz/docs/5758437
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2023, 21-dekabr). Mahalla institutining jamiyatdagi rolini tubdan oshirish va uning aholi muammolarini hal etishda birinchi bo‘g‘in sifatida ishlashini ta’minlashga qaratilgan chora-tadbirlar to‘g‘risida (PF-209-son Farmon). Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. https://lex.uz/docs/6705763
3. Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B., & O’Connor, A. (2017). The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. Small Business Economics, 49(1), 1–10. https://doi.org/10.1007/s11187-017-9864-8
4. Brown, R., & Mason, C. (2017). Looking inside the spiky bits: A critical review and conceptualisation of entrepreneurial ecosystems. Small Business Economics, 49(1), 11–30. https://doi.org/10.1007/s11187-017-9865-7
5. Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. Harvard Business Review, 88(6), 40–50.
6. Oila va xotin-qizlar qo‘mitasi. (2026). Bosh vazir o‘rinbosari — Oila va xotin-qizlar qo‘mitasi raisi Zulayho Maxkamova axborotidan. https://gov.uz/oz/wcu/news/view/129011
7. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2025a, 15-iyul). Qaysi hududda kichik tadbirkorlik subyektlari ko‘proq faoliyat yuritmoqda? https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/62632-qaysi-hududda-kichik-tadbirkorlik-subyektlari-ko-proq-faoliyat-yuritmoqda-kk
8. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2025b). Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami bandlikdagi ulushi [Ma’lumotlar to‘plami]. https://siat.stat.uz/data/274/
9. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2026a). Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi [Ma’lumotlar to‘plami]. https://siat.stat.uz/data/1840/
10. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2026b). Kichik tadbirkorlik subyektlarining mahsulot (ishlar, xizmatlar) eksporti hajmi [Ma’lumotlar to‘plami]. https://siat.stat.uz/data/469/?lang=uz
11. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. (2026c). Kichik tadbirkorlik subyektlarining jami mahsulot (ishlar, xizmatlar) eksportidagi ulushi [Ma’lumotlar to‘plami]. https://siat.stat.uz/data/402/
12. Spigel, B. (2017). The relational organization of entrepreneurial ecosystems. Entrepreneurship Theory and Practice, 41(1), 49–72. https://doi.org/10.1111/etap.12167
13. Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. European Planning Studies, 23(9), 1759–1769. https://doi.org/10.1080/09654313.2015.1061484
14. Stam, E., & van de Ven, A. (2021). Entrepreneurial ecosystem elements. Small Business Economics, 56, 809–832. https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6
15. Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. Small Business Economics, 49(1), 55–73. https://doi.org/10.1007/s11187-017-9867-5.