



STARTAPLARNING IQTISODIY MOHIYATI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI

Xayitova Yulduz Xudoyberdiyevna

Yangiqo'rg'on tuman 1-son texnikumi biznes asoslari fani o'qituvchisi

Annotatsiya: mazkur ishda startaplarning iqtisodiy mohiyati, ularning zamonaviy iqtisodiyotdagi o'rnini hamda rivojlanish bosqichlari ilmiy jihatdan tahlil qilinadi. Startaplar innovatsion g'oyalar asosida shakllanadigan, yuqori risk va noaniqlik sharoitida faoliyat yurituvchi biznes tuzilma sifatida qaraladi. Tadqiqotda startaplarning iqtisodiy qiymat yaratish mexanizmlari, investitsiya jalb qilish jarayonlari hamda ularning bozor iqtisodiyotidagi raqobatbardoshligini oshirish omillari yoritiladi. Shuningdek, startaplarning hayotiy sikli — g'oya bosqichi, mvp (minimal mahsulot), bozorga kirish, kengayish va chiqish (exit) bosqichlari ketma-ketligi tahlil qilinadi.


Kalit so'zlar: startap, innovatsiya, iqtisodiy mohiyat, biznes model, mvp, investitsiya, venchur kapital, risk, rivojlanish bosqichlari, raqamli iqtisodiyot.

So'nggi yillarda jahon iqtisodiyotida innovatsion faoliyat va startap ekotizimlarining rivojlanishi iqtisodiy o'sishning muhim omillaridan biriga aylanmoqda. Xususan, raqamli iqtisodiyot sharoitida startaplar yangi ish o'rinlarini yaratish, innovatsion mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish hamda bozorda raqobat muhitini kuchaytirishda asosiy harakatlantiruvchi kuch sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu bois startaplarning iqtisodiy mohiyatini chuqur o'rganish va ularning rivojlanish bosqichlarini tahlil qilish bugungi kunning dolzarb ilmiy-amaliy vazifalaridan biridir.

O'zbekiston respublikasida ham startap ekotizimini rivojlantirish, yosh tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash va innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish bo'yicha qator normativ-huquqiy hujjatlar qabul qilingan. Jumladan, o'zbekiston respublikasi prezidentining 2018-yil 21-sentabrdagi PF-5544-son farmoni "Innovatsion rivojlanish vazirligini tashkil etish to'g'risida"gi qarori mamlakatda innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash va startap loyihalarini rivojlantirish uchun institutsional asos yaratdi [1].

Shuningdek, o'zbekiston respublikasi prezidentining 2022-yil 6-iyuldagi PQ-307-son qarorida yoshlar tadbirkorligini rivojlantirish, startap loyihalarni moliyalashtirish va venchur kapital mexanizmlarini keng joriy etish vazifalari belgilangan [2]. Ushbu hujjatlar startaplarning iqtisodiy tizimdagi o'rnini mustahkamlash va innovatsion g'oyalarni amaliy biznesga aylantirishga xizmat qilmoqda.

Startaplar iqtisodiy mohiyatiga ko'ra yuqori darajadagi noaniqlik va risk sharoitida shakllanadigan, innovatsion g'oyani tez rivojlantirishga yo'naltirilgan biznes model hisoblanadi. Ularning asosiy maqsadi faqat daromad olish emas, balki bozorda yangi qiymat yaratish va global miqyosda kengayish imkoniyatiga ega bo'lishdir. Shu nuqtai nazardan,



startaplar an'anaviy biznes modellardan farqli ravishda tez o'sish, texnologik innovatsiyalar va moslashuvchan boshqaruv tizimiga tayanadi.

Mazkur mavzuning dolzarbligi shundaki, startaplarning rivojlanish bosqichlarini (g'oya, mvp, bozorga kirish, kengayish va exit) ilmiy asosda tahlil qilish ularning muvaffaqiyat omillarini aniqlashga yordam beradi. Shu bilan birga, investitsiya jalb qilish jarayonlari, venchur kapital tizimi va davlat qo'llab-quvvatlash mexanizmlarini o'rganish startap ekotizimining samarali ishlashini ta'minlaydi.


Umuman olganda, startaplarning iqtisodiy mohiyatini o'rganish va ularning rivojlanish bosqichlarini tahlil qilish innovatsion iqtisodiyot sharoitida yangi biznes modellarni shakllantirish, raqobatbardoshlikni oshirish va iqtisodiy o'sishni jadallashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Startaplarning iqtisodiy mohiyati zamonaviy bozor iqtisodiyotida innovatsion yondashuv asosida yangi qiymat yaratish bilan izohlanadi. Startaplar odatda an'anaviy bizneslardan farqli ravishda yuqori darajadagi noaniqlik sharoitida shakllanadi va ularning asosiy maqsadi tez o'sish hamda bozorni keng qamrab olish hisoblanadi. Startap iqtisodiy jihatdan yangi ish o'rinlarini yaratish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, innovatsion mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish hamda raqobat muhitini kuchaytirishda muhim rol o'ynaydi. Masalan, Uber kabi platformalar transport xizmatlarini butunlay yangi raqamli modelga o'tkazib, vositachisiz xizmat ko'rsatish tizimini shakllantirdi. Bu esa startaplarning iqtisodiy mohiyati faqat mahsulot yaratishda emas, balki butun bir bozor mexanizmini o'zgartirishda ham namoyon bo'lishini ko'rsatadi.

Startaplarning rivojlanish bosqichlari bir necha ketma-ket jarayonlardan iborat bo'lib, har bir bosqich ularning muvaffaqiyati uchun muhim ahamiyatga ega. Birinchi bosqich g'oya bosqichi bo'lib, bu jarayonda bozordagi muammo aniqlanadi va unga innovatsion yechim ishlab chiqiladi. Masalan, talabalarga sifatli va arzon ta'lim berish muammosidan kelib chiqib, onlayn o'qitish platformasini yaratish g'oyasi shakllanishi mumkin. Ikkinchi bosqichda minimal mahsulot (MVP) ishlab chiqiladi, ya'ni startapning eng sodda va asosiy funksiyalarni o'z ichiga olgan versiyasi yaratiladi va bozorda sinovdan o'tkaziladi.

Uchinchi bosqich bozorga kirish bosqichi bo'lib, bu jarayonda startap o'z mahsulotini real foydalanuvchilarga taqdim etadi va marketing strategiyalari orqali mijozlarni jalb qiladi. To'rtinchi bosqich kengayish bosqichi hisoblanadi, bunda muvaffaqiyatli startaplar investitsiya jalb qilib, yangi hududlarga chiqadi va xizmat turlarini kengaytiradi. Masalan, Airbnb dastlab kichik loyiha sifatida boshlangan bo'lsa-da, keyinchalik global platformaga aylangan. Beshinchi bosqich esa chiqish bosqichi bo'lib, bunda startap yirik kompaniya tomonidan sotib olinishi yoki fond bozoriga chiqishi mumkin. Masalan, Instagram kompaniyasining Facebook tomonidan sotib olinishi bunga yaqqol misol bo'la oladi.

Shuningdek, startaplarning rivojlanishiga innovatsiya darajasi, investitsiya hajmi, jamoaning malakasi, bozor talabi va texnologik infratuzilma kabi omillar kuchli ta'sir ko'rsatadi. Agar ushbu omillar muvozanatli bo'lsa, startap tez rivojlanib, barqaror biznes modelga aylanishi mumkin. Aks holda esa g'oya yaxshi bo'lishiga qaramay, startap



muvaffaqiyatsizlikka uchrashi ehtimoli yuqori bo‘ladi. Umuman olganda, startaplar iqtisodiyotda innovatsion o‘shning asosiy harakatlantiruvchi kuchi hisoblanadi. Ular yangi texnologiyalarni joriy etish, raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish va global bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish orqali zamonaviy iqtisodiy tizimning muhim tarkibiy qismiga aylanmoqda.

Startaplar zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim innovatsion yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, ular yangi g‘oyalarni amaliy biznes modelga aylantirish orqali iqtisodiy o‘shga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi. O‘rganilgan tahlillarga ko‘ra, startaplarning iqtisodiy mohiyati asosan innovatsiya yaratish, yangi bozor ehtiyojlarini qondirish va raqamli texnologiyalar asosida tez rivojlanish bilan belgilanadi. Ularning rivojlanish bosqichlari — g‘oya, MVP, bozorga kirish, kengayish va chiqish — har bir startapning muvaffaqiyatini belgilovchi muhim jarayonlar hisoblanadi. Shuningdek, startaplar iqtisodiyotda raqobatni kuchaytiradi, yangi ish o‘rinlarini yaratadi va raqamli transformatsiyani tezlashtiradi. Biroq ularning muvaffaqiyati investitsiya, jamoa sifati, bozor talabi va texnologik infratuzilma kabi omillarga bog‘liq. Shu sababli startap ekotizimini rivojlantirish va qo‘llab-quvvatlash bugungi kunda har bir davlat iqtisodiy siyosatining muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

Adabiyotlar:

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 5-oktabrdagi PF-6079-son Farmoni. “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida. Toshkent, 2020.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 21-sentabrdagi PF-5544-son Farmoni. Innovatsion rivojlanish sohasini rivojlantirish to‘g‘risida. Toshkent, 2018.
3. The Lean Startup – Eric Ries. Crown Business, 2011.
4. Business Model Generation – Alexander Osterwalder, Yves Pigneur. Wiley, 2010.