

MIKRO-ODATIY XATTI-HARAKATLARNING KICHIK BIZNES RIVOJIGA TA'SIRI

Zulpanova Matluba

Toshkent shaxar chilonzor tumani

2-son politexnikumi o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada kichik biznes egalari va startap asoschilarining kunlik mikro-odatiy xatti-harakatlari (micro-habits) ularning biznes samaradorligi va o'sish ko'rsatkichlariga qanday ta'sir qilishi tahlil qilingan. Tadqiqot mikro-odatiy xatti-harakatlarning psixologik, tashkiliy va strategik funksiyalarini ochib beradi, shuningdek real amaliyotdan olingan keys orqali mikro-odatlar o'sishini aks ettiradi. Maqola natijalari kichik biznes uchun arzon, soddalashtirilgan, lekin yuqori samaradorlikka ega boshqaruv yondashuvlarini ishlab chiqishga yordam beradi.

Key words: mikro-odatlar (micro-habits), kichik biznes (small business), mijozlar bilan aloqa (customer relations), biznes samaradorligi (business efficiency), kundalik xatti-harakatlar (daily behaviors), biznes strategiyasi (business strategy), startap (startup)

Kichik biznesning muvaffaqiyati doimo katta miqdordagi investitsiyalar, murakkab strategik rejalashtirish yoki yirik marketing kampaniyalariga bog'liq bo'lishi shart emas. Haqiqiy hayotda, aksariyat kichik tadbirkorlar mablag', vaqt yoki resurslar yetishmasligi sababli bunday yirik jarayonlarni amalga oshira olmaydi. Shunga qaramay, ular orasidan muvaffaqiyatga erishganlar ham, muvaffaqiyatsizlikka uchraganlar ham mavjud. Nima uchun? Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, farq ko'pincha katta rejalar yoki kapitalda emas, balki tadbirkorlarning kundalik odatlari va mayda xatti-harakatlarida namoyon bo'ladi. So'nggi yillarda biznes psixologiyasi, menejment nazariyasi va inson xulq-atvori bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar kundalik mikro-odatlarning kuchli rolini ta'kidlamogda. Odatlar insonning qaror qabul qilish jarayonini avtomatlashtiradi: ya'ni, eng ko'p takrorlanadigan odatlar uning kundalik faoliyatiga, ish samaradorligiga va biznes jarayonlarining sifatiga bevosita ta'sir qiladi. Katta strategiyalar bir marta qabul qilinadi, ammo kunlik odatlar har kuni biznesning qanchalik to'g'ri ishlashini shakllantiradi. Mikro-odatiy xatti-harakatlar — bu har kuni takrorlanadigan, kam vaqt, kuch yoki resurs talab qiladigan, ammo muntazam bajarilganda biznes samaradorligini sezilarli darajada oshiradigan kichik amallar majmuasidir.

Mayda tuyulgan jarayonlar vaqt o'tishi bilan biznesning umumiy tartibi, mijozlar bilan aloqa sifati, moliyaviy intizom va rahbarning o'ziga bo'lgan ishonchiga katta ta'sir ko'rsatadi. Eng muhimi, mikro-odatlar katta odatlarni

shakllantiradi, katta odatlar esa biznesning uzoq muddatli muvaffaqiyat strategiyasiga aylanadi.

Kichik biznes egalarining kundalik odatlari ko'pincha e'tiborsiz qoladi, chunki, mikro-odatiy xatti-harakatlarning mohiyati va nazariy asoslar. Mikro-odatiy xatti-harakatlar — bu har kuni qisqa vaqt ichida boshlash va bajarish mumkin bo'lgan, deyarli kuch talab qilmaydigan, ammo muntazam takrorlab borilganda katta natijaga olib keladigan xulq-atvor elementlaridir. Psixologiya va neyrofiziologiya nazariyalariga ko'ra, inson miyasi katta vazifalarni qiyin va xavfli deb qabul qiladi, biroq kichik vazifalar minimal qarshilik uyg'otadi. Shuning uchun kichik biznesda mikro-odatlar murakkab strategiyalar va katta loyihalarni bo'laklarga ajratib, tizimli tarzda bajarish imkonini yaratadi.

Mikro-odatlarining kuchi konsistentlikda — ya'ni muntazam takrorlashda namoyon bo'ladi. Kundalik tartiblangan va kichik qadamlar asosidagi harakatlar biznesni shaffof, boshqaruvni esa samarali qiladi. Bu odatlar qaror qabul qilish tezligini oshiradi, stressni kamaytiradi, motivatsiyani mustahkamlaydi va biznes jarayonlarini avtomatlashtiradi. Mikro-odatiy xatti-harakatlarning strategik jarayonlarga ta'siri. Kichik biznesda strategik rejalashtirish ko'pincha davomiy, murakkab va ko'p vaqt talab qiladigan jarayon sifatida qabul qilinadi. Ammo mikro-rejalashtirish tamoyili rahbarga kunni atigi 2–5 daqiqa ichida aniq yo'nalishga solish imkonini beradi.

Kichik biznesda mijoz bilan aloqaning davomiyligi, sifat darajasi va barqarorligi korxonaning uzoq muddatli muvaffaqiyatida hal qiluvchi omil bo'lib hisoblanadi. Ko'plab tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, mijoz bilan muntazam muloqot brendga bo'lgan ishonchni mustahkamlaydi, xarid chastotasini oshiradi va og'zaki reklama ta'sirini kuchaytiradi. Katta kompaniyalarda bu jarayon maxsus CRM tizimlari orqali boshqarilsa, kichik biznes uchun mikro-odatlar asosidagi oddiy, lekin samarali aloqa usuli vaqt va resurs jihatidan ancha qulaydir.

Kuniga kamida 1–2 nafar mijoz bilan aloqa qilish odati mijoz bilan bo'ladigan munosabatlarni sun'iy yoki rasmiy emas, balki insoniylik va e'tibor tamoyillariga asoslangan holda davom ettirishga imkon beradi. Bu aloqa savdo yoki yangi mahsulot taklif qilishga qaratilishi shart emas — hatto 10–15 soniyalik qisqa xabar ham ijobiy psixologik ta'sirga ega bo'ladi. Qisqa rahmat aytish, taklifni qanday topgani haqida so'rash, hol-ahvol bilan qiziqish yoki oldingi xarid bo'yicha fikr so'rash kabi mayda muloqotlar mijozda qadrlanganlik hissini uyg'otadi. Mijozning psixologik qoniqish darajasi oshganda, u brend bilan uzoqroq vaqt aloqada bo'ladi. Bu esa kichik biznes uchun ikki tomonlama foyda keltiradi:

1. mavjud mijoz sodiq mijozga aylanadi,

2. u o'z tanishlari orqali yangi mijozlarni ham jalb qiladi — bu esa reklama xarajatlarini sezilarli kamaytiradi.

Shuningdek, qisqa mikro-aloqa rahbarga mijozlarning ehtiyojlari va kayfiyati haqida tezkor ma'lumot olish imkonini beradi. Bu ma'lumot esa kelajakdagi savdo strategiyalari, xizmat sifatini oshirish yoki shikoyatlar oldini olishda muhim o'rin tutadi. Demak, mikro-odatiy muloqot kichik biznes uchun oddiy aloqa emas, balki strategik ahamiyatga ega jarayon sifatida namoyon bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Clear, J. Atomic Habits. Penguin Random House, 2018.
2. Duhigg, Charles. The Power of Habit. Random House, 2012.
3. Robbins, S. P. Organizational Behavior. Pearson, 2019.
4. Covey, S. The 7 Habits of Highly Effective People. Free Press, 1989.
5. Blanchard, K. Leadership and the One Minute Manager. HarperCollins, 2015.
6. O'zbekiston Respublikasi Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirish bo'yicha statistik axborot materiallari (Stat.uz).
7. Carnegie, D. How to Win Friends and Influence People. Simon & Schuster, 1936.