OILAVIY KORXONALAR BOSHQARUVIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATI SAMARADORLIGINI BELGILOVCHI OMILLAR

Uzakova Muborakxon Azizbek qizi
Andijon davlat texnika instituti menejment kafedrasi tayanch doktoranti(PhD)

Annotatsiya. *Mazkur tezisda oilaviy korxonalarda tadbirkorlik faoliyatini boshqarish samaradorligiga ta'sir etuvchi tashkiliy, insoniy, moliyaviy, innovatsion, raqamli va bozor omillari tahlil qilinadi. Andijon viloyati misolida oilaviy korxonalar sonining 2022–2024-yillardagi dinamikasi ko'rib chiqilib, faoliyatning asosiy iqtisodiy yo'nalishlari aniqlanadi. Tahlil oilaviy biznesda boshqaruv qarorlarining sifati tadbirkorning kompetensiyasi, mehnat resurslarini taqsimlash, moliyaviy rejalashtirish, bozor talabiga moslashish va raqamli texnologiyalardan foydalanish bilan chambarchas bog'liqligini ko'rsatadi. Tezis yakunida oilaviy korxonalarni boshqarish samaradorligini oshirishga qaratilgan amaliy takliflar ishlab chiqiladi.*

Kalit so'zlar: *oilaviy korxona, tadbirkorlik faoliyati, boshqaruv samaradorligi, menejment, inson resurslari, moliyaviy boshqaruv, raqamlashtirish, innovatsiya, bozor muhiti, Andijon viloyati.*

Kirish. Oilaviy korxonalar kichik tadbirkorlik tizimining muhim tarkibiy qismi bo'lib, ular aholi bandligini ta'minlash, daromad manbalarini kengaytirish, mahalliy resurslardan foydalanish va hududiy iqtisodiy faollikni oshirishda muhim rol o'ynaydi. Oilaviy biznesning o'ziga xosligi shundaki, unda iqtisodiy manfaatlar bilan bir qatorda qarindoshlik, ishonch, oilaviy qadriyatlar va uzoq muddatli munosabatlar ham boshqaruv qarorlariga ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli oilaviy korxonalarni boshqarish oddiy kichik biznes boshqaruvidan ayrim jihatlari bilan farq qiladi.

Ilmiy adabiyotlarda oilaviy korxonalar faoliyatida oila a'zolarining egalik va boshqaruvdagi ishtiroki, qaror qabul qilishning institutsionallashuvi, shaffoflik va moslashuvchanlik korxona natijalariga ta'sir qiluvchi omillar sifatida ko'rsatiladi. Masalan, emerging economy sharoitidagi tadqiqotlarda oilaviy munosabatlar uyg'unligi, qaror qabul qilishdagi demokratiklik va boshqaruvning institutsionallashuvi korxona natijalari bilan bog'liqligi aniqlangan [1]. 2026-yilda chop etilgan tadqiqot ham rivojlanayotgan bozor sharoitida oilaning egalik va boshqaruvdagi ishtiroki firma natijalari bilan bog'liqligini empirik tahlil qilgan [2].

O'zbekistonda ham oilaviy tadbirkorlik subyektlari soni sezilarli bo'lib, ularning faoliyatini samarali boshqarish masalasi dolzarb hisoblanadi. Andijon viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yil 1-sentabr holatida

viloyatda 1 508 ta faoliyat ko‘rsatayotgan oilaviy korxona mavjud bo‘lgan [3]. Bu ko‘rsatkich oilaviy korxonalarning hududiy iqtisodiyotdagi o‘rnini va ularni boshqarish mexanizmlarini chuqurroq o‘rganish zarurligini ko‘rsatadi.

Tadqiqot maqsadi va metodologiyasi. Tadqiqotning maqsadi oilaviy korxonalarda tadbirkorlik faoliyati boshqaruviga ta’sir etuvchi asosiy omillarni aniqlash, ularning o‘zaro bog‘liqligini ochib berish va boshqaruv samaradorligini oshirishning amaliy yo‘nalishlarini asoslashdan iborat.

Tadqiqotda tizimli yondashuv, taqqoslash, guruhlashtirish, statistik tahlil va umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Empirik qismda Andijon viloyati statistika boshqarmasi hamda O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining rasmiy ma’lumotlari asos qilib olindi. 2022–2024-yillar uchun oilaviy korxonalar soni bir xil metodologik nuqtaga — 1-sentabr holatiga — taqqoslandi [3]. Bu yondashuv turli sanalardagi ko‘rsatkichlarni aralashtirib yubormaslik imkonini beradi.

Oilaviy korxonalar boshqaruviga ta’sir etuvchi omillar ikki guruhga ajratildi: ichki va tashqi omillar. Ichki omillarga tadbirkorning boshqaruv kompetensiyasi, xodimlar salohiyati, moliyaviy boshqaruv, tashkiliy tuzilma, innovatsion va raqamli imkoniyatlar kiradi. Tashqi omillar esa iste’molchilar talabi, raqobat muhiti, iqtisodiy sharoit, davlat tomonidan yaratilayotgan institutsional muhit va texnologik o‘zgarishlarni qamrab oladi.

Asosiy qism. Boshqaruv samaradorligiga ta’sir qiluvchi birinchi omil — tadbirkorning boshqaruv kompetensiyasidir. Oilaviy korxonalarda rahbar ko‘pincha bir vaqtning o‘zida strateg, moliyachi, marketolog va xodimlar bilan ishlash bo‘yicha mas’ul vazifalarni bajaradi. Shu sababli uning strategik fikrlashi, moliyaviy savodxonligi, risklarni baholash va bozorni tahlil qilish qobiliyati korxona natijalariga bevosita ta’sir qiladi. Zamonaviy menejment nazariyasida resurslarni to‘g‘ri birlashtirish va ulardan samarali foydalanish barqaror raqobat ustunligining muhim sharti sifatida qaraladi [4].

Ikkinchi omil — inson resurslarini boshqarish. Oilaviy korxonada oila a’zolarining mehnatidan foydalanish ishonch va o‘zaro yordamni kuchaytirishi mumkin. Biroq qarindoshlikning o‘zi xodimning kasbiy malakasini kafolatlamaydi. Shu bois lavozim va vazifalarni aniq belgilash, xodimlarni kompetensiyasiga ko‘ra joylashtirish, mehnat natijalarini baholash va malaka oshirish tizimini yo‘lga qo‘yish zarur.

Uchinchi omil — moliyaviy boshqaruv. Oilaviy korxonalarda biznes mablag‘lari bilan oilaning shaxsiy mablag‘larini ajratish, daromad va xarajatlarni muntazam hisobga olish, aylanma mablag‘larni rejalashtirish hamda investitsiya qarorlarini tahlil qilish boshqaruv sifatini oshiradi. Moliyaviy intizomning sustligi esa

korxona foydasining kamayishi yoki rivojlanish uchun zarur bo‘lgan mablag‘larning noto‘g‘ri taqsimlanishiga olib kelishi mumkin.

To‘rtinchi omil — innovatsiya va raqamlashtirish. Raqamli savdo, ijtimoiy tarmoqlardagi marketing, elektron hisob-kitob, mijozlar bazasini yuritish va sotuv ma’lumotlarini tahlil qilish kichik oilaviy biznesning bozor qamrovini kengaytirishi mumkin. Raqamlashtirishning samarasi texnologiyaning o‘zidan tashqari tadbirkor va xodimlarning raqamli kompetensiyasiga ham bog‘liq.

Beshinchi omil — bozor muhiti. Iste’molchilar ehtiyojining o‘zgarishi, raqobatchilar soni, mahsulot narxlari va xizmatlar sifati bo‘yicha talablar oilaviy korxonalarning boshqaruv qarorlarini doimiy ravishda qayta ko‘rib chiqishni talab etadi. Shuning uchun korxona rahbari muntazam marketing kuzatuvlarini amalga oshirib, mahsulot assortimentini va sotish kanallarini bozor sharoitiga moslashtirishi lozim.

1-jadval. Oilaviy korxonalar boshqaruviga ta’sir etuvchi asosiy omillar

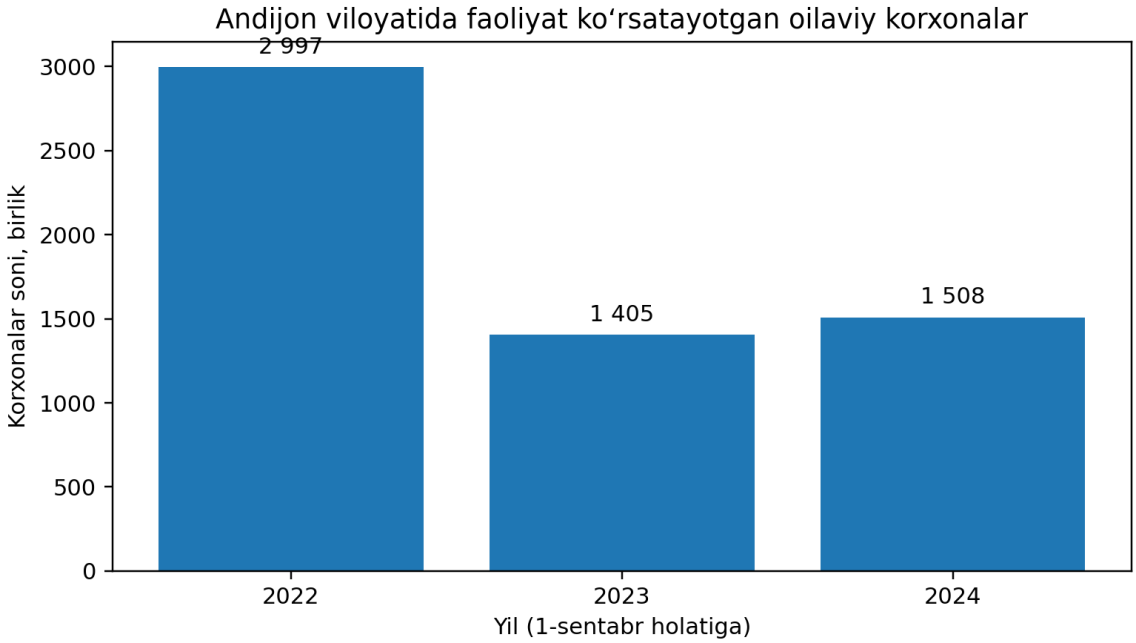
№	Omil	Turi	Boshqaruvga asosiy ta’siri	Amaliy yo‘nalish
1	Tadbirkorning kompetensiyasi	Ichki	Qarorlar sifati va tezligini belgilaydi	Menejment va moliyaviy savodxonlikni oshirish
2	Inson resurslari	Ichki	Mehnat unumdorligi va sifatga ta’sir qiladi	Vazifalarni aniq taqsimlash, malaka oshirish
3	Moliyaviy boshqaruv	Ichki	Likvidlik, foyda va investitsiya imkoniyatlarini belgilaydi	Byudjetlashtirish va alohida hisob yuritish
4	Raqamlashtirish	Ichki	Savdo, marketing va nazoratni tezlashtiradi	Elektron savdo va raqamli hisob
5	Oilaviy munosabatlar	Ichki	Ishonch va qarorlar markazlashuviga ta’sir qiladi	Vakolat va javobgarlikni rasmiylashtirish
6	Iste’molchilar talabi	Tashqi	Mahsulot va xizmatlar assortimentini belgilaydi	Marketing tadqiqotlari
7	Raqobat muhiti	Tashqi	Narx, sifat va innovatsiyaga bosim yaratadi	Raqobat strategiyasi
8	Institutsional muhit	Tashqi	Faoliyat yuritish shartlarini belgilaydi	Davlat dasturlari va qo‘llab-quvvatlashdan foydalanish

Manba: muallif tomonidan ilmiy adabiyotlar va rasmiy statistik ma’lumotlar asosida ishlab chiqilgan.

ANDIJON VILOYATIDA OILAVIY KORXONALAR DINAMIKASI

Andijon viloyatida oilaviy korxonalar sonining dinamikasi boshqaruv muhitini baholash uchun muhim empirik ko‘rsatkichlardan biridir. Rasmiy statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2024-yil 1-sentabr holatida faoliyat ko‘rsatayotgan oilaviy

korxonalar soni 1 508 tani tashkil etgan. Shu manbada 2022-yil uchun 2 997 ta, 2023-yil uchun 1 405 ta va 2024-yil uchun 1 508 ta ko‘rsatkich keltirilgan [3].



1-rasm. Andijon viloyatida faoliyat ko‘rsatayotgan oilaviy korxonalar soni, 2022–2024-yillar, 1-sentabr holatiga

1-rasm ma’lumotlari 2022–2024-yillarda faoliyat ko‘rsatayotgan oilaviy korxonalar sonining sezilarli o‘zgarishini ko‘rsatadi. 2022-yilda 2 997 ta bo‘lgan ko‘rsatkich 2023-yilda 1 405 tagacha pasaygan, 2024-yilda esa 1 508 taga ko‘tarilgan [3]. 2023-yildagi keskin o‘zgarishni faqat tadbirkorlik faolligining pasayishi bilan izohlash to‘g‘ri bo‘lmaydi. Statistika ma’lumotlarida davlat ro‘yxatidan o‘tgan yuridik shaxslar haqidagi ma’lumotlar bazalarini o‘zaro birxillashtirish ishlari amalga oshirilgani qayd etilgan [5]. Demak, statistik qatorni tahlil qilishda ma’muriy hisob va ro‘yxatga olishdagi o‘zgarishlarni ham hisobga olish lozim.

2024-yil 1-sentabr holatida Andijon viloyatidagi 1 508 ta faol oilaviy korxonaning 608 tasi sanoat, 403 tasi savdo, 185 tasi yashash va ovqatlanish xizmatlari, 137 tasi qishloq, o‘rmon va baliqchilik xo‘jaligi, 42 tasi tashish va saqlash, 27 tasi sog‘liqni saqlash va ijtimoiy xizmatlar, 7 tasi axborot va aloqa hamda 11 tasi qurilish yo‘nalishida faoliyat ko‘rsatgan [3]. Shundan sanoatning ulushi 40,3 foiz, savdoning ulushi 26,7 foiz, yashash va ovqatlanish xizmatlarining ulushi 12,3 foizni tashkil etgan. Bu tarkib oilaviy biznes boshqaruvida ishlab chiqarish, savdo va xizmat ko‘rsatish yo‘nalishlari bo‘yicha turlicha boshqaruv kompetensiyalari talab qilinishini ko‘rsatadi.

Bundan tashqari, 2024-yil yanvar-dekabr oylarida Andijon viloyatida 4 294 ta yangi korxona va tashkilot tashkil etilgan bo‘lib, shundan 368 tasi oilaviy korxonalar

hissasiga to‘g‘ri kelgan [6]. Bu holat oilaviy tadbirkorlikning yangi bizneslarni shakllantirishdagi ishtiroki saqlanib qolayotganini ko‘rsatadi.

Tahlil va natijalar. O‘tkazilgan tahlil asosida oilaviy korxona boshqaruvi samaradorligini faqat korxonalar soni bilan baholash yetarli emasligi aniqlandi. Korxonalar sonining o‘zgarishi bilan bir qatorda ularning faoliyat turi, ishlab chiqarish va savdo imkoniyatlari, inson resurslari, moliyaviy holati va bozor talabiga moslashish darajasini ham hisobga olish zarur.

Andijon viloyatidagi 2024-yilgi tarkibda sanoat yo‘nalishidagi oilaviy korxonalar 608 ta bilan eng katta guruhni tashkil etadi [3]. Bu oilaviy bizneslarda ishlab chiqarish jarayonlarini boshqarish, sifat nazorati, xomashyo ta’minoti, mehnat unumdorligi va xarajatlarni nazorat qilish masalalarining dolzarbligini ko‘rsatadi. Savdo sohasidagi 403 ta korxona uchun esa mijozlar bilan ishlash, narx siyosati, raqamli marketing va sotuv kanallarini boshqarish muhim omillar hisoblanadi.

Ilmiy tadqiqotlar bilan taqqoslash shuni ko‘rsatadiki, oilaviy korxonalarda boshqaruvning institutsionallashuvi va qaror qabul qilish mexanizmlarining shaffofligi korxona natijalariga ta’sir qilishi mumkin [1]. Shuningdek, rivojlanayotgan bozor sharoitida oila a’zolarining egalik va boshqaruvdagi ishtiroki firma natijalari bilan bog‘liq bo‘lishi mumkinligi yangi empirik tadqiqotlarda ham ko‘rsatilgan [2]. Shu sababli O‘zbekiston sharoitida oilaviy qadriyatlarni saqlagan holda professional boshqaruv mexanizmlarini joriy etish muhim yo‘nalish sifatida qaralishi mumkin.

Tahlil natijasida oilaviy korxonalar boshqaruviga ta’sir qiluvchi omillarni quyidagi ketma-ketlikda boshqarish maqsadga muvofiq: strategik rejalashtirish → resurslarni taqsimlash → xodimlar faoliyatini tashkil etish → bozor monitoringi → natijalarni baholash va tuzatish. Bunday yondashuv boshqaruvni bir martalik qarorlar yig‘indisi emas, balki uzluksiz boshqaruv sikli sifatida tashkil etish imkonini beradi.

Xulosa va amaliy takliflar. Tadqiqot natijalari oilaviy korxonalarda tadbirkorlik faoliyati boshqaruvi ko‘p omilli tizim ekanligini ko‘rsatdi. Boshqaruv samaradorligiga tadbirkorning kompetensiyasi, inson resurslari, moliyaviy boshqaruv, oilaviy munosabatlar, raqamlashtirish, bozor talabi va raqobat muhiti birgalikda ta’sir ko‘rsatadi. Andijon viloyati misolida 2022–2024-yillarda faol oilaviy korxonalar sonida sezilarli o‘zgarish kuzatilgan bo‘lsa-da, statistik qatorni talqin qilishda ro‘yxatga olish va ma’lumotlar bazalarini birxillashtirish jarayonlari ham hisobga olinishi kerak [3; 5].

Birinchidan, oilaviy korxonalarda strategik rejalashtirishni kuchaytirish va kamida 3 yillik rivojlanish rejasini ishlab chiqish taklif etiladi. Ikkinchidan, oila a’zolari o‘rtasida vazifa va javobgarlikni aniq taqsimlash, lavozim majburiyatlarini

rasmiylashtirish zarur. Uchinchidan, biznes va oilaviy moliyani alohida hisobga olish hamda muntazam moliyaviy tahlilni yo‘lga qo‘yish lozim.

To‘rtinchidan, raqamli marketing, elektron savdo, elektron hisob-kitob va mijozlar bazasidan foydalanishni kengaytirish maqsadga muvofiq. Beshinchidan, tadbirkorlar va oila a’zolari uchun moliyaviy savodxonlik, marketing, risklarni boshqarish va raqamli boshqaruv bo‘yicha qisqa muddatli o‘quv dasturlarini kengaytirish lozim. Oltinchidan, oilaviy korxonalarni baholashda faqat son ko‘rsatkichidan emas, balki mehnat unumdorligi, daromad, foyda, ishlab chiqarish hajmi, yangi ish o‘rinlari va raqamli savdo ulushi kabi ko‘rsatkichlardan foydalanish taklif etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Alayo, M., Iturralde, T., Maseda, A., & Arzubiaga, U. Performance implications of institutionalization process in family-owned businesses: Evidence from an emerging economy. Journal of World Business, 43(4), 435–448, 2008.
2. San Martin Reyna, J. M., Soto Maciel, A., Esparza Aguilar, J. L., & De la Garza Ramos, M. I. Family involvement in ownership and management on business performance: evidence of an emerging market. Journal of Family Business Management, 16(2), 373–392, 2026. DOI: 10.1108/JFBM-04-2025-0099.
3. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi / Andijon viloyati statistika boshqarmasi. Faoliyat ko‘rsatayotgan oilaviy korxonalar to‘g‘risida ma’lumotlar. 2024-yil 1-sentabr holatiga.
4. Barney, J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120, 1991.
5. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. Faoliyat ko‘rsatayotgan oilaviy korxonalar to‘g‘risida ma’lumotlar. 2024-yil 1-sentabr holatidagi statistik ma’lumotlar va ma’lumotlar bazalarini birxillashtirish bo‘yicha izohlar.
6. Andijon viloyati statistika boshqarmasi. Andijon viloyatining statistik axborotnomasi: 2024-yil yanvar–dekabr. Yangi tashkil etilgan korxona va tashkilotlar tarkibi.