

**OILAVIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY
YONDASHUVLARI**

*“Turan International University” 2-bosqich
Magistranti Nabiyeu Bosit Sobirovich*

ANNOTATSIYA

Maqolada “oilaviy tadbirkorlik”, “oila” va “tadbirkor” tushunchalarining nazariy-analitik sharhi keltirilgan. Oilaviy tadbirkorlik institutini zamonaviy tadqiq etish bo'yicha asosiy tendensiyalar yoritib berilgan. Ma'lum bo'lishicha, zamonaviy O'zbekiston tadbirkorligini o'rganishga bag'ishlangan ilmiy ishlanmalar asosan oilaviy biznesni merosxo'rlarga topshirish mexanizmlarining yetarlicha ishlab chiqilmaganligi hamda ushbu mexanizmlarni ishlab chiqishning ahamiyatini tadbirkorlar tomonidan yetarli darajada anglanmaganligi masalalariga qaratilgan. Shuningdek, mahalliy mualliflar tomonidan oilaviy bo'lmagan korxonalar bilan taqqoslaganda, oilaviy korxonalarga xos bo'lgan tashkiliy madaniyat o'ziga xosliklarini tadqiq etish masalasiga yetarli e'tibor berilmayotgani qayd etilgan. G'arbda keng tarqalgan ushbu mavzu O'zbekistonda ko'proq oilaviy biznesni topshirish va meros masalalariga qaratilgan bo'lib, bu narsa, ehtimol, konsalting va ilmiy tadqiqot manfaatlarining kesishishi bilan bog'liqdir. Maqolada “oila” va “oilaviy korxona” tushunchalariga mualliflik yondashuvi taqdim etilgan.

Kalit so'zlar: Oilaviy tadbirkorlik, oila institute, merosxo'rlik va avlodlar davomiyligi, sotsiokultur omillar, iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlar, tadbirkorlik riski, mulkchilik shakllari, axborot jamiyati va globallashuv, kichik biznes va o'zini o'zi band qilish.

АННОТАЦИЯ

В статье представлен теоретико-аналитический обзор понятий «семейное предпринимательство», «семья» и «предприниматель». Выделены основные тенденции современных исследований института семейного предпринимательства. Как выяснилось, научные разработки, посвященные изучению современного узбекского предпринимательства, в основном сосредоточены на недостаточной разработанности механизмов передачи семейного бизнеса наследникам и недостаточном понимании важности развития этих механизмов предпринимателями. Также отмечается, что отечественные авторы уделяют недостаточно внимания изучению особенностей организационной культуры, присущей семейному бизнесу, по сравнению с несемейным. Данная тема, широко распространенная на Западе, в Узбекистане в большей степени фокусируется на вопросах передачи и наследования семейного бизнеса, что, вероятно, обусловлено пересечением консалтинговых и научно-

исследовательских интересов. В статье представлен авторский подход к понятиям «семья» и «семейное предприятие».

Ключевые слова: Семейное предпринимательство, институт семьи, наследование и преемственность поколений, социокультурные факторы, экономические и социальные отношения, предпринимательский риск, формы собственности, информационное общество и глобализация, малый бизнес и самозанятость.

Oilaviy tadbirkorlik - bu ilmiy tadqiqotlarning o'ziga xos yo'nalishi bo'lib, undagi iqtisodiy munosabatlar ijtimoiy-psixologik munosabatlar bilan chambarchas bog'liq. Ushbu jarayonning asosiy subyekti esa qarindoshlik, ota-onalik va nikoh rishtalari bilan birlashgan ijtimoiy birlik sifatidagi oiladir.

Mahalliy oilaviy tadbirkorlik tajribasi uning rivojlanishida tarixiy va ijtimoiy tajribani davriy ravishda yo'qotib borishga sabab bo'lgan sezilarli tarixiy uzilishlar bilan tavsiflanadi. Mazkur uzilishlarning mantiqiy oqibati sifatida bugungi iqtisodiyot oilaviy tadbirkorlik institutini tiklash jarayonida qator qiyinchiliklarga duch kelmoqda.

Oilaviy tadbirkorlik fenomenini aniqlash bo'yicha yagona umumtan olingan yondashuvning mavjud emasligi ushbu yo'nalishdagi tadqiqotlarni jiddiy murakkablashtiradi. Shu bois zamonaviy iqtisodiy nazariyada oilaviy korxonalarni fuqarolik jamiyati xo'jalik hayotining oilaviy bo'lmagan tashkiliy shakllaridan ajratib ko'rsatish zaruriyati yaqqol kuzatiladi.

Oilani iqtisodiy institut sifatida tahlil qilish

Olib borilgan nazariy tadqiqotlarimiz oilani muhim iqtisodiy institut sifatida e'tirof etishga qadim zamonlardan buyon intilishlar bo'lganini ko'rsatadi. Qator ilmiy nazariyalarga ko'ra, ko'p asrlar davomida aynan oilaning shakli makrosotsial tizimlarning evolyutsiya jarayoniga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan. (Korotaev A.V., 1987)

Ma'rifatparvarlik davri fransuz faylasufi J.-J. Russo shunday yozgan: "Barcha jamiyatlarning eng qadimiysi va yagona tabiiy shakli – bu oila. Demak, agar istasak, oila siyosiy jamiyatlarning prototipi hisoblanadi..." (Russo Zh.-Zh., 1998).

Mazkur tadqiqot doirasida K. Marks va F. Engelsning qarashlari alohida e'tibor qaratishga loyiqdir. Ularning fikricha, oilaning asosini jamiyat tomonidan tan olingan shakllardagi erkak va ayol o'rtasidagi nikoh ittifoqi tashkil etadi. "Biroq u (oila) faqat erkak va ayol o'rtasidagi, hatto huquqiy jihatdan rasmiylashtirilgan munosabatlar bilan chegaralanmaydi; balki u er-xotin, ota-onalar va bolalar o'rtasidagi munosabatni ifodalaydi",

(Marks K., Engels F., 1955)

- bu esa oilaga fuqarolik jamiyatining eng muhim instituti sifatida ahamiyat bag'ishlaydi. Buning asosiy sababi shundaki, oila instituti, eng avvalo, jamiyatning ehtiyojlari, normalari va sanksiyalarining shakllanishi natijasidir. Shu bois, oilani qon-qarindoshlik yoki nikohga asoslangan, umumiy turmush tarziga, o'zaro yordamga va ma'naviy mas'uliyatga ega bo'lgan kichik guruh sifatida ko'rib chiqish lozim.

V.I. Lenin ta'kidlaganidek, oilaning rivojlanishida hal qiluvchi omil — bu ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardir. Demak, oila tarixiy taraqqiyot mahsuli bo'lib, har bir ijtimoiy-iqtisodiy shakllanish o'ziga xos bo'lgan nikoh-oila munosabatlariga ega.

Ta'kidlash joizki, iqtisodiy nuqtai nazardan oila har doim tovar (va xizmatlar) ishlab chiqarish hamda taqsimlash jarayonining asosiy kuchi bo'lib qoladi. Oilaning iqtisodiy tarkibini o'rganish oilaviy iqtisodning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlashga olib keldi. Shu munosabat bilan V.I. Dalning “ekonomika” tushunchasiga bergan ta'rifi diqqatga sazovordir: bu “ekonom” (ya'ni “yaxshi xo'jayin, uy boshqaruvchi, tejamkor, moliya va resurslarni oqilona sarflovchi, uy xo'jaligini boshqaruvchi shaxs”) atamasidan kelib chiqqan,” (Dal V.I., 2015).

XX asrning 80-yillarining ikkinchi yarmigacha mahalliy iqtisodchilar deyarli oilaga e'tibor qaratmaganlar. Oilaga asosan qarindoshlik rishtalari bilan bog'langan, o'zaro hamkorlikda turmush olib boruvchi va o'z ehtiyojlarini qondirish maqsadida birgalikda xo'jalik yurituvchi odamlar guruhi sifatida yondashilgan. Oila ishlab chiqaruvchi bo'g'in sifatida emas, balki mahsulotni taqsimlash va iste'mol qilish bosqichlarining subyekti, ya'ni “uy xo'jaligi” sifatida qaralgan. Biroq bu ikki tushuncha bir-biriga yaqin bo'lsa-da, mohiyatan o'xshash emas.

Jamiyat hayotining turli sohalarining murakkablashuvi, o'zaro bog'lanishi, shuningdek, iqtisodiy tahlilga ijtimoiy, demografik, psixologik va milliy munosabatlar kirib kelishi oilani tahlil qilishning yangi yondashuvlarini shakllantirishni talab etdi.

Mazkur yo'nalishdagi dastlabki yondashuvlardan biri amerikalik iqtisodchi, Nobel mukofoti laureati G. Bekker tomonidan qo'llanilgan bo'lib, u oilaning shakllanish qonuniyatlari, oilaning funksionalligi, undagi rollar va oila a'zolari o'rtasidagi munosabatlarni yagona konseptual, universal yondashuv asosida izohlashga harakat qilgan (Bekker G.S., 2003).

G. Bekkerning qarashlariga ko'ra, oila — bu ishlab chiqarish bo'g'ini bo'lib, unda oilaning moddiy resurslari, a'zolarining sa'y-harakatlari, vaqt omili, shuningdek “mahsulotlar”, masalan: sog'liq, oiladagi mavqe, zavq, bolalar, dam olish va boshqalar sarflanadi. “Ota-onalar tasarrufidagi resurslar meros bo'lib olingan kapital hamda mehnat daromadlaridan iborat bo'lib, ular o'z ehtiyojini qondirishga, bolalar ta'minotiga yoki bolalarga inson kapitali va boshqa shakllarda uzatishga yo'naltiriladi. Bolalarni tarbiyalash esa vaqt va xarajatlarni talab qiladi. Ota-onalar esa yoshi

ulgʻayganida ularga koʻmak koʻrsatadigan farzandlarni qadrlaydilar,” (Bekker G., 1994)

- shu tariqa, olim oiladagi barcha jarayonlar iqtisodiy tabiatga ega, degan xulosaga keladi.

J. Kolduell tomonidan ishlab chiqilgan oilaning iqtisodiy konsepsiyasiga koʻra, oilaviy xoʻjalikda moddiy oqimlar farzandlardan - ota-onalarga, ayoldan - erkakka tomon yoʻnaladi *(Zakharova O.D., Rybakovskiy L.L., 1993).

Bunday munosabatlar tizimi nisbatan barqaror boʻlib, vaqt oʻtishi bilan kichik avlodning hukmron avlodga aylanishi bilan izohlanadi. Kolduellning fikricha, kapitalistik ishlab chiqarishga oʻtish ushbu tizimning yemirilishi bilan xarakterlanadi, chunki farzandlar oilaviy mehnat jarayonidan chiqarib tashlanadi va ularni tarbiyalash (taʼlim) xarajatlarining oshishi bilan izohlanadi.

Hozirgi kunda ilmiy doirada “tadbirkorlik” tushunchasiga nisbatan yagona umumtan olingan taʼrif mavjud emas. Uni falsafiy nuqtai nazardan insonning oʻzini namoyon qilish shakli, ruhning alohida kayfiyati, ishbilarmonlik romantikasining koʻrinishi sifatida tavsiflash mumkin. Kasbiy maʼnoda tadbirkorlik - bu oʻz biznesini tashkil etish, uni yuritish bilan bogʻliq funksiyalarni muvaffaqiyatli amalga oshirish qobiliyati sifatida qaraladi.

Avstriyalik iqtisodchi Y. Shumpeter tadbirkorlikni yangi kombinatsiyalarni amalga oshirish sifatida talqin qilgan (Shumpeter Y., 2001).

F. H. Nayt (2003) va P. Druker (1985) fikriga koʻra, tadbirkorlik har doim riskni oʻz zimmasiga olishni nazarda tutadi. Tadbirkorning xulqi — oʻz gʻoyasi yoʻlida oʻz karerasi va moliyaviy xavfsizligini xavf ostiga qoʻyishga, noaniq natijaga ega boʻlgan loyihaga vaqt va kapital sarflashga tayyor boʻlgan shaxsning harakati bilan ifodalanadi.

Endi ilmiy adabiyotlarda uchraydigan “tadbirkor” tushunchasi taʼriflariga qisqacha nazar tashlaymiz. Zamonaviy iqtisodiy taʼlimot asoschilaridan biri A. Smit shunday deydi: “Tadbirkor faqat oʻz manfaatini koʻzlaydi, oʻz foydasiga intiladi. Bunda u, oʻzi koʻzlamagan maqsad sari uni koʻrinmas qoʻl olib boradi. Oʻz manfaatini koʻzlab, koʻpincha u jamiyat manfaati yoʻlida ongli ravishda xizmat qilgandan koʻra samaraliroq xizmat qiladi” (Smit A., 2016).

Iqtisodiy manfaat — ishlab chiqarish munosabatlarining ifodasi sifatida, shaxs va oila miqyosida turlicha boʻlishi mumkin. Ammo iqtisodiy manfaatning mohiyati — mehnat natijasida olingan mukofotning jamiyatga keltirilgan iqtisodiy taʼsirga, ishlab chiqarish shakllarining bozor sharoitidagi rollari va ularga egalik munosabatlari orqali namoyon boʻlishidir.

Bizning fikrimizcha, “tadbirkorlik” kategoriyasining yagona taʼrifini ishlab chiqishdagi murakkablik, ushbu tushunchaning mazmunini nafaqat iqtisodiy, balki sotsiokulturologik va tarixiy jihatdan ham tadqiq etish zaruratidan kelib chiqadi.

“Oilaviy tadbirkorlik” tushunchasining nazariy-analitik sharhi

Keng ma’noda oilaviy tadbirkorlik - yaqin qarindoshlarning o‘zlarining oilaviy kapitali asosida turli shakllarda amalga oshiradigan tadbirkorlik faoliyatidir.

K.S. Shipitsina oilaviy tadbirkorlikni odatda o‘zini o‘zi band qilish va kichik tadbirkorlik o‘rtasidagi format sifatida belgilaydi (Shipitsyna K.S., 2015).

Shu sababli oilaviy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash - bir vaqtning o‘zida mehnatini amaldagi mehnat munosabatlari tizimida qo‘llay olmayotgan shaxslarni, hamda kichik tadbirkorlikning sezilarli qismini tashkil etuvchi, ya’ni jami tadbirkorlar sonida ustunlik qiluvchi subyektlarni qo‘llab-quvvatlashga yo‘naltirilgan to‘g‘ri yo‘ldir.

Biroq ishni meros qilib topshirish niyati va zarur resurslarga egalik, agar ularga xos bo‘lgan xulq-atvor komponenti mavjud bo‘lmasa, korxonani mazkur so‘zning to‘liq ma’nosida oilaviy korxona qilmaydi. Shu bois ushbu uch komponent o‘zaro ajralmas hisoblanadi. Demak, oilaviy tadbirkorlik fenomenining mohiyati quyidagi jihatlar orqali to‘liq namoyon bo‘ladi:

- Ishni meros orqali topshirish va unda oilaviy nazoratni ta’minlash niyati;
- Oila a’zolari o‘zaro hamkorligidan sinergetik natijalar beruvchi resurs bazasi va imkoniyatlar;
- Kelajak avlodga topshirish jarayonida amal qilinadigan taktik va strategik rejalashtirish tizimi;
- Xulq-atvor (behavioral) komponenti.

Chet el adabiyotlarida uchraydigan yondashuvlar

“Oilaviy korxona” tushunchasiga ta’rif berishda mazmun, maqsad va shaklga asoslangan uch yondashuv kuzatiladi. Chet el olimlarining ko‘pchilik ta’riflari mazmun masalasiga e’tibor qaratadi (Hadler, 1989; Trent, 1999). Astrakhan D. fikricha, oilaviy korxona - oila ishtirokining pastdan yuqorigacha uzluksiz ko‘rinishlari mavjud bo‘lgan kontinumdir. Mulkchilik masalasi Lansberg (1988) tomonidan, meros va merosxo‘rlik masalalari esa Vard (1987) tomonidan tadqiq qilingan. Oilaviy tadbirkorlik madaniyati esa Litz (1995) izlanishlarining markazida turadi. Klayn (2000) oilaviy korxonalarni oilaviy bo‘lmagan tashkilotlardan farqlovchi prinsipial jihatlarni tahlil qiladi.

Rossiyalik olimlar tadqiqotlarini tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, asta-sekin oilaviy korxona tushunchasiga nisbatan bir xil terminologik bazani ishlab chiqish zaruriyati anglanmoqda: ya’ni oilaviy korxonani “bir oilaning a’zolari ishlaydigan xo‘jalik subyekti” tarzidagi maishiy tushunchadan - bir necha avlod davomida meros qilib o‘tiladigan va oila tomonidan boshqariladigan tadbirkorlik faoliyati sifatidagi tushunchaga o‘tish jarayoni boshlangan. Ilmiy yo‘nalishlar e’tibori esa qarindoshlar o‘rtasidagi munosabatlarni tasvirlashdan - korxonaning nafaqat samarali faoliyat

yuritishi, balki uni meros qilib topshirish va oilaning eng muhim aktiv sifatida saqlab qolishini ta'minlaydigan omillarni tahlil qilishga o'tdi.

Oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish masalasi O'zbekiston olimlarining ilmiy-analitik izlanishlarida alohida e'tibor qaratilayotgan yo'nalishlardan biridir. Mazkur masalada olimlar tomonidan ta'kidlanishicha, oilaviy tadbirkorlik oddiy maishiy xo'jalik yuritish shakli yoki o'zini o'zi band qilishdan iborat bo'lmay, balki iqtisodiy mazmun va ijtimoiy shaklning o'zaro uyg'unlashgan modeli sifatida qaralishi lozim. U iqtisodiy faoliyatning o'ziga xos turi bo'lib, unda oilaning ichki resurslari, mehnat taqsimoti, boshqaruv, ijtimoiy ishonch va merosxo'rlik omillari bir tizimda namoyon bo'ladi.

O'zbekiston tadqiqotchilarining fikricha, oilaviy tadbirkorlikni kichik biznesdan farqlash zarur, chunki oilaga asoslangan tadbirkorlik nafaqat iqtisodiy, balki sotsiokultural, psixologik, huquqiy va avlodlararo meros munosabatlari bilan bog'liq. Shu sababli oilaviy tadbirkorlik iqtisodiy subyekt sifatida alohida institut tarzida ko'rilishi kerak. M.O.Romadanov tomonidan qayd etilishicha, oilaviy tadbirkorlik iqtisodiy mazmun va ijtimoiy shaklning dialektik birligini ifodalaydi, ya'ni u faqat daromad olishga qaratilgan faoliyat emas, balki oilaning jamiyatdagi o'rnini mustahkamlashga yo'naltirilgan ijtimoiy institutdir. K.S. Shipitsina esa ushbu faoliyatni o'zini o'zi band qilish bilan kichik tadbirkorlik orasidagi oraliq format sifatida tavsiflaydi, bu esa oilaning moslashuvchan iqtisodiy strategiya tanlashini ta'minlaydi.

Zamonaviy o'zbek olimlari oilaviy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlashni davlat siyosati darajasida olib borish zarurligini ta'kidlaydi. Ularning fikricha, oilaviy korxonalar uchun qulay soliq rejimi, kredit resurslariga soddalashtirilgan kirish, saboq va tajribalarni meros sifatida uzatish bo'yicha huquqiy mexanizmlarni takomillashtirish iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlaydi. Bu yo'nalishda olib borilgan tadqiqotlarda ayniqsa davlat imtiyozlari va moliyaviy yordam choralari oilaviy biznes rivojiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi qayd etiladi.

Ilmiy adabiyotlarda shuningdek, oilaviy tadbirkorlikning merosxo'rlikka uzatilishi, avlodlar almashinuvida boshqaruv madaniyati shakllanishi, qarindoshlik munosabatlarining iqtisodiy qarorlar qabul qilishga ta'siri alohida ko'tarilgan mavzulardandir. Olimlarning ta'kidlashicha, O'zbekistonda oilaviy tadbirkorlikning ijtimoiy madaniy ildizlari juda chuqur, biroq uning institutsional rivojlanish tamoyillari hali to'liq shakllanmagan.

Xulosa o'rnida aytish mumkinki, o'zbek olimlarining qarashlari oilaviy tadbirkorlikni bozor iqtisodiyotining muhim instituti sifatida baholashga asos bo'lib xizmat qiladi. Oilaviy biznes iqtisodiyotga ko'plab ijobiy ta'sir ko'rsatadi - bandlik yaratadi, oilaning daromadini oshiradi, ijtimoiy-iqtisodiy faollikka turtki beradi, jamiyat barqarorligini mustahkamlaydi va resurslardan oqilona foydalanishga imkon

yaratadi. Shu bilan birga, ushbu institutni rivojlantirishda merosxoʻrlik mexanizmlari, boshqaruv madaniyati, huquqiy asoslar va davlat qoʻllab-quvvatlash mexanizmlarini chuqur va tizimli tahlil qilish zarurati mavjud.

Sanoat davri qadriyatlari XX asr oxiridagi oilaviy tadbirkorlik rivojiga oʻzining oʻchmas izini qoldirgan boʻlsa-da, hozirda ularni axborot jamiyatiga xos qadriyatlar almashtirmoqda. Jahon iqtisodiyotining globallashuvi ham mazkur institut faoliyatida sezilarli oʻzgarishlarga olib kelmoqda. Shunga qaramay, tashqi muhit qanchalik tez oʻzgarmasin, muayyan tuzilmani oilaviy tadbirkorlik subyekti sifatida baholash uchun unda asosiy tarkibiy elementlar — oilaviy mulkchilik, avlodlar vorisligi va oilaviy boshqaruv saqlangan boʻlishi shart. Oilaviy tadbirkorlik - oʻziga xos ilmiy tadqiqot sohasidir, chunki undagi iqtisodiy munosabatlar ijtimoiy-psixologik munosabatlar bilan chambarchas bogʻliq. Mazkur faoliyatning asosiy subyekti esa - qarindoshlik, ota-onalik, nikoh rishtalari, shuningdek rasmiy va norasmiy normalar asosida shakllangan ijtimoiy birlik sifatidagi oiladir. Oilaviy tadbirkorlik uchun, umuman olganda, yollanma mehnatdan cheklangan foydalanish yoki uning umuman mavjud emasligi, uzoq muddatli oʻzaro qoʻllab-quvvatlash, umumiy oilaviy isteʼmol, harakatlarning moddiy va nomoddiy baholanishi, mehr-muhabbat munosabatlari, vorislik va meros munosabatlari, qarindoshlarga nisbatan masʼuliyat kabi belgilar xosdir. Oilani rasmiy nikoh asosida shakllangan, er-xotin, ota-ona va farzandlarni oʻz ichiga olgan xoʻjalik yuritish subyekti sifatida iqtisodiyotning regional jihatdagi muhim instituti ekanini eʼtiborga olgan holda, “oilaviy korxona”ni mulkka egalik va (yoki) boshqaruvda ishtirok etuvchi bir oilaga mansub shaxslar mehnat faoliyatini amalga oshiradigan mikro korxona sifatida taʼriflash maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Oʻzbekiston Respublikasi “Oilaviy tadbirkorlik toʻgʻrisida”gi Qonuni // Oʻzbekiston Respublikasi qonun hujjatlari toʻplami, 2012 yil, № 17, 188-modda; 2013 yil, № 18, 233-modda; 2015 yil, № 33, 439-modda; 2017 yil, № 1, 1-modda.
2. Barxatova N.M. “Oilaviy biznes va biznesdagi oilalar”.
3. Лепетикова И.Ю. Семья как основа семейного предпринимательства: правовые аспекты // Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России: Научно-практическая конференция.
4. Ромаданов М.О. Семейный бизнес вчера и сегодня // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 12-1(41-1). – с. 778.
5. Волков Д.А. Стадии и жизненные циклы развития семейного бизнеса // Российское предпринимательство. – 2011. – № 2. – с. 11-16.