XIZMAT KO‘RSATISH SOHASIDA OILAVIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING INSTITUTSIONAL ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI

Iskandarov Sunnatillo Baxriddin o‘g‘li

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

Mustaqil izlanuvchisi

https://orcid.org/0009-0008-8182-279X

Annotatsiya. Maqolada O‘zbekiston xizmat ko‘rsatish sohasida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning institutsional asoslari regulyativ, moliyaviy, tashkiliy-infratuzilmaviy va ijtimoiy-madaniy bloklar kesimida tahlil qilingan. Milliy statistika qo‘mitasining 2021–2025-yillar ma’lumotlari asosida bozor xizmatlari hajmi o‘rtacha yillik 28,2 % (nominal) sur’atda o‘sgani, biroq yuridik shaxs tashkil etmagan kichik tadbirkorlik subyektlari tarkibida “oilaviy tadbirkor” maqomidagilar atigi 0,8 % ni tashkil etishi aniqlandi. Davlat dasturlarining kredit hajmiga yo‘naltirilganligi, ularning qishloq xo‘jaligi yo‘nalishiga og‘ishi va oilaviy biznesni statistik hisobga olishning yo‘qligi asosiy institutsional nomutanosibliklar sifatida ko‘rsatildi. Oilaviy biznes tushunchasini tashkiliy-huquqiy shakldan ajratish, reyestrda “oilaviy biznes” belgisini joriy etish, bosqichma-bosqich moliyalashtirish va natijaga asoslangan monitoring tizimini yaratish bo‘yicha takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: *oilaviy tadbirkorlik, xizmat ko‘rsatish sohasi, institutsional asoslar, institutsional muhit, “Har bir oila - tadbirkor” dasturi, kichik biznes, rasmiylashtirish, mahalla.*

Kirish

Xizmat ko‘rsatish sohasi zamonaviy iqtisodiyotda bandlik va daromadlarning asosiy manbaiga aylanib bormoqda. O‘zbekistonda ham bu tendensiya yaqqol kuzatilmoqda: Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2025-yilning yanvar–sentabr oylarida xizmatlar sohasining yalpi qo‘shilgan

qiymat tarkibidagi ulushi o‘tgan yilning mos davridagi 48,1 % dan 49,4 % gacha oshgan [10], 2025-yilda esa ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 1 050,3 trln so‘mga yetib, 14,7 % ga o‘sgan [9]. Shu bilan birga, xizmatlar hajmining 56,7 % i kichik tadbirkorlik subyektlari tomonidan ko‘rsatilgan [8]. Bu ko‘rsatkichlar xizmat ko‘rsatish sohasining asosiy “tashuvchisi” - kichik, ko‘p hollarda oila asosida tashkil etilgan biznes ekanini ko‘rsatadi.

Oilaviy tadbirkorlik xizmatlar sohasi uchun alohida tabiiy afzalliklarga ega: kichik kapital talab etilishi, uy-joy va tomorqa resurslaridan foydalanish imkoniyati, oila a’zolari o‘rtasidagi yuqori ishonch tufayli tranzaksion xarajatlarning pastligi, mijozlar bilan shaxsiy munosabatlarga tayanish. Maishiy xizmatlar, umumiy ovqatlanish, oilaviy mehmon uylari, repetitorlik, bolalarni parvarish qilish, ta’mirlash va hunarmandchilik bilan bog‘liq xizmatlar aynan oilaviy shaklda samarali tashkil etiladi.

Davlat siyosatida oilaviy tadbirkorlik ustuvor yo‘nalish sifatida belgilangan. 2012-yilda “Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”gi Qonun qabul qilingan [1], “Har bir oila - tadbirkor” dasturi doirasida imtiyozli kreditlash mexanizmlari bir necha bor soddalashtirilgan [3], 2025-yilda oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish dasturi doirasida faoliyatini kengaytirgan tadbirkorlarga 50 mln so‘mgacha garovsiz kreditlar berish belgilangan [23]. Biroq rasmiy statistika muhim nomutanosiblikni ko‘rsatadi: 2025-yil 1-oktabr holatiga faoliyat yuritayotgan oilaviy tadbirkorlar soni 5,8 mingtani tashkil etgan bo‘lsa, yakka tartibdagi tadbirkorlar 281,9 mingta, dehqon xo‘jaliklari 422,3 mingta bo‘lgan [7]. Ya’ni keng ko‘lamli qo‘llab-quvvatlash choralariga qaramay, “oilaviy tadbirkor” huquqiy shakli amalda kam tanlanmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi

Tadqiqotning nazariy asosini yangi institutsional iqtisodiyot tashkil etadi. D. Nort institutlarni jamiyatdagi “o‘yin qoidalari” sifatida ta’riflab, ularni rasmiy (qonunlar, shartnomalar) va norasmiy (an’analar, me’yorlar) qoidalarga ajratadi

hamda iqtisodiy natijalar aynan shu qoidalar tizimi orqali shakllanishini ko‘rsatadi [12]. O. Uilyamson institutlarni to‘rt darajada - ijtimoiy-madaniy “ildiz”, rasmiy institutsional muhit, boshqaruv tuzilmalari va resurslarni taqsimlash darajalarida tahlil qilishni taklif etgan [13]. U. R. Skott esa institutlarning regulyativ, normativ va madaniy-kognitiv “ustunlari”ni ajratadi [14]; bu yondashuv oilaviy biznes kabi qadriyatlarga chuqur bog‘langan hodisalarni tahlil qilishda ayniqsa qo‘l keladi.

Tadbirkorlik va institutlar o‘rtasidagi bog‘liqlikni V. Baumol tadbirkorlik salohiyati har qanday jamiyatda mavjud bo‘lib, uning samarali yoki samarasiz faoliyatga yo‘naltirilishi “o‘yin qoidalari”ga bog‘liq ekani bilan izohlaydi [11]. F. Velter tadbirkorlikni institutsional, ijtimoiy va makoniy kontekstdan ajratib o‘rganib bo‘lmasligini ta’kidlaydi [19]. Bu qarash O‘zbekiston kabi o‘tish iqtisodiyotlarida mahalla institutining roli va oilaviy aloqalarning ahamiyatini hisobga olish zaruratini asoslaydi.

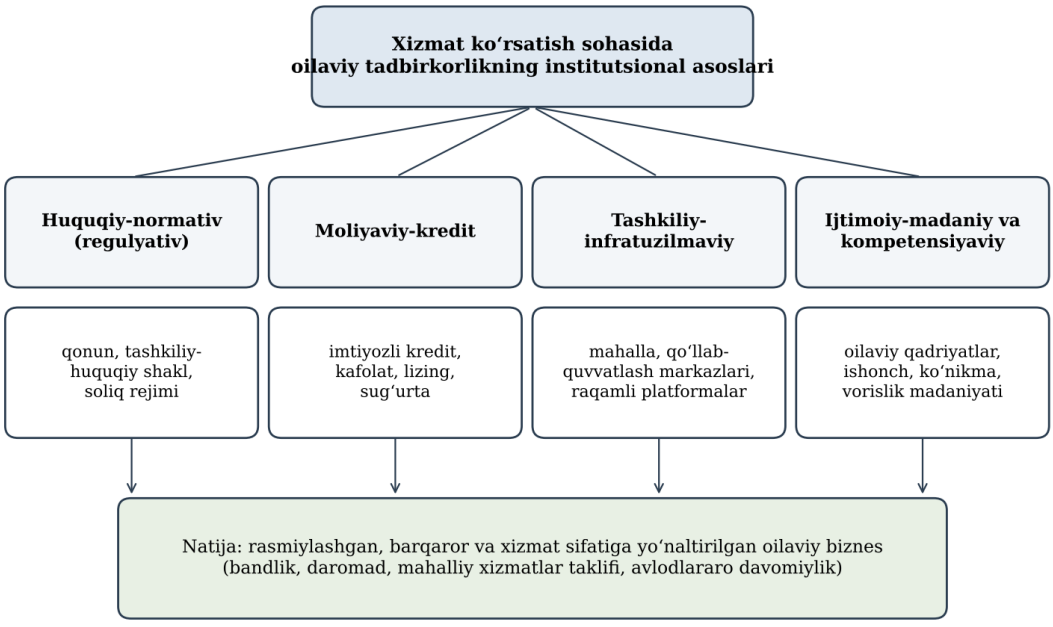
Oilaviy biznes nazariyasida R. Tagiuri va J. Devisning “uch doira” modeli (oila, mulk, biznes) oilaviy firmalarning ikki tomonlama xususiyatlarini - ishonch va sadoqat afzalliklari bilan birga rollar chalkashligi xavfini - ko‘rsatib bergan [15]. J. Chua, J. Krisman va P. Sharma oilaviy biznesni faqat mulkchilik ulushi bilan emas, balki oilaning biznes ustidan nazorati va uni avloddan avlodga o‘tkazish niyati bilan belgilashni taklif qilgan [16]. T. Xabbershon va M. Uilyams oilaning biznes bilan o‘zaro ta’siri natijasida vujudga keladigan noyob resurslar to‘plamini “oilaviylik” (familiness) deb nomlagan [17]. X. Oldrich va J. Klif tadbirkorlik qarorlarini oila tuzilmasidagi o‘zgarishlar bilan bog‘lab, “oilaga ichki joylashganlik” yondashuvini ilgari surgan [18]. K. Gersik va hammualliflari oilaviy biznesning hayotiy sikli va vorislik muammolarini tizimlashtirgan [20].

Mahalliy tadqiqotlarda oilaviy tadbirkorlik asosan bandlik va kambag‘allikni qisqartirish vositasi sifatida o‘rganilgan, xotin-qizlar tadbirkorligini xizmatlar sohasida qo‘llab-quvvatlash mexanizmlariga ham e’tibor qaratilgan [24]. Shu bilan birga, xizmat ko‘rsatish sohasi doirasida oilaviy tadbirkorlikning institutsional

asoslarini yaxlit tizim sifatida - huquqiy shakl, moliyalashtirish, infratuzilma va ijtimoiy-madaniy omillarning o‘zaro muvofiqligi nuqtai nazaridan - baholash yetarlicha amalga oshirilmagan. Ushbu bo‘shliq tadqiqotning ilmiy yangiligini belgilaydi.

2. Materiallar va metodlar

Tadqiqotning axborot bazasini O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining 2021–2025-yillar uchun xizmatlar sohasi, yalpi ichki mahsulot va kichik tadbirkorlik bo‘yicha press-relizlari [7–10], shuningdek, “Lex.uz” milliy huquq bazasida e’lon qilingan qonun va qonunosti hujjatlar [1–6] tashkil etdi. Nazariy qism xalqaro taqrizlanadigan jurnallardagi institutsional iqtisodiyot va oilaviy biznes bo‘yicha fundamental tadqiqotlarga [11–20] tayanadi.



1-rasm. Xizmat ko‘rsatish sohasida oilaviy tadbirkorlikning institutsional asoslari modeli

3. Natijalar

2021–2025-yillarda ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi 389,4 trln so‘mdan 1 050,3 trln so‘mga, ya’ni 2,7 baravarga oshgan (1-jadval, 2-rasm). O‘rtacha yillik nominal o‘sish sur’ati 28,2 % ni tashkil etdi. 2025-yilda taqqoslama narxlardagi

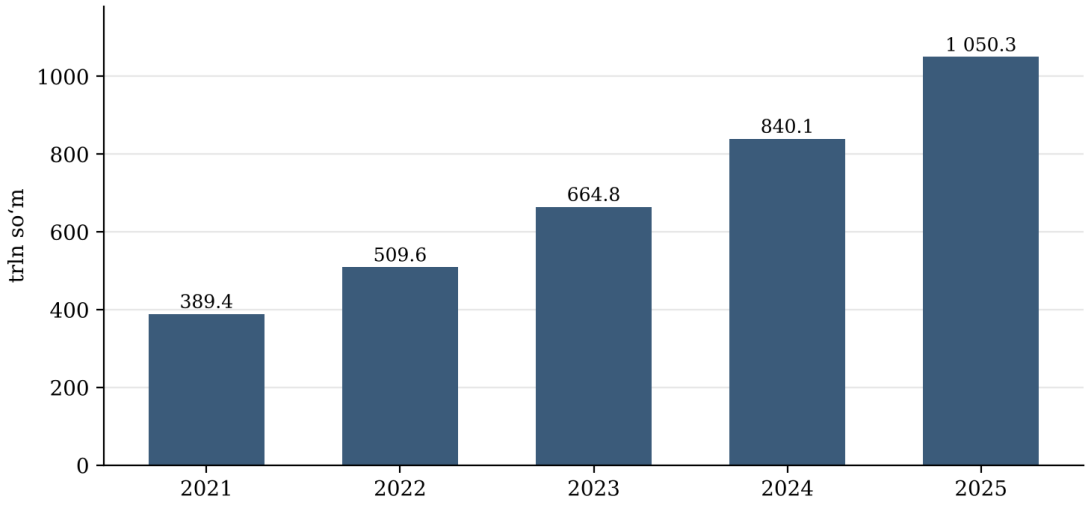
real o‘sish 14,7 % bo‘lib [9], bu yalpi ichki mahsulotning umumiy o‘sish sur’atidan (7,7 %) [21] qariyb ikki baravar yuqori. Demak, xizmatlar sohasi iqtisodiy o‘sishning yetakchi drayveriga aylangan.

1-jadval

O‘zbekistonda ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi dinamikasi (yanvar–dekabr)

Yillar	Bozor xizmatlari hajmi, trln so‘m	Zanjirli nominal o‘sish, %	2021-yilga nisbatan, marta
2021	389,4	-	1,00
2022	509,6	30,9	1,31
2023	664,8	30,5	1,71
2024	840,1	26,4	2,16
2025	1 050,3	25,0	2,70
CAGR 2021–2025	**-**	**28,2**	**-**

Manba: Milliy statistika qo‘mitasi ma’lumotlari [9] asosida muallif hisob-kitoblari.



2-rasm. Ko‘rsatilgan bozor xizmatlari hajmi, trln so‘m (joriy narxlarda)

Manba: Milliy statistika qo‘mitasi [9].

Xizmatlar hajmida kichik tadbirkorlikning ulushi 2024-yilda 57,0 %, 2025-yilda 56,7 % ni tashkil etgan [8; 22]. Hududiy kesimda keskin farq kuzatiladi:

2025-yilda bozor xizmatlarining 37,8 % i Toshkent shahriga to‘g‘ri kelgan bo‘lib, poytaxtda kichik tadbirkorlik ulushi 40,9 % ni tashkil etgan, Qoraqalpog‘iston Respublikasida esa bu ko‘rsatkich 74,0 %, Andijon viloyatida 72,8 % ga teng bo‘lgan [8]. Bu hududlarda xizmatlar taklifi asosan kichik, ko‘p hollarda oilaviy biznes hisobiga ta’minlanmoqda va oilaviy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash siyosatining hududiy samarasi aynan shu yerlarda yuqori bo‘lishi kutiladi.

2-jadvalda yuridik shaxs tashkil etmagan kichik tadbirkorlik subyektlarining tarkibi keltirilgan. “Oilaviy tadbirkor” maqomidagi subyektlar jami 733,0 mingta subyektning atigi 0,79 % ini tashkil etadi. Hatto hunarmandlar (22,1 ming) soni oilaviy tadbirkorlardan 3,8 baravar ko‘p.

2-jadval

Yuridik shaxs tashkil etmagan kichik tadbirkorlik subyektlari tarkibi (2025-yil 1-oktabr holatiga)

Subyekt turi	Soni, ming birlik	Ulushi, %
Dehqon xo‘jaliklari	422,3	57,61
Yakka tartibdagi tadbirkorlar	281,9	38,46
Hunarmandlar	22,1	3,02
Oilaviy tadbirkorlar	5,8	0,79
Import tovarlari sotuvchilar	0,9	0,12
Jami	**733,0**	**100,0**

Manba: Milliy statistika qo‘mitasi [7] ma’lumotlari asosida muallif hisob-kitoblari.

Bu natija muhim xulosaga olib keladi: amalda oilaviy asosda faoliyat yuritayotgan xo‘jaliklarning katta qismi yakka tartibdagi tadbirkor, o‘zini o‘zi band qilgan shaxs yoki dehqon xo‘jaligi sifatida ro‘yxatdan o‘tmoqda yoki umuman rasmiylashtirilmagan. Ya’ni “oilaviy tadbirkorlik” iqtisodiy hodisa sifatida keng tarqalgan bo‘lsa-da, uning huquqiy shakli sifatida institutsionallashuvi past.

Natijada davlat oilaviy biznesning haqiqiy ko‘lamini, uning xizmatlar sohasidagi hissasini va qo‘llab-quvvatlash choralarining samaradorligini o‘lchay olmaydi.

Oilaviy tadbirkorlikka oid asosiy hujjatlarning kontent-tahlili 3-jadvalda umumlashtirilgan.

3-jadval

Oilaviy tadbirkorlikni tartibga soluvchi asosiy hujjatlar va ularning xizmatlar sohasiga yo‘naltirilganligi

Hujjat	Asosiy mazmuni	Institutsional blok	Xizmatlar sohasiga yo‘naltirilganligi
“Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”gi Qonun, 26.04.2012, O‘RQ-327 [1]	Oilaviy tadbirkorlik tushunchasi, yuridik shaxs tashkil etgan va etmagan shakllari, a’zolar huquqlari	Regulyativ	Umumiy; tarmoq xususiyatlari ajratilmagan
PF-60, 28.01.2022 - 2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Taraqqiyot strategiyasi [2]	Tadbirkorlikni rivojlantirish, kambag‘allikni qisqartirish, xizmatlar ulushini oshirish maqsadlari	Strategik-regulyativ	Bilvosita (makro maqsadlar orqali)
PQ-4720, 20.05.2020 - “Har bir oila - tadbirkor” dasturini moliyalashtirish [3]	Kredit berish tartibini soddalashtirish, BHMning 1000 baravarigacha kredit	Moliyaviy	Past: asosan tomorqa, chorvachilik, kasanachilik
PQ-78, 27.02.2025 - xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid qaror [4]	Xizmatlar sohasining iqtisodiyotdagi ulushini oshirish, monitoring	Regulyativ-tashkiliy	Yuqori, lekin oilaviy shaklga alohida urg‘u yo‘q
PQ-103, 14.03.2025 - oila va xotin-qizlarni qo‘llab-quvvatlash tizimi [5]	“Hamroh” dasturi, ayollar tadbirkorligiga garovsiz kreditlar, platforma	Moliyaviy, tashkiliy	O‘rta: ayollar xizmatlari orqali
2025-yilgi KOBni rivojlantirish maqsadli ko‘rsatkichlari [23]	Oilaviy tadbirkorlik dasturi doirasida 50 mln so‘mgacha garovsiz kredit	Moliyaviy	Neytral (tarmoqdan qat’i nazar)

Manba: muallif tomonidan "Lex.uz" ma'lumotlari va rasmiy xabarlar asosida tuzilgan.

Olingan natijalarni Skottning institutsional ustunlari [14] orqali talqin qilish mumkin. **Regulyativ** darajada oilaviy tadbirkorlik qonun bilan tan olingan bo'lsa-da, uning tashkiliy-huquqiy shakli tadbirkor uchun boshqa shakllarga nisbatan qo'shimcha afzallik bermaydi. Natijada Nort ta'riflagan rasmiy qoidalar [12] kutilgan xatti-harakatni - oilaviy biznesning o'z maqomida rasmiylashuvini - rag'batlantirmaydi. **Normativ** darajada oilaviy biznesga oid qadriyatlar (oilaviy mehnat, kattalarni hurmat qilish, mahalla bilan bog'liqlik) kuchli bo'lib, bu Xabbershon va Uilyams ta'riflagan "oilaviylik" resurslari [17] mavjudligidan dalolat beradi. Biroq **madaniy-kognitiv** darajada oilaviy biznes ko'pincha "yordamchi daromad manbai" sifatida qabul qilinadi va kengayish, xizmat sifatini standartlashtirish yoki vorislikni rejalashtirish strategiyasi shakllanmagan.

Bu natijalar Baumolning tadbirkorlik faoliyati institutsional rag'batlar orqali yo'naltiriladi degan xulosasiga [11] mos keladi: kredit hajmini maqsad qilib qo'ygan tizim tadbirkorlarni loyihaning yashovchanligidan ko'ra kredit olish imkoniyatiga e'tibor berishga undaydi. Shu bilan birga, Velterning kontekstual yondashuvi [19] nuqtai nazaridan, mahalla tizimi va "mahalla yettiligi" orqali yo'lga qo'yilgan manzilli ishlash amaliyoti O'zbekistonga xos institutsional ustunlik hisoblanadi va uni xizmatlar sohasidagi oilaviy biznesga yo'naltirish katta salohiyatga ega.

Tadqiqot natijalari quyidagi xulosalarni chiqarish imkonini berdi.

Xizmat ko'rsatish sohasi O'zbekiston iqtisodiyotining eng tez o'sayotgan tarmog'i bo'lib, 2021–2025-yillarda bozor xizmatlari hajmi 2,7 baravar oshgan va uning yarmidan ko'pi kichik tadbirkorlik tomonidan ta'minlanmoqda. Bu oilaviy tadbirkorlik uchun keng imkoniyat yaratadi.

Shunga qaramay, "oilaviy tadbirkor" huquqiy shakli yuridik shaxs tashkil etmagan kichik tadbirkorlik subyektlarining atigi 0,79 % ini tashkil etadi. Bu

oilaviy biznesning past institutsionallashuvidan, ya’ni rasmiy qoidalar va real iqtisodiy xatti-harakat o‘rtasidagi uzilishdan dalolat beradi.

Asosiy institutsional nomutanosibliklar: oilaviy biznes tushunchasining tor huquqiy shaklga bog‘lanishi, qo‘llab-quvvatlash vositalarining agrar yo‘nalishga og‘ishi, kredit hajmiga asoslangan baholash, statistik hisobning yo‘qligi va vorislik institutlarining rivojlanmaganligi.

Institutsional asoslarni takomillashtirish to‘rt blokda - regulyativ, moliyaviy, tashkiliy-infratuzilmaviy va ijtimoiy-madaniy - muvofiqlashtirilgan holda amalga oshirilishi lozim. Ustuvor chora sifatida “Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”gi Qonunni oilaviy biznesni shakldan qat’i nazar mulk va nazorat mezoni asosida tan oluvchi yangi tahrirda qabul qilish, davlat reyestrida “oilaviy biznes” belgisini joriy etish va dasturlar samaradorligini natijaga asoslangan indikatorlar orqali baholash taklif etiladi.

Taklif etilgan yo‘nalishlarning amalga oshirilishi oilaviy biznesning rasmiylashuvini rag‘batlantirish, xizmatlar sohasida barqaror ish o‘rinlarini yaratish va hududlarda xizmatlar taklifini muvozanatlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikasining “Oilaviy tadbirkorlik to‘g‘risida”gi Qonuni. 26.04.2012-y., O‘RQ-327-son // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. URL: https://lex.uz
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni. 28.01.2022-y. // https://lex.uz
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Har bir oila - tadbirkor” dasturini moliyalashtirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-4720-son qarori. 20.05.2020-y. // https://lex.uz
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid 2025-yil 27-fevraldagi PQ-78-son qarori. // https://lex.uz

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Oila va xotin-qizlarni qo‘llab-quvvatlash tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-103-son qarori. 14.03.2025-y. // https://lex.uz
6. Oilaviy tadbirkorlik, aholi bandligi, yoshlar va xotin-qizlar tashabbuslarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashga oid qaror. // https://lex.uz/docs/-5345627
7. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida kichik tadbirkorlik subyektlarining asosiy ko‘rsatkichlari: 2025-yil yanvar–sentabr. Press-reliz, 24.10.2025. URL: https://stat.uz/img/press-relizlar/kb*uz*p25973.pdf
8. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasining asosiy ko‘rsatkichlari: 2025-yil yanvar–dekabr. Press-reliz, 20.01.2026. URL: https://stat.uz/img/news/analitika-12_2025-zb-lotin.pdf
9. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonda 2025-yilda xizmatlar bozori 14,7 foizga o‘sdi. URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/66391
10. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. Gross Domestic Product of the Republic of Uzbekistan. Press release, 28.10.2025. URL: https://stat.uz/img/press-relizlar/analitics-of-gdp*en*gp72885.pdf
11. Baumol W. J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98, No. 5. P. 893–921.
12. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press, 1990. 152 p.
13. Williamson O. E. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead // Journal of Economic Literature. 2000. Vol. 38, No. 3. P. 595–613.
14. Scott W. R. Institutions and Organizations: Ideas, Interests, and Identities. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE, 2014.

15. Tagiuri R., Davis J. Bivalent Attributes of the Family Firm // Family Business Review. 1996. Vol. 9, No. 2. P. 199–208.
16. Chua J. H., Chrisman J. J., Sharma P. Defining the Family Business by Behavior // Entrepreneurship Theory and Practice. 1999. Vol. 23, No. 4. P. 19–39.
17. Habbershon T. G., Williams M. L. A Resource-Based Framework for Assessing the Strategic Advantages of Family Firms // Family Business Review. 1999. Vol. 12, No. 1. P. 1–25.