



MOLIYA VA BANK ISHI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI BANK-MOLIYA AKADEMIYASI ILMIY JURNALI



Oilaviy biznesni rivojlantirish va uni raqamlashtirish

Toshpo'latov Murodulla Sobirjon o'g'li

Toshkent moliya instituti, mustaqil izlanuvchisi

Yozishmalar uchun muallif elektron pochtasi: murodulla995@mail.ru

Maqola haqida ma'lumot

Topshirilgan vaqti: 19.07.2022

Qabul qilingan vaqti: 01.08.2022

Kalit so'zlar: oilaviy biznes, innovatsiyalar, merosxo'rlik, ishtirokchilar, kapital tarkibi, nazorat tartibi, foyda, raqamlashtirish

Annotatsiya

Ushbu maqolada oilaviy biznes rivojlanishi, iqtisodiy taraqqiyotdagi roli, kapital tarkibi va biznesni boshqarish xususiyatlari tahlil qilingan. Korporativ boshqaruvning oila modeli afzalliklari va kamchiliklari aniqlangan. Oilaviy biznesni rivojlantirish va biznesni raqamlashtirishning afzalliklaridan samarali foydalanishga xulosalar, ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Family business development and digitalization

Toshpolatov Murodulla Sobirjon o'g'li

Tashkent institute of Finance, independent researcher

Corresponding author: murodulla995@mail.ru

ARTICLE INFO

Received: 26.07.2022

Accepted: 01.08.2022

Keywords: family business, innovation, inheritance, participants, capital structure, control order, profit, digitization.

Abstract

This article analyzes the development of a family business, its role in economic development, especially the structure of capital and business management. The advantages and disadvantages of the family model of corporate governance are identified. Conclusions, scientific proposals and practical recommendations aimed at the effective use of the advantages of developing a family business and family model and corporate governance have also been developed.

Kirish

Oilaviy biznes guruhlariga, oilaviy biznes imperiyalarga dunyoning qator davlatlarida duch kelish mumkin. Bunda yagona oila a'zolari tomonidan yirik bizneslarni boshqarish amalga oshiriladi. Biznesga yo'naltirilgan kapital nazorat va boshqaruv huquqi tartibida oila a'zolari o'rtasida taqsimlanadi.

2020-2021 yil hamma uchun sinov bo'ldi, chunki COVID-19 hayot va tirikchilikni buzdi. Iqtisodiyotning qisqarishi va noaniq kelajakka qarshi kurashish uchun o'z faoliyatini qaytadan tashkil qilgan oilaviy korxonalar o'z xalqining salomatligi va xavfsizligini birinchi o'rinda qoldirdi. So'rovda qatnashgan 2801 oilaviy biznes rahbarlarining aksariyati 2022 yilda o'sish uchun

optimizm yuqoriligicha qolishini takidlashmoqda (PwC Family Business Survey, 2021).

Ayni shunday sharoitda mamlakatimizda ham oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishga ustuvorlik berilmoqda. Jumladan "Har bir oila - tadbirkor" kabi daturlar bunga yaqqol misol bo'la oladi. Shu orqali istiqbolda biznesning yiriklashuviga erishish milliy va xalqaro darajada biznes rivoji hamda aholi turmush farovonligi ta'minlanadi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi

Korporativ boshqaruv sohasida tadqiqotlar olib borgan Bob Tricker (2012) oilaviy kompaniyalarning ba'zilar yuqori diversifikatsiyalangan guruhlardan va katta kuchga ega bo'lgan bo'ysunuvchi firmalardan iborat bo'lib, ularning yuqori turuvchi boshqaruvchi mulkdori oilaga

asoslangan kichik guruhdan iborat bo'ladi, deya ta'kidlaydi.

Kelin E.Gersick. John A.Davis, Marion McCollom Hampton, Ivan Lansberg (1997) tadqiqotlariga ko'ra, korporativ boshqaruvning oilaviy modeli komponentlari va boshqaruv tuzilmasi oilaviy biznesning rivojlanish bosqichlariga mos ravishda o'zgarib boradi. Oilaviy biznes rivojlanishi va uni boshqarish odatda asoschi davri, birodarlar (aka-ukalar) hamkorligi davri (2-avlod), qarindosh urug'larning (3-avlod) konfederatsiyasi davri bosqichlariga ajratib ko'rsatiladi.

Rushdi M.R.Razzaque, Muhammad Jahangir Ali, Paul Mather (2020) kabilar rivojlanayotgan mamlakatlarda korporativ boshqaruv islohotlari va ularning oilaviy firmalarga ta'siri borasida izlanishlar amalga oshirib, birinchi navbatda mulkdorlik va boshqaruv tartibidagi o'zgarishlarga e'tibor qaratadi.

S.Elmirzayev (2019) esa korporativ boshqaruv modellarini o'rganish asnosida alohida korporativ boshqaruvning oila modelini ajratib ko'rsatadi va alohida xususiyatlariga e'tibor qaratadi.

Shuningdek, Evropa oilaviy biznes uyushmasi faoliyati yo'lga qo'yilgan bo'lib, KPMG bilan hamkorlikda har yili oilaviy biznes va unda boshqaruv amaliyotiga doir tahlil va tadqiqotlarni o'z ichiga olgan hisobotlarni e'lon qilib boradi.

Tahlil va natijalar

Eng yaxshi paytlarda, oilaviy biznesning kuchli tomonlari ko'pincha e'tibordan chetda qolmoqda. Ammo qiyin paytlarda ularning qadriyatlariga sodiqligi, uzoq muddatli fikrlash, oqilona ta'sirchanlik bo'lgan kuchli asoslar tiklanishga asoslanadi. Bu 2009 yilda moliyaviy inqirozdan keyin sodir bo'ldi, o'shanda oilaviy biznes vayron bo'lgan jahon iqtisodiyotida imkoniyatlarni tiklash uchun qayta tiklandi. Va bu COVID-19 dan keyingi tiklanish davrida yana ikki asosiy sababga ko'ra sodir bo'ldi: oilaviy biznes boshqa institutlar va rahbarlarga qaraganda ko'proq ishonchli va aksariyat sektorlarda ular chidamlaroq ekanligini isbotlab kelmoqda.

Pandemiya davrida va rasmiy boshqaruv tartib-qoidalarini qo'zg'atish bo'yicha taraqqiyot to'xtab qolganiga qaramay, merosxo'rlikni rejalashtirishni rasmiylashtirgan respondentlar soni ikki baravar ko'payib, 30 foizga etgani ajablanarli emas.

10-global oilaviy biznes tadqiqoti 2021 so'rovda ishtirok etgan 87 hududdan ishtirok etgan korxonalardan 2801 nafar mulkdor va rahbarning javoblari pandemiya yilida oilaviy tadbirkorlik qanday faoliyat ko'rsatgani

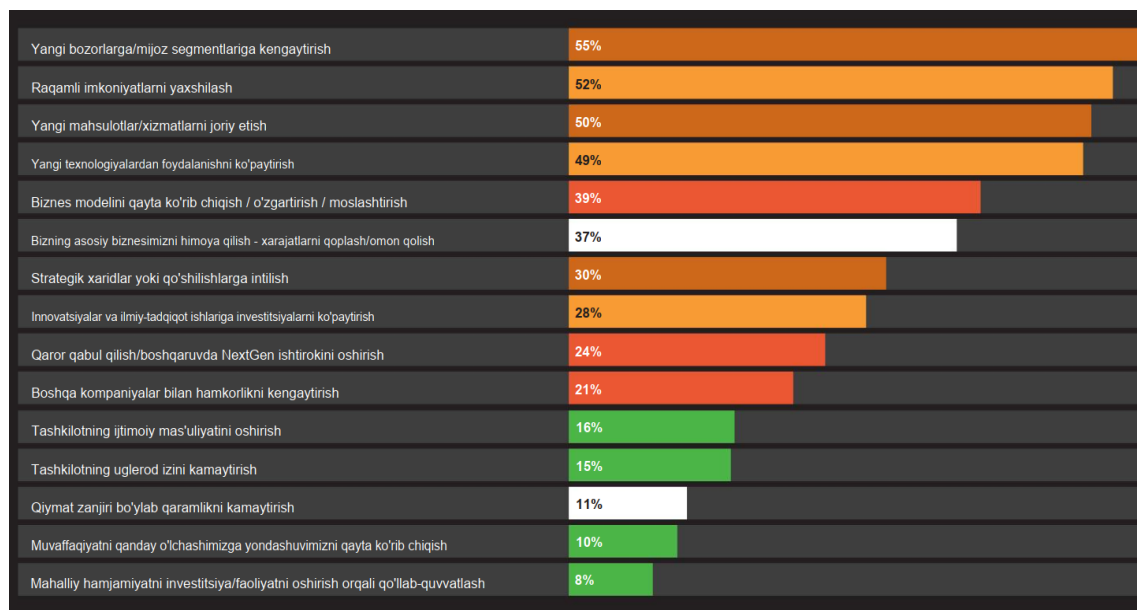
haqida muhim tushunchalarni ochib bergan(PwC Family Business Survey 2021).

So'rov natijalariga ko'ra so'ralgan korxonalar soni COVID-19dan oldingi 12 oy ichida 55% (foiz) o'sgan, 86 % (foiz) so'ralgan korxonalar 2022 yilda o'sishini kutmoqda.

2020 yilda ularga qo'shimcha kapital kerak emasligini takidlashgan va faqat uchdan bir qismi (34%) inqiroz davrida dividendlarni qisqartirmoqda, 64% esa 2021 yilda o'sishni kutmoqda. Ularning raqamli imkoniyatlari kuchli ekanligini aytishadi. 2018-yilgi Oilaviy biznes so'rovida 80% innovatsiyalar va texnologiyalar haqida qayg'urgan, 57% esa bunga sarmoya kiritishini aytishmoqda. Oilaviy tadbirkorlar uchun barqaror biznes amaliyotlari bo'yicha yo'lni boshqarish imkoniyati borligini aytishadi, ammo o'rtacha atigi 37% barqarorlik strategiyasiga ega.

Bugungi kunda oilaviy biznes barqarorlik yo'lida yetakchilik qila boshladi. Ular biznesning eng ishonchli shakli bo'lib, potentsial jihatdan ancha chaqqon va qisqa muddatli bozor bosimidan nisbatan xoli va ular sezilarli ta'sir ko'rsatishda davom etmoqda. 2018-yilda 750 ta eng yaxshi oilaviy biznes 30 milliondan ortiq kishini ish bilan ta'minladi va 9,1 trln. AQSH dollari daromadga erishgan. Bu ularni barqarorlik bo'yicha tabiiy yetakchilar sifatida ajratib turadi. Biroq barqarorlik nimani anglatishi va oilaviy biznes qanday boshqarilishi borasida o'rnatilgan yondashuvlar va fikrlash usullari ularni to'xtatib qo'yishi xavfi mavjud. Hozircha oilaviy tadbirkorlar barqaror amaliyotlarga ustuvor ahamiyat berishmayapti (1-rasm).

Bunday ustuvorlik yo'qligi oilaviy tadbirkorlik faoliyatining mustaqilligi tufayli to'sqinlik qilayotganining kam uchraydigan misolidir. Ro'yxatga olingan kompaniyalar so'nggi yillarda mijozlar, kreditorlar, aktsiyadorlar va xodimlarning barqarorligi bo'yicha bosimni his qilishdi. Ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruvga yo'naltirilgan fondlarga investitsiyalar AQShda bir yil ichida to'rt baravar ko'payib, 2019 yilda 21 milliard dollardan oshdi. Va barqarorlik bilan bog'liq tartibga solish, jumladan, emissiyalarni oshkor qilish va gender to'lovlari hisoboti ko'paydi. Ro'yxatga olingan kompaniyalar ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv amaliyotlari va siyosatlariga doimiy ravishda jalb qilindi. Ularning javob berishdan boshqa iloji yo'q va bu bilan ular ko'rinib turibdiki, yo'lni boshqarmoqdalar. Oilaviy bizneslar uchun o'zlarining ustuvor maqsadlariga erishish imkoniyati - yangi bozorlarga chiqish - ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruvga sarmoya kiritish uchun turtki bo'lmoqda.



1-rasm: PwC Family Business Survey 2021 so'rov natijalari

Yuqoridagi so'rov natijalariga ko'ra oilaviy korxonalar barqarorlikni emas, balki raqamli imkoniyatlarni diversifikatsiya qilish va yaxshilashni asosiy ustuvor yo'nalishlar deb hisoblamoqda.

So'rovda qantashgan korxonalarning beshdan to'rttasi (80%) raqamlashtirish, innovatsiyalar va texnologiyalar bilan bog'liq tashabbuslar ustuvor ahamiyatga ega ekanligini ta'kidlasada, bu sohalaridagi taraqqiyot sekin. Faqat 19 foizi raqamli sayohatlari tugallanganini aytishadi, 62 foizi esa ularda uzoq yo'l borligiga ishonishadi. 2018 yilgi Oilaviy biznes so'rovimizda respondentlarning 80 foizi innovatsiyalar va texnologiyalar haqida qayg'urgan. Garchi ular raqamli imkoniyatlarni ikkinchi ustuvor vazifa deb atasalar ham, 29 foizi 2021 yilgi so'rovda hali ham kuchli raqamli imkoniyatlarga ega emasliklarini va bu imkoniyatlarni rivojlantirish ularning faoliyati kun tartibida muhim emasligini bildirishmoqda.

Raqamli imkoniyatlarini oshirgan oilaviy korxonalar tajribasi aniq yo'l xaritasining hayotiy ahamiyatini ko'rsatadi. Raqamlashtirishning haqiqiy afzalliklari har doim ham taxmin qilinganlarga mos kelmaydi, shuning uchun rejalashtirish muhim ahamiyatga ega. Misol uchun, raqamli jihatdan kuchli korxonalarning 58 foizi moslik va hisobot berish funksiyasini yaxshilash uchun texnologiyadan foydalanadi, ammo raqamli yangilashni rejalashtirayotganlarning atigi 44 foizi buni ustuvor deb biladi.

Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, raqamli kuchli korxonalarning 46 foizida katta rol o'ynaydi, ammo raqamlashtirish, innovatsiyalar va texnologiyalar (shuningdek, barqarorlik) uchinchi va to'rtinchi avlod korxonalari uchun ko'proq ustuvor ahamiyatga ega.

Yaxshi raqamli imkoniyatlarga ega bo'lgan korxonalar o'z xodimlarini masofaviy ishlashga o'tkazishni osonlashtiradi. Oilaviy biznesning epchilligi ko'pchilikning biznes modeli yoki faoliyatiga tez moslashuvida yaqqol namoyon bo'ladi. Raqamli transformatsiya bilan bog'liq avlodlararo taranglik ham katta taassurot qoldiradi.

Raqamlashtirish siz erishishingiz mumkin bo'lgan maqsad emas; bu doimiy sayohat. Hozirgi pandemiya bizga raqamli texnologiyalarni to'g'ri yo'lga qo'yganimizda - mijozlar va xodimlar uchun qiymat yaratishga aniq e'tibor qaratganini ko'rsatmoqda.

Raqamli sayohat bo'ylab tezroq harakat qilish ma'lumotlar va tahliliy vositalarning qiymatini tushunishni, shuningdek, ishchi kuchingizning malakasini oshirish majburiyatini talab qiladi. Shuningdek, transformatsiya madaniy o'zgarishlarning bir qismi bo'lishi kerakligini ham tan olishingiz kerak, uni yuqori darajada faol rahbarlar qo'llab-quvvatlaydi.

Xulosa va takliflar

Oilaviy biznesni rivojlantirish va uni raqamlashtirish borasida amalga oshirgan tadqiqotlarimiz davomida quyidagi xulosalarga keldik:

Oilaviy korxonalar o'z xodimlari va ular faoliyat yuritayotgan jamoalar farovonligini birinchi o'ringa qo'ygani uchun munosib obro'ga ega. Ammo ular rivoyat ustidan nazoratni yo'qotish xavfi ostida va yirikroq ro'yxatga olingan kompaniyalar o'zlari uchun ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv kun tartibiga da'vo qilmoqdalar. Oilaviy korxonalar o'zlarining ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv kun tartibini qanday o'lchash va kengroq manfaatdor tomonlar guruhiga etkazishni o'rganishlari kerak.

Ko'p yillar davomida tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, harakatdan ko'ra raqamlashtirish haqida ko'proq gapirildi. COVID-19 ning zarbalari shuni ko'rsatdiki, allaqachon raqamli sayohatga chiqqanlar inqiroz davrida yaxshiroq joylashtirilgan. Endi harakat qilish vaqti keldi. Raqamlashtirishga ustuvor ahamiyat bermayotgan va muvaffaqiyatga erishmagan respondentlarning 29 foizi o'z merosini himoya qilishda jiddiy muammolarga duch kelishadi.

Eng yaxshi amaliyot maqsadlari asosida oilaviy boshqaruv qoidalarini muntazam ravishda qayta ko'rib chiqish lozim. oilaviy biznes egalarining kun tartibi

harakatlar ustuvorligini aniqlashga yordam beradigan amaliy asos yaratadi.

Raqamli imkoniyatlarini oshirgan oilaviy korxonalar tajribasi aniq yo'l xaritasining hayotiy ahamiyatini ko'rsatmoqda. Raqamlashtirishning haqiqiy afzalliklari har doim ham taxmin qilinganlarga mos kelmaydi, shuning uchun rejalashtirish muhim ahamiyatga ega hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. PwC Family Business Survey 2021
2. Bob Tricker. Corporate governance: principles, policies and practices. – UK.: Oxford university press, 2012. – P. 162.
3. Kelin E.Gersick. John A.Davis, Marion McCollom Hampton, Ivan Lansberg, Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business. Harvard Business Review Press, 1997. – 320 p.
4. Rushdi M.R. Razzaque, Muhammad Jahangir Ali, Paul Mather. Corporate governance reform and family firms: Evidence from an emerging economy // Pacific-Basin Finance Journal. Volume 59, February 2020.
5. Elmirzayev S. Zamonaviy korporativ boshqaruv. Darslik. – T.: "Iqtisod-moliya", 2019. – 416 b.
6. Governance Challenges for Family-Owned Businesses, Practical Guide to Corporate Governance. <https://www.oecd.org>
7. <http://www.europeanfamilybusinesses.eu/>
8. www.fbn-i.org/fbn/main.nsf/doclu/facts