

## MINTAQADA OILAVIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION YO‘NALISHLARI

**Babajanov Xamdam Atabayevich**

*Urganch Davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi*

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada mintaqaviy darajada oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishda innovatsion yondashuvlarning o‘rni va ahamiyati, shuningdek, mintaqada oilaviy tadbirkorlikning xulq-atvor jihatlariga ta’sir qiluvchi tashqi va ichki omillar tahlil qilingan.

**Kalit so‘zlar:** *oilaviy tadbirkorlik, innovatsiya, mintaqaviy rivojlanish, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish, tadbirkorlik infratuzilmasi.*

## ИННОВАЦИОННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СЕМЕЙНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНЕ

**Бабаджанов Хамдам Атабаевич**

*Независимый исследователь Ургенчского государственного университета*

**Аннотация:** В статье анализируются роль и значение инновационных подходов в развитии семейного предпринимательства на региональном уровне, а также внешние и внутренние факторы, влияющие на поведенческие аспекты семейного предпринимательства в регионе.

**Ключевые слова:** *семейное предпринимательство, инновации, региональное развитие, социально-экономическое развитие, предпринимательская инфраструктура.*

## INNOVATIVE DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF FAMILY ENTREPRENEURSHIP IN THE REGION

**Babajanov Khamdam Atabaevich**

*Independent researcher of Urgench State University*

**Abstract:** The article analyzes the role and importance of innovative approaches in the development of family entrepreneurship at the regional level, as well as external and internal factors influencing the behavioral aspects of family entrepreneurship in the region.

**Keywords:** *family entrepreneurship, innovation, regional development, social and economic development, entrepreneurial infrastructure.*

## KIRISH

Bugungi globallashuv va raqobat kuchayib borayotgan davrda mintaqaviy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta'minlashda oilaviy tadbirkorlik subyektlarining o'rni tobora ortib bormoqda. Oilaviy tadbirkorlik — nafaqat bandlik darajasini oshirish, balki hududiy daromadlar bazasini kengaytirish, ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlash va avlodlar o'rtasidagi iqtisodiy merosni davom ettirish vositasi sifatida ham alohida ahamiyat kasb etadi.

Jahon miqyosida oilaviy tadbirkorlik global YaIMning 70 foizigacha ulushini tashkil qilishi, ushbu subyektlarning innovatsion salohiyati bilan bevosita bog'liqligini ko'rsatadi. Hozirgi kunda oilaviy bizneslar nafaqat an'anaviy uslublar bilan, balki zamonaviy texnologiyalar, boshqaruv yondashuvlari va innovatsion qarorlar orqali rivojlanmoqda. Ayniqsa, raqobatbardosh muhitda faoliyat yuritayotgan mintaqaviy korxonalar uchun innovatsiyalar hayotiy zaruratga aylangan.

Shu nuqtai nazardan, mazkur maqolada Xorazm viloyati misolida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishda innovatsion yondashuvlarning o'rni tahlil qilinadi. Bunda, innovatsion strategiyalarni aniqlashda SPACE-tahlil metodikasidan foydalanilgan bo'lib, u orqali mintaqaviy oilaviy bizneslarning raqobatbardoshlik darajasi, moliyaviy holati, soha jozibadorligi va barqarorligi baholanadi. Ushbu tadqiqot natijalariga asoslangan holda, oilaviy tadbirkorlik subyektlari uchun strategik takliflar ishlab chiqilgan.

Bugungi kunda oilaviy tadbirkorlik korxonalari mamlakat iqtisodiyotini barqaror rivojlanishiga katta hissa qo'shadigan fenomen sifatida alohida e'tirof qilinmoqda. Oilaviy tadbirkorlikning global iqtisodiyotdagi ulushi 70% ni tashkil qiladi [1]. Hozirgi vaqtda innovatsiyalar iqtisodiy rivojlanishning harakatlantiruvchi kuchi bo'lib qolmoqda. Shuningdek, oilaviy tadbirkorlikning dinamik muhitda rivojlanishi innovatsiyalarga intilishi bilan tavsiflanadi.

## ADABIYOTLAR TAHLILI

Innovatsiyalar ko'plab shakllarni o'z ichiga olib, jumladan, tashkiliy jarayonni yangi texnologiyalar va kontseptsiyalar orqali amalga oshirishni, shuningdek, muhim moddiy aktivlarni o'z ichiga oladi. Miller va Friesenlarga [2] ko'ra, tadbirkorlik korxonasi - bu o'zining innovatsion biznes tashabbusida tavakkal qiladigan, faol innovatsion jarayonni namoyish etadigan va oxir-oqibat o'z sohasida yetakchiga aylanadi. Innovatsiyalar oilaviy korxonalar faoliyatini mustahkamlashda muhim rol o'ynab, tadbirkorlikni avloddan-avlodga o'tishida o'ziga xos o'ringa ega bo'ladi.

XXI asrning so'nggi yilligida oilaviy korxonalarda innovatsiyalar bo'yicha amalga oshirilayotgan tadqiqotlar tobora kuchayib borayotgani kuzatish mumkin.

Ko'pchilik olimlarning[3] fikriga ko'ra, oilaning mulkchilik, boshqaruv va rahbarligidagi ishtiroki oilaviy tadbirkorlik innovatsiyasiga juda katta ta'sir qilishi mumkin. Oilaviy tadbirkorlik va innovatsiyalarni tahlil qilishda ko'plab mualliflar[4] innovatsiyaning keng ta'rifini keltiradilar, chunki u ko'p shakllarga ega bo'lishi mumkin. Ularning barchasi nafaqat tadqiqot va ishlanmalarga, balki texnologik innovatsiyalarga ham tegishli yangilik elementi sifatida ajralib turadi.

Innovatsiya strategik yo'nalishni, harakat natijasini ifodalab, uning ko'lami bozorda biznes tartibini o'zgartirishni, shuningdek, tan olish, yangilik, sifatli o'ziga xoslik orqali iqtisodiy foyda keltirish va hissa qo'shishdan iborat bo'ladi. Shuningdek, innovatsion yondashuvlar o'ziga xos an'analari, qadriyatlari va namunalariga ega bo'lgan oilaviy tadbirkorlikning bardavom bo'lishini ta'minlaydi. Ba'zi tadqiqotchilarning [5] fikriga ko'ra, psixologik va ijtimoiy nuqtai nazardan, innovatsiyalar oilaviy biznesda muhim o'zgarishlarga olib keladigan uchta umumiy yo'nalishni aniqlaganlar:

- Oilaviy madaniyat innovatsion jarayonlarga ta'sir qilishini;
- Oila ichidagi ziddiyatlar innovatsion jarayonlarni to'xtatib qo'yadi;
- Oila a'zolarining faol ishtiroki innovatsiyalarga turtki beradi.

Bunga qaramasdan, oilaviy tadbirkorlikning xulq-atvori ularning tashkiliy an'analari, ichki tartib qoidalari hamda o'tmishdagi ildizlari yoki ularning uzoq muddatli strategiyaga qarashlaridan kelib chiqadi. Oilaviy tadbirkorlik faoliyatida qaror qabul qilish, oilaviy bo'lmagan korxonalariga nisbatan uzoqroq bo'lishi mumkin. Oilaviy tadbirkorlik innovatsion va ilg'or tajribalarni qo'llagan holda o'z biznes sohalarida nihoyatda raqobatbardosh hisoblanadi.

Boshqa olimlarning fikriga ko'ra, hozirgi avlod oilaviy tadbirkorlik innovatsiyasiga ta'sir qilishda muhim rol o'ynaydi. Bu nuqtai nazarni oilaviy korxonalarda innovatsiyalar tezligi vaqt o'tishi bilan o'zgarib borishini ko'rsatadigan bir qancha ilmiy asoslangan tahlillar tasdiqlaydi [6].

Oilaviy tadbirkorlik faoliyatida innovatsiyalarni rag'batlantirishda an'analalar juda muhim ahamiyat kasb qiladi. Massis [7] o'z tadqiqotlarida "an'analalar orqali innovatsiya" tushunchasini ilgari surib, innovatsiyalar uchun rag'bat bo'lishi mumkinligiga alohida urg'u berib o'tadi. Bugungi yangi avlod o'z merosini yangi g'oyalar, bilim va ko'nikmalar bilan to'ldirsa, undan foydalanish imkoniyatiga ega bo'lsa, oilaviy korxonalar innovatsiyasi uzluksiz evolyutsiya jarayonidan foyda ko'radi.

Ko'pchilik olimlar [8] oilaviy tadbirkorlik korxonalarini innovatsiyalarni korporativ strategiyasining ajralmas qismi sifatida qabul qiladi.

## **METODOLOGIYA**

Ushbu tadqiqotda mintaqada oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning innovatsion strategiyalarini aniqlash uchun SPACE-tahlil (Strategic Position and

Action Evaluation) metodikasidan foydalanildi. Mazkur metodika korxonaning strategik pozitsiyasini baholash hamda unga mos bo‘lgan harakat yo‘nalishini aniqlash imkonini beradi. SPACE-tahlil to‘rtta asosiy yo‘nalish bo‘yicha baholashni o‘z ichiga oladi:

- Korxonaning raqobatbardoshligi (KR);
- Korxonaning moliyaviy holati (MH);
- Sohaning jozibadorligi (SJ);
- Sohaning barqarorligi (SB).

Har bir yo‘nalish bo‘yicha ko‘rsatkichlar 1 dan 6 gacha bo‘lgan ballik shkalada (1 – eng yaxshi, 6 – eng yomon) baholandi. KR va SB ko‘rsatkichlari salbiy o‘qlarda, MH va SJ esa musbat o‘qlarda joylashtirildi. Natijada, X va Y koordinatalar aniqlanib, korxonaning strategik pozitsiyasini aks ettiruvchi vektor chizildi:

- X koordinata = KR – SJ;
- Y koordinata = MH – SB.

Ushbu vektor asosida korxonaning quyidagi strategiya yo‘nalishlari aniqlanadi:

- Hujumkor strategiya (moliyaviy va raqobat salohiyati yuqori);
- Konservativ strategiya (moliyaviy barqarorlik yuqori, lekin soha jozibador emas);
- Mudofaa strategiyasi (soha jozibador, lekin moliyaviy imkoniyatlar cheklangan);
- Raqobat strategiyasi (o‘rtacha salohiyat, marketing va diversifikatsiyaga tayangan yondashuv).

Tadqiqot doirasida Urganch shahrida faoliyat yuritayotgan ikki nafar oilaviy restoran: “Saltanat” va “Aka ukalar” korxonalarini tanlab olindi. Baholash jarayonida 3 nafar ekspert ishtirok etdi: biri — turizm sohasi bo‘yicha tashqi ekspert (hududiy turizm qo‘mitasi vakili), ikkitasi — korxonaning ichki ekspertlari (rahbar va marketing mutaxassisi).

Ekspertlar har bir baholash mezoni bo‘yicha ball qo‘ydi. O‘rtacha baholar asosida SPACE-koordinatalar tizimi tuzilib, strategik pozitsiyalar aniqlandi. Ushbu metodika asosida korxonalar uchun individual tavsiyalar ishlab chiqildi.

SPACE-tahlil metodikasi quyidagi afzalliklarga ega:

- Innovatsion salohiyatga ta’sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni tizimli tahlil qilish imkonini beradi;
- Korxonaning strategik rivojlanish yo‘nalishini miqdoriy baholash asosida belgilaydi;
- Amaliy tavsiyalar ishlab chiqish uchun asos bo‘lib xizmat qiladi.

## MUHOKAMA VA NATIJALAR

Bizga ma'lumki, mintaqada oilaviy korxonalarda innovatsion faoliyatni amalga oshirishda bevosita oilaviy biznesning hulq-atvor jihatlarini tadqiq qilish maqsadga muvohiq hisoblanadi. Tadqiqot jarayonida mintaqada oilaviy tadbirkorlikning hulq-atvor jihatlariga ta'sir qiluvchi omillar aniqlandi (1-jadval).

1-jadval

### Mintaqada oilaviy tadbirkorlikning hulq-atvor jihatlariga ta'sir qiluvchi omillar [9]

Sabablar	Oilaviy biznesning hulq-atvor jihatlari	Xususiyatlari	Innovatsiyalarni o'lchami
<b>Ichki omillar: Psixologik omillar</b>	Tashkiliy boshqaruv tuzilishi	Biznes rollarining ta'rifi	Oila a'zolarining tajribasi innovatsion jarayonda o'z aksini topishi
	Oilaviy biznes ehtiyojlarini aniqlash		Rivojlanish investitsiyalarining aniq maqsadlari
	Tavakkalli qarorlar	Xavfdan voz kechish	Innovatsiyadan oldin tahlil qilish
	Strategiyani ishlab chiqish	Uzoq muddatli maqsadlarga nisbatan qisqa muddatli maqsadlar	
	Oila a'zolari o'rtasidagi ichki nizolar	Har bir ishtirokchining tajribasi	Innovatsiyaga oid eski g'oyalarga qarshi yangi g'oyalar
	Rivojlanishdagi xatolar va muvaffaqiyatsizliklar	Oilaviy biznes uchrashuvini baholash	Innovatsiyalar uchun javobgarlik
	Oila an'analari, qadriyatlari, madaniyati avloddan-avlodga o'tadi	Har bir oilaviy biznes o'ziga xosdir	Innovatsion xatti-harakatlar
	Oila a'zolarining malakasi	Amaliyot	Innovatsiyalar uchun aniq maqsadlar

	Korxonaning obro'si	Manfaatdor tomonlar tushunchasi	Sifat orqali muvaffaqiyatli innovatsiyalar va samaradorlik
<b>Tashqi omillar: Ijtimoiy omillar</b>	Korxonaning iqtisodiy holati	Korxonaning yillik bozor kapitallashuvini baholash	Innovatsiyalar uchun moliyaviy rag'bat
	Dinamik muhit	Biznes nishasini baholash	Innovatsion jarayonning davriyligi
	Raqobat tahlili	Baholash	Yaxshi amaliyot modeli

Mintaqada korxonalarining uzoq muddatli strategiyasiga ega bo'lish an'analari tufayli oilaviy biznes ularni innovatsiyalarga sarmoya kiritishga undaydigan tashqi yoki ichki omillarni tahlil qiladi. Oilaviy tadbirkorlar o'z an'analari hamda biznes merosini kelajak avlodga yetkazishda juda ehtiyotkor bo'lishini talab qiladi. Asosan, oilaviy tadbirkorlik korxonalarida hududgai universitetlar, olimlar, nufuzli tadqiqot va dizayn kompaniyalarni innovatsion jarayonlarga jalb qiladilar. Biroq, barcha tashqi va ichki omillar bilan hisobga holda, oilaviy tadbirkorlik faoliyati bir muhim muammog'ni yan kelajakdagi innovatsiyalar bo'yicha xavfli qarorlar qabul qilishga to'g'ri keladi. Bu oilaviy biznesning kelajakdagi mavjudligiga tahdid soladigan aktivlarga ham ta'sir qilishi mumkin.

Mintaqa iqtisodiyotida innovatsiyalar oilaviy tadbirkorlik faoliyatini iqtisodiy jihatdan samaradorligini oshirishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Oilaviy tadbirkorlik korxonalarida ishlab chiqarish samaradorligi, mehnat unumdorligining o'sishi innovatsiyalarni (yangi texnika va texnologiya, xodimlarni boshqarish va ishlab chiqarishni tashkil qilishda yangi texnologiyalarni qo'llash, yangi bilim va ko'nikmalari bilan qurollanish) tadbiriq qilish natijasida yuzaga keladi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida oilaviy tadbirkorlik korxonalarida innovatsiya strategiyalarini ishlab chiqish jarayoni ichki va tashqi muhit omillari ta'siri doirasida amalga oshiriladi. Shu nuqtai nazardan olib qaraganda oilaviy tadbirkorlik korxonalarida innovatsion siyosatini bozor sharoitiga moslab amalga oshirilishi zarur bo'ladi. Oilaviy korxonalarida xizmat ko'rsatish darajasi, biznes yuritish uchun zamonaviy sharoitlarda faoliyatini boshqarish uchun innovatsion yondashuvlar zarur hisoblanadi.

Xorazm viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan oilaviy tadbirkorlik korxonalarida innovatsiya strategiyalarini amalga oshirish bo'yicha tadqiqotlar deyarli amalga oshirilmagan. Shundan kelib chiqib, Xorazm viloyatidagi oilaviy tadbirkorlik

korxonalari uchun innovatsiya strategiyalarini joriy qilish ular asosida ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqish muhim masalalardan biri hisobalanadi. Tadqiqotimiz ob'ekti hisoblangan Xorazm viloyatida faoliyat ko'rsatayotgan oilaviy tadbirkorlik korxonalari faoliyatini baholash va strategik holatini tahlil qilishga mo'ljallangan SPACE-tahlili amalga oshirilib, metodik tavsiyalar ishlab chiqildi.

Bugungi kunda innovatsion faoliyat samaradorligini kompleks baholashni amalga oshirish va oilaviy tadbirkorlik korxonalarini innovatsion strategiyasini ishlab chiqishda turli strategik baholash usullaridan foydalanadi. Eng keng tarqalgan usullardan biri bu SPACE (strategic position and action estimation) -tahlili[10] hisoblanadi. Ushbu usul yordamida oilaviy korxonaga ta'sir qiluvchi turli hil ichki va tashqi muhit omillar guruhlarini aniqlash mumkin. Shuningdek, bu usulning muhim tomonlaridan biri innovatsion chora-tadbirlarni amalga oshirish uchun omilli ta'sirlarni va sharoitlarni aniqlashga imkon beradi. SPACE-tahlili yordamida korxonalar holati quyidagi yo'nalishlar bo'yicha tahlil qilinadi:

- *Korxonaning raqobatbardoshligi (KR)*: korxonaning bozordagi ulushi; mahsulot (xizmat) sifati; mahsulot (xizmat)ning hayotiylik davri; mijozlarning moyilligi; raqobatchilar imkoniyatlaridan foydalanishi;

- *Korxonaning moliyaviy holati (MH)*: investitsiyalar rentabelligi; to'lovga qobiliyatlilik: biznesning tavakkalchiligi; foydaning o'zgarishi; mavjud bo'lgan kapital;

- *Sohaning jozibadorligi (SJ)*: o'sish imkoniyatlari; moliyaviy barqarorligi; qonunchilikdagi o'zgarishlarga ta'sir qilish darajasi; sohaning rentabellik darajasi; bozorlarga chiqishning osonligi; innovatsiyalar;

- *Sohaning barqarorligi (SB)*: sohada innovatsion faoliyatni rivojlanish darajasi; marketing va reklama imkoniyatlari; inflyatsiya darajasi; talab o'zgaruvchanligi; raqobatbardosh mahsulotlar narxlari; bozorga kirishdagi to'siqlar.

Ushbu usulni quyidagicha ifodalaymiz:

- (KR) va (SB) o'lchovlarini har bir ko'rsatkichi uchun 6 (yomon) dan 1 (eng yaxshi) gacha bo'lgan qiymatlar beriladi. (MH) va (SJ) o'lchamlarini tashkil etuvchi barcha omillar 6 (eng yaxshi) dan 1 (yomon) gacha bo'lgan qiymatlar beriladi;

- (KR), (MH), (SJ) va (SB) larning har biri bo'yicha o'rtacha qiymati hisoblab chiqiladi. (KR) va (SJ) ning qiymatlari X koordinatorlar o'qida, (MH) va (SB) ning qiymatlari Y koordinatorlar o'qiga joylashtiriladi;

- (KR) va (SJ) (mos ravishda (MH) va (SB)) qiymatlarining yig'indisi korxonaning tavsiya etilgan strategiya turini X (mos ravishda U) qiymatini ifodalaydi;

- Innovatsion strategiya pozitsiyasi va harakatini baholash (SPACE) matritsasi asosida yangi kesishish nuqtalari bo'ylab yo'naltirilgan vektor chiziladi. Ushbu vektor korxonalar uchun hujumkor, mudofaa, konservativ yoki raqobat kabi strategiyalar turlarini ochib beradi.

Tadqiqot davomida Xorazm viloyatida xizmat ko'rsatish sohasida faoliyat ko'rsatayotgan oilvaviy korxonalarining SPACE-tahlil usuli yordamida innovatsion strategiyalarni ishlab chiqildi. Tadqiqotimiz ob'ekti sifatida Urganch shahrida oilaviy tadbirkorlik shaklida faoliyat ko'rsatayotgan umumovqatlanish korxonalaridan "Saltanat" milliy taomlari va "Aka ukalar" oilaviy restoronlari tanlab olindi. Ekspertlar bilan suhbatlarni amalga oshirishdan oldin, ushbu soha bo'yicha ishlayotgan tadqiqotchilar bilan sinov suhbatlari o'tkazildi. Sinov suhbatlari muvaffaqiyatli o'tgandan son'g, aniq oilaviy korxonalar bilan tadqiqot ishlari amalga oshirildi.

Birinchi tadqiqotimiz ob'ekti sifatida Urganch shahrida joylashgan "Saltanat" milliy taomlari oilaviy restoroni tanlab olindi. Suhbat uchun avvalo, 3 nafar ekspert tanlab olindi. Birinchi ekspert turizm qo'mitasining hududiy boshqarmasi vakili (tashqi ekspert), hamda ikki nafar oilaviy korxonalar vakillaridan tanlab olindi. Ekspertlar bilan oilaviy korxonaning raqobatbardoshligi, korxonaning moliyaviy holati, sohaning jozibadorligi hamda sohaning barqarorligi bo'yicha intervyular o'tkazildi. Ekspertlar tomonidan baholash ko'rsatkichlar aniqlanib, unga ko'rga korxonaning raqobatbardoshligi (KR)=3,1 ball, moliyaviy holati (MH)=5,1 ball, soha jozibadorligi (SJ)=3,4 ball va tarmoqning barqarorligi (SB)=3,7 ball ko'rsatkichlari olindi (2-jadval).

## 2-jadval

### "Saltanat" milliy taomlari oilvaviy korxonasi faoliyatining SPACE-tahlili usuli yordamida baholanishi [11]

Baholash ko'rsatkichlari	Ekspertlar baholari			O'rtacha baho
	1	2	3	
<b>1) Korxonaning raqobatbardoshligi (KR)</b> (6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
korxonaning bozordagi ulushi	4	3	3	3,6
xizmatlar sifati	3	4	4	3,6
xizmatlarning hayotiylik davri	3	3	2	2,6
mijozlarning moyilligi	2	3	2	3
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>3,4</b>
<b>2) Moliyaviy holati (MH)</b> (6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
investisiyalar rentabelligi	5	4	4	4,3
to'lovga qobiliyatligi	4	5	5	4,6
biznesning tavakkalchiligi	3	3	3	3
foyda dinamikasi	4	4	5	4,3
mavjud bo'lgan kapital	5	4	4	4,3
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>5,1</b>
<b>3) Soha jozibadorligi (SJ)</b>				

(6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
o'sish imkoniyatlari	5	5	5	5
qonunchilikdagi o'zgarishlarga ta'sir qilish darajasi;	3	4	4	3,6
sohaning rentabellik darajasi	4	4	4	3
moliyaviy barqarorligi	4	4	5	4,1
bozorlarga chiqishning osonligi	3	2	2	2,3
inqirozlarning salbiy oqibatlariga moyilligi	2	2	2	2
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>3,1</b>
<b>4) Sohaning barqarorligi (SB)</b> (6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
texnologik o'zgarishlar	5	3	4	
marketing va reklama imkoniyatlari	3	5	4	4
inflyasiya darajasi	3	3	3	3
raqobatbardosh mahsulotlar narxlari	4	4	4	4
investision muhit	3	3	4	3,3
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>3,7</b>

Shuningdek, tadqiqotning ikkinchi ob'ekti sifatida Urganch shahrida joylashgan "Aka ukalar" oilaviy restoroni tanlab olindi. "Aka ukalar" oilaviy restoronining baholash ko'rsatkichlari tashqi (turizm qo'mitasining hududiy boshqarmasi vakili) va ichki ekspertlar (oilaviy restoron rahbari va marketologi) tomonidan baholanib, korxonaning raqobatbardoshligi (KR)=2,6 ball, moliyaviy holati (MH)=2,9 ball, soha jozibadorligi (SJ)=3,2 ball va soha barqarorligi (SB)= 3,2 ball ko'rsatkichlari aniqlab olindi(3-jadval).

### 3- jadval

#### "Aka ukalar" oilaviy restoroni faoliyatining SPACE-tahlili usuli yordamida baholanishi [12]

Baholash ko'rsatkichlari	Ekspertlar baholari			O'rtacha baho
	1	2	3	
<b>1) Korxonaning raqobatbardoshligi (KR)</b> (6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
korxonaning bozordagi ulushi	3	4	3	3,3
xizmat sifati	2	3	3	2,6
xizmatning hayotiylik davri	2	2	3	2,3
mijozlarning moyilligi	3	3	3	3
raqobatchilar imkoniyatlaridan foydalanishi	2	2	2	2
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>2,6</b>
<b>2) Moliyaviy holati (MH)</b> (6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				

investisiyalar rentabelligi	2	2	2	2
to'lovga qobiliyatligi	3	2	3	2,6
biznesning tavakkalchiligi	3	3	3	3
foyda dinamikasi	4	4	4	3
talab qilingan/mavjud bo'lgan kapital	3	4	4	3,6
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>2,9</b>
<b>4) Soha jozibadorligi (SJ)</b>				
(6 (eng yaxshi) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
o'sish imkoniyatlari	4	6	5	5
qonunchilikdagi o'zgarishlarga ta'sir qilish darajasi	4	3	4	3,8
sohaning rentabellik darajasi	3	4	2	3
moliyaviy barqarorligi	3	4	5	4
texnologik nou-xaular	3	2	4	3
bozorlarga chiqishning osonligi	4	3	3	3,3
inqirozlarning salbiy oqibatlariga moyilligi	1	1	1	1
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>3,2</b>
<b>4) Sohaning barqarorligi (SB)</b>				
(6 (eng yaxshi ) dan 1 (eng yomon) gacha shkalada)				
sohada innovasion faoliyatni rivojlanishi	3	3	3	3
marketing va reklama imkoniyatlari	2	2	3	2,6
inflyasiya darajasi	4	4	4	4
bozorga chiqishga to'siqlar	2	3	2	2,6
raqobatbardosh mahsulotlar narxlari	3	2	4	3
investision muhit	5	4	4	4,1
<b>Mezon bo'yicha umumiy bahosi</b>				<b>3,2</b>

Tahlil jarayonining navbatdagi bosqichi SPACE-koordinatalar tizmida turistik firmalar uchun innovasiya strategiyalarini vektorini joylashtiramiz (1-rasm).

$$\mathbf{X} = \mathbf{KR} - \mathbf{SJ} \quad (1);$$

bu yerda: **KR** - korxonaning raqobatbardoshligi;

**SJ** - tarmoqning jozibadorligi;

$$\mathbf{Y} = \mathbf{MH} - \mathbf{SB} \quad (2);$$

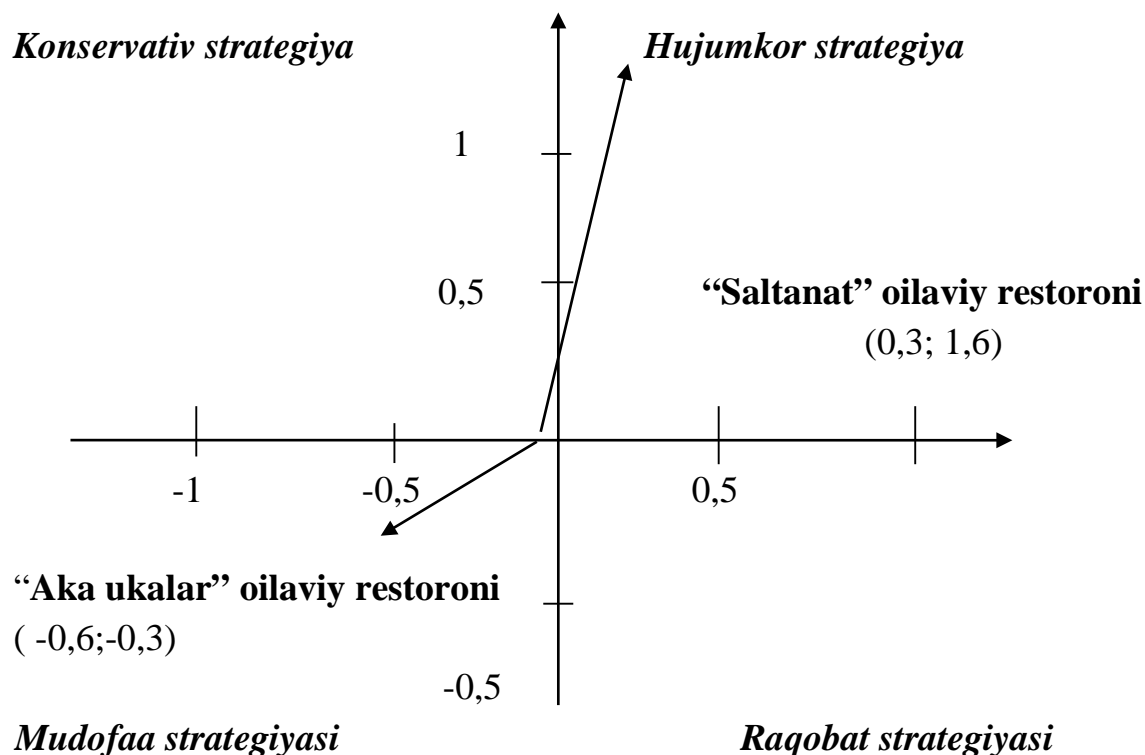
bu yerda: **MH** - korxonaning moliyaviy holati;

**SB** - sohaning barqarorligi;

$$\mathbf{X}_1 = 3,4 - 3,1 = 0,3; \quad \mathbf{Y}_1 = 5,1 - 3,7 = 1,6;$$

$$\mathbf{X}_2 = 2,6 - 3,2 = -0,6; \quad \mathbf{Y}_2 = 2,9 - 3,2 = -0,3;$$

“Saltanat” va “Aka ukalar” oilaviy restoronlari uchun mos ravishda baholash koordinatorlari obykti quyidagicha bo'ladi.



**1-rasm. “Saltanat” va “Aka ukalar” oilaviy restoronlarining innovasion strategiyalari vektorining aniqlanishi [13]**

Umuman aytganda, bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar faoliyati bir nechta innovatsion strategiyalar asosida orqali aniqlanadi. Xususan, korxonalarining faol innovatsion va samarali marketingga yo‘naltirilgan “hujumkor strategiya”si muhim yo‘nalishlardan biri hisoblanadi.

Hujumkor strategiya - korxonalarining mavjud imkoniyatlaridan to‘liq foydalanishi va bozorda o‘zining ulushini oshirishi mumkinligidan dalolat beradi. Korxonaga yuqori moliyaviy barqarorlikka, yuqori salohiyatga, raqobatdosh ustunlikka ega bo‘ladi, jozibali sohaga tegishli hamda nisbatan barqaror sharoitlarida faoliyat ko‘rsatadi.

Kashshof korxonalar mahsulot ishlab chiqarish texnologiyasidan nusxa olish innovatsion strategiyaning yana bir turi hisoblangan “konservativ strategiya”da o‘z ifodasini topadi. Konservativ strategiyada korxonaga unchalik jozibali bo‘lmagan, ammo moliyaviy barqarorlikka ega va nisbatan barqaror sharoitlarda faoliyat yuritadigan raqobatdosh ustunlikka ega bo‘ladi. Bunday korxonaga samarasiz mahsulot (xizmat)larni ishlab chiqarishni qisqartirishga, xarajatlarni nazorat qilishga, mehnat unumdorligini oshirishga, yangi mahsulot(xizmat)larni kiritishga, bozorlarni kengaytirish hisobiga savdo hajmini oshirishga intilishi kerak.

Shuningdek, turistlar hulq-atvori va talablari, raqobatchilarning xarakatlariga javoban turistik firmaning ta’sirini ifodalovchi “himoyalani sh strategiyasi” ham

mavjud. “Himoyalani sh strategiya” si firmaning raqobatda ustunlikka ham, moliyaviy kuchga ham ega emas va unchalik jozibador bo‘lmagan sohaga tegishli va beqaror sharoitda faoliyat ko‘rsatadi. Ushbu strategiyada to‘rtta baholash ko‘rsatkichlari ham zaif va korxonaga qarshi ishlaydi. Bunday korxonaga uchun hayotiylik davri o‘tgan mahsulot (xizmat) lardan foydalanishni to‘xtatish, xarajatlar va pul oqimlarini qat’iy nazorat qilishi, investitsiyalarni kechiktirish yoki cheklash kabi choralarni boshlash tavsiya qilinadi.

Korxonalarining yana bir muhim innovatsion strategiyalaridan biri “raqobat strategiya” si hisoblanadi. Ushbu innovatsion strategiyasi quyidagilarni o‘z ichiga oladi: cheklangan moliyaviy barqarorlikni, jozibador sohada o‘rtacha raqobat ustunligini, mahsulot sifatini takomillashtirish/differentsiyalashtirish orqali raqobatdosh ustunlikni saqlash va kuchaytirishni, mahsulot (xizmat)larni diversifikatsiyalashni, marketing samaradorligini oshirish va safarbar qilishni, moliyaviy resurslarni ko‘paytirishni nazarda tutadi.

“Saltanat” oilaviy restoroni uchun SPACE koordintalar tizimida katta ahamiyatga ega bo‘lmagan vektorga qaramasdan, “Hujumkor” strategiyasi asos bo‘lishi mumkin (1-rasm). Ushbu turistik firma hujumkor innovatsion strategiyani amalga oshirish uchun quyidagi chora-tadbirlar taklif qilinadi:

1. Ushbu oilaviy restoron umumovqatlanish xizmatlari bozorida restoron biznesi bilan shug‘ullanuvchi korxonalarini bilan o‘zaro mustahkam aloqalarni yo‘lga qo‘yish lozim;

2. Oilaviy restoron o‘zi taklif qilayotgan ovqatlanish xizmatlari va mahsulotlarni diversifikatsiyalashi lozim;

3. Mazkur oilaviy restoroni bozordagi o‘z raqiblari mijozlari talabiga qarab, mahsulot va xizmatlar sifatini yaxshilashi lozim;

“Aka ukalar” oilaviy restoroni uchun himoyalani sh strategiyasiga mos kelib, quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish taklif qilindi:

1. Ushbu oilaviy restoron uchun hayotiylik davri o‘tgan mahsulot (xizmat) lardan foydalanishni to‘xtatish lozim;

2. Korxonada xarajatlar va pul oqimlarini qat’iy nazorat qilishi, investitsiyalarni kechiktirish yoki cheklash kabi choralarni boshlash tavsiya qilinadi;

3. Korxonada yangi malakali xodimlarni ishga qabul qilish hamda mavjud salohiyatli kadrlardan samarali foydalanish;

4. Oilaviy restoron o‘z faoliyati doirasini sezilarli darajada kengaytirish uchun mavjud resurslardan samarali foydalanishi lozim.

Umuman xulosa o‘rnida shuni alohida ta’kidlash lozimki, hozirgi bozor iqtisodiyoti sharoitida turli faoliyatdagi oilaviy tadbirkorlik korxonalarini SPACE-tahlilni amalga oshirilishi, ularning iqtisodiy samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Oilaviy tadbirkorlik faoliyatini innovatsion yondashuvlar asosida tashkil qilinishi,

ularning raqabotbardoshligini oshirib, mahsulot ishlab chiqarish (xizmat ko'rsatish) sifatini oshirishga olib keladi.

## XULOSA

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, mintaqada oilaviy tadbirkorlik subyektlarining samarali faoliyat yuritishi, asosan, ularning innovatsion yondashuvlarni qamrab olgan strategiyalarni ishlab chiqishiga bog'liq. Xususan, SPACE-tahlil metodikasi asosida tahlil etilgan "Saltanat" va "Aka ukalar" oilaviy restoranlari faoliyati shuni ko'rsatdiki, innovatsiyalarga sarmoya kiritish qarori ichki omillar (psixologik, tashkiliy, an'anaviy) va tashqi omillar (bozor sharoiti, raqobat, qonunchilik) bilan uzviy bog'liq.

"Saltanat" restoroni uchun hujumkor strategiya tanlanishi, korxonaning bozor imkoniyatlarini faol o'zlashtirayotganini va yuqori salohiyatga ega ekanligini anglatadi. "Aka ukalar" esa himoyalash strategiyasi doirasida xarajatlar va resurslarni optimallashtirish yo'nalishida harakat qilishi maqsadga muvofiq ekani aniqlangan.

Umuman olganda, mintaqada oilaviy tadbirkorlikni innovatsion yondashuvlar asosida rivojlantirish nafaqat korxonada darajasida, balki hududiy iqtisodiy o'sishni jadallashtirishda ham muhim vositaga aylanadi. Shunday ekan, oilaviy biznes subyektlari tomonidan ilmiy asoslangan innovatsion strategiyalarni ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish istiqbolli natijalar kafolati hisoblanadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/sustainable-inclusive-growth/charts/all-in-the-family-business>
2. Miller, D., Friesen, P. H., (2020). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic Momentum, *Strateg Manag J*, 3(1), pp. 1-25.
3. Cucculelli, Marco, and Valentina Peruzzi. 2020. Innovation over the industry life-cycle. Does ownership matter? *Research Policy* 49: 103878.
4. Duran, Patricio, Nadine Kammerlander, Marc Van Essen, and Thomas Zellweger. 2016. Doing more with less: Innovation input and output in family firms. *Academy of Management Journal* 59: 1224–64.
5. Chrisman, J. J., and Patel, P. C. (2012). Variations in R&D investments of family and nonfamily firms: behavioural agency and myopic loss aversion perspectives, *Academy of Management Journal*, 55(4), pp. 976-997.
6. Diéguez-Soto, Julio, Aurora Garrido-Moreno, and Montserrat Manzaneque. 2018. Unravelling the link between process innovation inputs and outputs: The moderating role of family management. *Journal of Family Business Strategy* 9: 114–27.

7. De Massis, Alfredo, Federico Frattini, Josip Kotlar, Antonio Messeni Petruzzelli, and Mike Wright. 2016. Innovation through tradition: Lessons from innovative family businesses and directions for future research. *The Academy of Management Perspectives* 30: 93–116.

8. Kraus, S., Pohjola, M., Koponen, A. (2012). Innovation in family firms: an empirical analysis linking organizational and managerial innovation to corporate success, *Review of Managerial Science*, 6(3), pp. 265-286.

9. Manba: tadqiqotlar asosida muallif ishlanmasi.

10. A. J. Rowe, R. D. Mason, K. E. Dickel, R. B. Mann and R. J. Mockler, “Strategic Management: A Methodological Approach”, 4th Edition, Addison-Wesley, Massachusetts (2014).

11. Manba: Tadqiqotlar asosida muallif hisob-kitoblari.

12. Manba: Tadqiqotlar asosida muallif hisob-kitoblari.

13. Manba: Tadqiqotlar asosida muallif ishlanmasi.