

Murodulla Toshpo'latov

Toshkent moliya instituti

OILAVIY BIZNES BO'YICHA XALQARO AMALIYOT TAHLILI

Annotatsiya. Mazkur maqolada oilaviy biznesning mohiyati, ahamiyati va o'ziga xos xususiyatlari bo'yicha turli olimlarning yondashuvlari o'rganilgan. Oilaviy biznes bo'yicha mamlakatlar indeksi, oilaviy kompaniyalar, Finlandiyada oilaviy biznesning joriy holati misolida oilaviy biznes bo'yicha xalqaro amaliyot tahlil qilingan. Amalga oshirilgan o'rganishlar asosida tegishli xulosalar shakllantirilgan.

Kalit so'zlar: oilaviy biznes, oilaviy korxonalar, oilaviy biznes bo'yicha mamlakatlar indeksi, oilaviy qadriyatlar, oilaviy biznesning hayotiylik davri.

ANALYSIS OF INTERNATIONAL PRACTICE OF FAMILY BUSINESS

Abstract. This article examines the approaches of various scientists on the nature, importance and specific characteristics of family business. The index of countries on family business, family companies, the current situation of family business in Finland is analyzed as an example of the international practice of family business. Relevant conclusions were formed based on the conducted studies.

Key words: family business, family enterprises, family business index for countries, family traditions, life cycle of family business.

Kirish

Zamonaviy iqtisodiyotda biznes yuritishning turli tashkiliy-huquqiy shakllariga guvoh bo'lish mumkin. Bunday xilma xillikning mavjudligi biznes yuritishning qulay tashkiliy-huquqiy shaklini tanlash orqali biznesni samarali tashkil etishga yordam beradi. Bugungi kunda nafaqat mamlakatimizda, balki xalqaro amaliyotda ham oilaviy biznes yuritishga e'tibor kuchaymoqda. Xalqaro amaliyotdan ko'rishimiz mumkinki, ba'zi oilaviy kompaniyalar, hattoki, bir qator rivojlanayotgan mamlakatlar yalpi ichki mahsulotidan ortiq miqdorda yillik daromad olishmoqda. Mamlakatimizda ham oilaviy biznesni samarali tashkil etish va yuqori daromad keltiruvchi biznes shakllaridan biriga aylantirish bo'yicha qator

chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda, biroq hal qilinishi zarur bo'lgan muammolar ham yo'q emas. Xususan, oilaviy biznesni yuritish bo'yicha qabul qilingan huquqiy-me'yoriy hujjatlarning barchasi ham amalda samarali ishlamasligi, oilaviy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar faoliyati uchun qulay shart-sharoitlarning yetarlicha yaratilmaganligi, oilaviy tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchilar tomonidan ishlab chiqariluvchi mahsulotlarni eksport qilishda to'siqlarning uchrab turishi kabi muammolar shular jumlasidandir. Bunday kamchiliklar va muammolarning mavjudligi hamda ularni bartaraf etish zarurati oilaviy biznes bo'yicha xalqaro amaliyotni o'rganishning dolzarbligini ko'rsatadi. Shu sababli quyida oilaviy biznes bo'yicha xalqaro amaliyotni tahlil qilib o'tamiz.

Adabiyotlar tahlili

Dunyo bo'ylab turli iqtisodchi olimlar tomonidan oilaviy biznes bo'yicha tadqiqotlar amalga oshirilgan. Xususan, bir guruh xorijiy olimlar ta'kidlashicha, "oilaviy biznes global miqyosda, ayniqsa, Osiyoda dominant biznes shakli hisoblanadi, ammo oilaviy biznesni umumlashtirish uchun foydalaniladigan G'arb mamlakatlaridagi hozirgi nazariyalardan bilan solishtirganda Osiyodagi oila bizneslarining strategik xatti-harakatlariga ta'sir etuvchi omillarni o'rganuvchi konseptual va empirik tadqiqotlar sezilarli darajada kam hisoblanadi. Janubi-Sharqiy Osiyodagi qiymati 1 milliard AQSH dollariga teng bo'lgan korxonalarning 80% dan ortig'i oilaviy biznes yoki konglomeratlar bo'lib, oilaviy biznes mazkur mintaqadagi o'nta mamlakatda milliy YaIMning 85 foizgacha qismini tashkil etadi" [1].

Boshqa tadqiqotchilar oilaviy biznesning o'ziga xos xususiyatlariga e'tibor qaratishgan. Xususan, "oilaviy biznesda tadbirkorlarning dastlabki amaliy tajribasi natijasida tarmoqqa norasmiy qaramlik va oila a'zolarining aralashuvi bilan yodda qolishi mumkin, bu esa tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi oilaviy biznesning yangi bilimlarni olishiga va ilmiy-tadqiqot investitsiyalarini amalga oshirishiga to'sqinlik qilishi mumkin. Nazariy jihatdan, qayta tuzilgan oilaviy kompaniyalarda yashil innovatsiyalarda ustuvorlik mavjud" [2].

Tadqiqotchilar oilaviy biznesning yuzaga kelishiga ham e'tibor qaratishgan. "Oilaviy biznes biznesni tashkil etishning eng qadimgi va asosiy shakllaridan biridir. Bugungi raqobat sharoitida oilaviy kompaniyalarning o'sishi va saqlanib qolishi bir qator jihatlarga bog'liq. Xususan, sezilarli darajada tez o'zgaruvchan muhitga javoban tashkiliy imkoniyatlarni shakllantirish, kengaytirish yoki qayta konfiguratsiya qilish masalalari shular jumlasidandir. Oila a'zolarining harakat yo'nalishlarini tashkil etish va amalga oshirish bo'yicha yagona boshqaruvning mavjudligi biznes muammolarini hal qilish va maqsadlarni amalga oshirishda muhim rol o'ynaydi" [3].

“Umumiy mulkchilik va nazorat oila tomonidan amalga oshiriladigan va kamida ikki yoki undan ortiq oila a'zolari biznesni boshqarishda ishtirok etadigan biznes oilaviy biznesi deb tushuniladi va butun dunyoda katta ahamiyatga ega. Ular barcha korxonalarning 70% dan ortig'ini tashkil qiladi, o'rtacha ish o'rinlarining 60% ni yaratadi va jahon yalpi ichki mahsulotiga (YaIM) o'rtacha 67% hissa qo'shadi” [4].

Boshqa tadqiqotchilar oilaviy korxonalarni davlat korxonalari bilan taqqoslab o'tgan. “Oilaviy biznesning o'ziga xos mulkchilik tuzilishi ularga an'anaviy davlat kompaniyalarida ko'pincha yetishmaydigan uzoq muddatli faoliyatni tashkil etish imkonini beradi. Ular moliyaviy qiyinchiliklar davrida omon qolish imkoniyatlarini oshirish uchun moliyaviy barqarorlik davrida mavjud bo'lgan ortiqcha daromadlardan voz kechishadi. Oila tomonidan boshqariladigan kompaniyaning bosh direktori oilaviy bo'lmagan kompaniyalar rahbarlarinikiga o'xshash moliyaviy rag'batlarga ega bo'lishi mumkin, ammo u his qilgan oilaviy majburiyat juda boshqacha strategik tanlovlarga olib keladi. Oilaviy kompaniyalar rahbarlari ko'pincha 10 yoki 20 yillik istiqbolga sarmoya kiritib, kelajak avlod uchun hozir nima qilishlari mumkinligiga e'tibor qaratadilar” [5].

P.Pounderning fikricha, “oilaviy kompaniyaning umumiy ta'rifi oilaning strategiya ustidan nazoratni amalga oshirish uchun yetarlicha o'z kapitaliga ega bo'lishi va yuqori boshqaruv lavozimlarida ishtirok etishidir. Oilaviy an'analar va ularning merosi ushbu biznesda katta ahamiyatga ega va yosh avlodlar o'z oilalarining biznes yuritish uslubiga sodiq qolishga intilishadi. Bu juda muhim, chunki oila merosi va an'analari saqlanib qoladi va qaror qabul qilishda muhim rol o'ynaydi” [6].

O'zbekistonda ham oilaviy biznes bo'yicha atroflicha tadqiqotlar o'tkazilganligiga guvoh bo'lishimiz mumkin. “Oilaviy korxona uning ishtirokchilari tomonidan tovarlar ishlab chiqarish va realizatsiya qilish uchun ixtiyoriy asosda, ishtirokchilarning ulushli yoki umumiy mol-mulk, shuningdek, ishtirokchilardan har birining mol-mulki negizida tashkil etiladigan kichik tadbirkorlik subyektidir. Oilaviy korxona faoliyati uning ishtirokchilarining shaxsiy mehnatiga asoslanadi. Oilaviy korxona faoliyatni faqat yuridik shaxs sifatida faoliyat ko'rsatadi”[7].

Sh.QuvandiQov boshchiligidagi tadqiqotchilar ta'kidlashicha, “oilaviy tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash tizimi bir necha yo'nalishlarda amalga oshirilib, o'ziga xos yondashuvlarni talab etuvchi murakkab jarayon hisoblanadi. Bunday murakkab jarayonlarni chuqur o'rganish va tahlil qilish endilikda noan'anaviy metodologik konsepsiyalar, masalaga o'zgacha yondashish tamoyillarini kashf etish zaruratini taqozo etmoqda. Muammolarni bartaraf etishga yangi ilm sohasi sifatidagi sinergetik yondashuv prinsiplari bu jarayonlarni tadqiq etishda muhim

ahamiyat kasb etib, uning metodologik imkoniyatlaridan keng foydalanish zaruratini yuzaga keltirmoqda. Sinergetika metodlarini tadbirkorlik sohasida qo'llanishi uning metodologiyasi rivojiga katta hissa qo'shib, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va yuritish jarayonining ham sinergetikligi, ya'ni o'zini o'zi tashkil etish xususiyati to'g'risidagi g'oyalarni isbotlaydi" [8].

Yuqoridagi tadqiqotchilar fikriga qo'shilgan holda aytishimiz mumkinki, mamlakatimiz miqyosida oilaviy biznesni rivojlantirish va samarali tashkiliy mexanizmlarini ishlab chiqish masmlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur maqolada oilaviy biznes bo'yicha xalqaro amaliyotni tahlil qilish davomida turli mamlakatlar va kompaniyalarning ko'rsatkichlarini taqqoslash orqali qiyoslash metodi qo'llanilgan. Turli tahlillarni amalga oshirish orqali analiz, sintez va ilmiy abstraksiyalash amalga oshirilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi

So'nggi yillarda dunyo bo'ylab oilaviy biznesni rivojlantirish borasida nafaqat tadqiqotchilar tomonidan, balki yirik tashkilotlar tomonidan ham tadqiqotlar olib borilmoqda. Ayniqsa, pandemiya davrida oilaviy biznesni saqlab qolish va faoliyatini samarali tashkil etish bo'yicha tadqiqotlarning ahamiyati oshdi. Xususan, har yili AQShda Family Enterprise USA (FEUSA) tashkiloti oilaviy biznesga qanday muammolar ta'sir qilishini o'rganish uchun oilaviy kompaniyalarda so'rovnoma o'tkazadi. "2021-yil 6-yanvardan 2021-yil 31-martgacha o'tkazilgan so'nggi FEUSA so'rovida AQShning 11 shtatidan vakillar bo'lgan 172 nafar AQSH oilaviy biznes yetakchilari koronavirus tarqalishidan keyin kompaniyalar duch kelgan to'siqlar, shuningdek, oilaning taraqqiyoti haqida o'z fikrlarini bildirishgan. Xususan, 2020-yilda oilaviy biznes subyektlarining 58 foizida daromadlar pasaygan, 42 foizda esa o'sgan. Biznes egalari sanoat sharoitlari, iqtisodiy noaniqlik, hukumat qoidalari, malakali ishchilarni topish va Covid-19 pandemiyasi daromad, muvaffaqiyat va o'sishning o'zgarishiga ta'sir qiluvchi eng katta omillar ekanligi ta'kidlangan. Pandemiya davrida oilaviy biznesni samarali boshqarish uchun ularning 27 foizi xodimlarni saqlab qoldi, 18 foiz kompaniyalar esa masofaviy ishlash orqali xodimlarni himoya qildi. Kompaniyalarning 16 foizi o'z xarajatlarini qisqartirdi va 5 foizi mahsulot yoki xizmat ko'rsatish liniyasini o'zgartirdi. 8 foiz kompaniyalar esa o'z xodimlarini qisqartirgan va 1 foiz kompaniyalar o'z biznesini tugatgan" [9].

1-jadval

Oilaviy biznes bo'yicha mamlakatlar indeksi [10]

Mamlakat nomi	2020-yil natijalari	2020-yil egallagan o'rni	2018-yil natijalari	2018-yil egallagan o'rni
AQSh	64,19	1	64,15	2
Buyuk Britaniya	61,33	2	65,93	1
Gollandiya	61,00	3	63,90	3
Kanada	60,49	4	62,76	4
Daniya	60,42	5	59,36	7
Shveysariya	60,25	6	61,55	5
Shvetsiya	58,63	7	60,54	6
Irlandiya	58,48	8	57,53	9
Avstriya	57,58	9	56,61	10
Finlandiya	57,13	10	58,40	8
Chexiya	56,38	11	55,92	11
Polsha	51,97	12	53,39	12
Belgiya	51,94	13	51,89	13
Vengriya	50,83	14	50,39	15
Portugaliya	50,11	15	48,73	16
Slovakiya	49,65	16	48,63	17
Germaniya	49,36	17	50,97	14
Fransiya	46,17	18	45,84	20
Ispaniya	45,25	19	45,92	19
Yaponiya	45,18	20	47,78	18
Italiya	37,88	21	37,76	21

Oilaviy biznes bo'yicha mamlakatlar indeksi kompaniyaning tashkiliy-huquqiy shakli va boshqaruv funksiyalarida oila a'zolari qanchalik darajada ishtirok etishidan qat'iy nazar asosiy e'tiborni aksiyalar nazorat paketi bir oilaga tegishli bo'lgan kompaniyalar faoliyatiga qaratadi. Mazkur indeks oilaviy biznesni olti xil yo'nalishda baholaydi: soliq; mehnat xarajatlari, mahsuldorlik va inson kapitali; tartibga solish; moliyalashtirish; infratuzilma va institutlar hamda energiya. 2018-yilgi hisobotdan boshlab oilaviy biznes uchun mamlakatlar indeksi 21 mamlakatni qamrab oldi. Har bir mamlakat uchun reyting ko'p bosqichli

jarayonda hisoblanadi. Yuqorida belgilangan olti yoʻnalishning har biri boʻyicha tegishli koʻrsatkichlar aniqlanadi. Ushbu koʻrsatkichlar uchun ball qiymatlari har bir yoʻnalish uchun reytingni ishlab chiqish uchun jamlanadi. Keyin olti yoʻnalishlar umumiy indeks qiymatini yaratish uchun jamlanadi. Quyida oilaviy biznes boʻyicha mamlakatlar indeksini tahlil qilib oʻtamiz (1-jadval).

1-jadval maʼlumotlariga eʼtibor qaratsak, 2020-yil yakunlari boʻyicha mazkur indeksda AQSh yetakchilik qilayotgan boʻlsa, 2018-yilda Buyuk Britaniya boshchilik qilgan. 2020-yil yakunlariga koʻra mazkur indeksda top-10 mamlakatlarga AQShdan tashqari Buyuk Britaniya, Gollandiya, Kanada, Daniya, Shveytsariya, Shvetsiya, Irlandiya, Avstriya, Finlandiya davlatlari kirgan. Umumiy olganda dunyo boʻylab 1-jadvalda keltirilgan 21 davlatda boshqa davlatlarga qaraganda oilaviy biznes yuritish ommalashgan va buning uchun qulay shart-sharoitlar yaratilgan.

Bugungi kunda xalqaro amaliyotda oilalar tomonidan boshqariladigan koʻplab mashhur kompaniyalar mavjud. Quyidagi 2-jadvalda 2022-yilda dunyoning top-25 oilaviy kompaniyalarini tahlil qilamiz.

2-jadvalda oilalar tomonidan egalik qilinuvchi kompaniyalar orasida yetakchilik Walmart kompaniyasiga tegishli hisoblanadi. Shuningdek, Volkswagen, Berkshire Hathaway, Ford, BMW, Koch Industries, Dell Technologies, LG Electronics kabi mashhur kompaniyalar ham oilaviy biznes asosida tashkil etilgan. Koʻrsatkichlarga eʼtibor qaratadigan boʻlsak, Walmart 2021-yilda deyarli 560 mlrd. AQSh dollari miqdorida daromad koʻrgan boʻlsa, 25-oʻrinni band qilgan INEOS Group Holdings S.A. kompaniyasi esa 61 mlrd. AQSh dollari miqdorida daromad koʻrgan. Shuningdek, dunyo boʻylab AQSh, Germaniya, Fransiya kabi rivojlangan davlatlar kompaniyalari bilan bir qatorda Xitoy, Hindiston, Janubiy Koreya, Lyuksemburg kabi jadal rivojlanayotgan mamlakatlar kompaniyalari ham mazkur roʻyxatdan joy olishgan. Roʻyxatdagi kompaniyalarga egalik qiluvchi oilalarga eʼtibor qaratadigan boʻlsak, Walton, Porsche, Buffet, Schwarz, Ford, Tata, Koch, Dell kabi dunyoga mashhur oilalar tomonidan mazkur kompaniyalarga egalik qilnayotganligi va boshqaruvi tashkil etilayotganligini koʻrishimiz mumkin. Mazkur kompaniyalarning hayotiylik davrini kuzatadigan boʻlsak, 25 yillik kompaniyalardan tortib bir yarim asrlik tarixga ega kompaniyalarni ham uchratishimiz mumkin. Bundan koʻrishimiz mumkinki, bugungi kunda dunyo boʻylab rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda oilaviy biznes boshqa biznes turlari qatorida yirik biznes turlariga aylanib ulgurgan va oilaviy biznes moliyasining alohida xususiyatlarini namoyon qilmoqda.

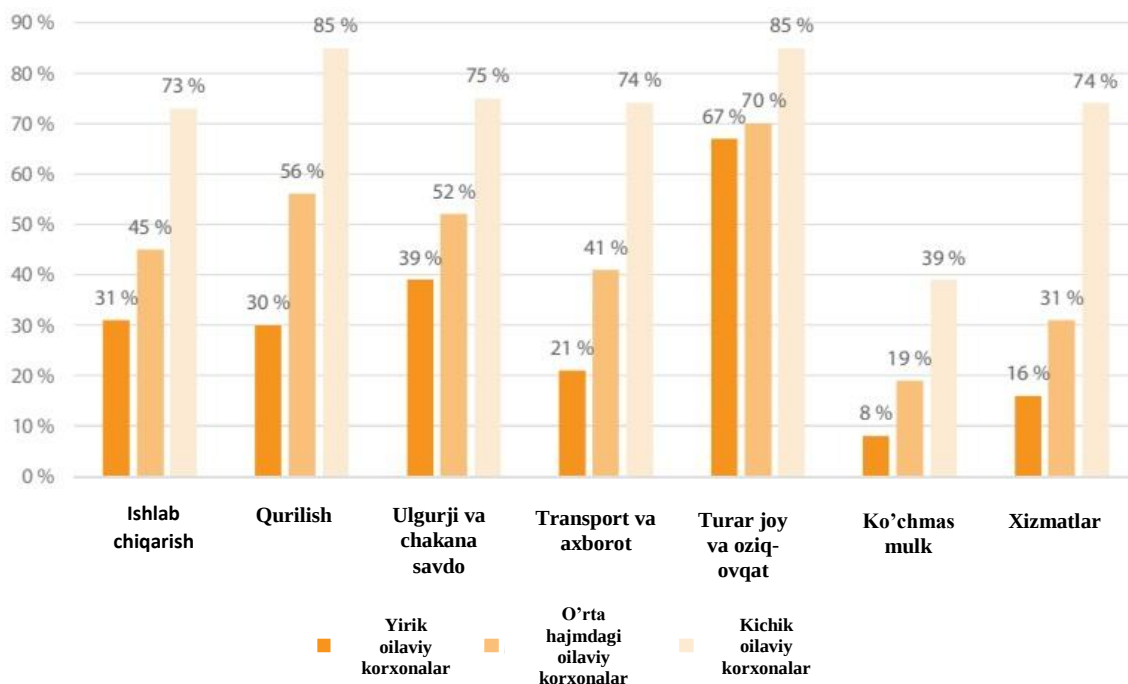
2-jadval

2022-yildadunyo ningtop-25 oilaviykompaniyalaritahlili [11]

№	Kompaniya nomi	Egalik qiluvchi oila nomi	Egalik qiluvchi oila ulushi	Tashkil etilgan sana	Mamlakat	Yillik daromad (mln. AQSh dollari)
1.	Walmart Inc.	Walton	47,1	1962	AQSh	559 151,0
2.	Volkswagen AG	Porsche and Piech	53,3	1937	Germaniya	284 544,0
3.	Berkshire Hathaway Inc.	Buffet	37,3	1955	AQSh	276 094,0
4.	Schwarz Group	Schwarz	100,0	1930	Germaniya	142 499,7
5.	Ford Motor Co.	Ford	40,0	1903	AQSh	136 341,0
6.	Gunvor Group Ltd.	Tornqvist	88,4	2000	Shveysariya	135 000,0
7.	Cargill Inc.	Cargill, MacMillan	90,0	1865	AQSh	134 426,0
8.	ALDI Group	Albrecht	100,0	1948	Germaniya	133 113,1
9.	Tata Sons Private Ltd.	Tata	66,0	1868	Hindiston	128 000,0
10.	Bayerische Motoren Werke AG (BMW)	Quandt, Klatten	46,7	1916	Germaniya	126 508,6
11.	Comcast Corp.	Roberts	33,3	1963	AQSh	116 385,0
12.	Koch Industries Inc.	Koch	100,0	1940	AQSh	115 000,0
13.	Dell Technologies Inc.	Dell	72,0	1984	AQSh	86 670,0
14.	SK Group	Chey	32,7	1953	Janubiy Koreya	82 545,6
15.	Country Garden Holdings Co. Ltd.	Yang	62,0	1992	Xitoy	82 338,6
16.	ArcelorMittal S.A.	Mittal	37,6	1976	Lyuksemburg	76 571,0
17.	LVMH Moet Hennessy	Arnault	47,4	1987	Fransiya	73 029,7
18.	Roche Holding AG	Hoffmann, Oeri, Duschmale	45,0	1896	Shveysariya	72 234,8
19.	China Evergrande Group	Hui	65,8	1996	Xitoy	71 751,6
20.	Pacific Construction Group Co. Ltd.	Yan	100,0	1995	Xitoy	64 037,7
21.	Reliance Industries Ltd.	Ambani	47,4	1973	Hindiston	63 822,2
22.	JBS S.A.	Batista	43,2	1953	Braziliya	62 942,3
23.	LG Electronics Inc.	Koo	30,8	1947	Janubiy Koreya	62 730,2
24.	A.P. Muller-Maersk	Muller, Maersk, Mc-Kinney Ugula	69,9	1904	Daniya	61 787,0
25.	INEOS Group Holdings S.A.	Ratcliffe, Reece, Currie	100,0	1998	Lyuksemburg	61 000,0

Finlandiya tajribasini o'rganadigan bo'lsak, mazkur davlatda oilaviy biznes har bir sohada uchrashi mumkin. Ularning ulushi har bir sohada hajmiga qarab bir-

biridan farq qiladi. Umumiy tahlil shuni ko'rsatadiki, Finlandiyada turar joy va oziq-ovqat xizmatlari sohalarida oilaviy korxonalar ustunlik qiladi.



1-rasm. 2021-yilda Finlandiyada oilaviy korxonalarning turli sohalarda ishtiroki tahlili [12]

1-rasmida 2021-yilda Finlandiyada oilaviy korxonalarning turli sohalarda ishtiroki tahlil qilingan. Xususan, yirik oilaviy korxonalar turar joy va oziq-ovqat xizmatlari (67%) hamda ulgurji va chakana savdo (39%) sohalarida eng katta ulushga ega ekanligini ko'rishimiz mumkin. Turar joy va oziq-ovqat xizmatlari bo'yicha o'rta hajmdagi oilaviy korxonalar ham eng yuqori ulushga ega (70%), qurilishda esa ikkinchi o'rinni (56%) egallagan. Turar joy va oziq-ovqat xizmatlari (85%) hamda qurilish (85%) sohalarida kichik oilaviy korxonalar ustunlik qilgan.

Xulosa

Oilaviy biznes bo'yicha xalqaro amaliyotni tahlil qilish orqali quyidagi xulosalarni berish mumkin.

1. Keskin raqobat sharoitida oilaviy kompaniyalarning o'sishi va saqlanib qolishi bir qancha jihatlarga bog'liq. Birinchidan, oilaviy biznesda samarali korporativ boshqaruvni tashkil etish lozim va bu jarayonda boshqa biznes shakllarida tashkil etiladigan korporativ boshqaruvdan farqli jihatlarni ham

inobatga olish lozim. Ikkinchidan, oila a'zolarining harakat yo'nalishlarini tashkil etish va buni to'g'ri amalga oshirish bo'yicha yagona boshqaruvning mavjud bo'lishi lozim. Chunki bu masala biznes muammolarini hal qilish va maqsadlarni amalga oshirishda muhim rol o'ynaydi.

2. Oilaviy biznes kompaniyalari bugungi kunda dunyoda barcha kompaniyalarning asosiy qismini tashkil qilishi, ular tomonidan o'rtacha ish o'rinlarining katta qismi yaratilishi va jahon yalpi ichki mahsulotiga qo'shadigan hissasi orqali xulosa qilish mumkinki, oilaviy biznes butun dunyo bo'ylab muhim ahamiyat kasb etmoqda va shu sababli mamlakatimizda ham uning samarali tashkiliy va amaliy mexanizmlarini joriy etish lozim.

3. Oilaviy biznes bo'yicha xalqaro tajribani o'rganishda oilaviy biznes moliyasini tashkil etishga, oilaviy qadriyatlar va biznesning parallel samarali faoliyatini amalga oshirish yo'nalishlariga, oilaviy biznesni kengaytirish va uning hayotiylik davrini oshirishda inobatga olinishi lozim bo'lgan jihatlarga e'tibor qaratish lozim.

4. Xalqaro tajriba asosida biznesni tashkil etish va yuritishning oila modelini ham tadqiq qilish va ushbu modelning o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olish muhim hisoblanadi. Shu asosida mamlakatimizdagi oilaviy biznes vakillari uchun biznesni kengaytirish hamda oilaviy biznesning iqtisodiyotdagi o'rnini mustahkamlash uchun shart-sharoitlar yaratish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Chanun Somboonvechakarn, Tatri Taiphapoon, Pongpun Anuntavoranich, Sukree Sinthupinyo. Communicating innovation and sustainability in family businesses through successions. // HELIYON, Available online 24 November 2022. – p. 2; <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844022030481>

2. Chen Cheng, Siming Li, Shali Liu, Suge Zhang. Origin matters: The institution imprint effect and green innovation in family businesses. // Finance Research Letters, Volume 50, December 2022; <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612322005037>

3. Wejdan AL Kayid, Zhongqi Jin, Constantinos-Vasilios Priporas, Sumeetra Ramakrishnan. Defining family business efficacy: An exploratory study. // Journal of Business Research Volume 141, March 2022, Pages 713-725. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296321008948>

4. Walter Reina, José Pla-Barber, Cristina Villar. Socioemotional wealth in family business research: A systematic literature review on its definition, roles and dimensions. // European Management Journal Available online 31 October 2022.

5. Nicolas Kachaner, George Stalk, Jr., Alain Bloch. What You Can Learn from Family Business. // International Business, November 2012. <https://hbr.org/2012/11/what-you-can-learn-from-family-business>

6. Paul Pounder. Family business insights: an overview of the literature. // Journal of Family Business Management 5(1):116-127, April 2015. https://www.researchgate.net/publication/277573734_Family_business_insights_a_n_overview_of_the_literature

7. M.Qazoqova, N.Eshmurodova. Yangi O'zbekistonda tadbirkorlikni va oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirish yo'llari. // "Zamonaviy fanda model va usullar" Xalqaro ilmiy-onlayn konferensiya, 11.23.2022.

8. Ш.Кувандиков, Х.Хасанов, Н.Ойдинов. Оилавий тадбиркорликнинг ривожланишига синергетик ёндашув. // «Реал сектор ва хизмат кўрсатиш тармоқларини модернизациялаш ёрдамида минтақаларни мувозанатли ривожлантириш масалалари». Республика илмий-амалий анжуман материаллари, Фарғона, ФарДУ, 2018. –198 бет.

9. <https://www.myefbc.com/family-business-statistics/> - Enterprise & Family Business Council rasmiy veb-sayti ma'lumotlari

10. Country Index for Family Businesses, Competitiveness ranking, 8th edition summary. // Foundation for Family Businesses, Stiftung Familienunternehmen, Munich 2021. – page 3. <https://www.familienunternehmen.de/media/public/pdf/publikationen-studien/studien/Country-Index-for-Family-Businesses-2021-Stiftung-Familienunternehmen.pdf>

11. <https://www.famcap.com/the-worlds-750-biggest-family-businesses/> - xalqaro oilaviy biznes bo'yicha axborotlarni o'z ichida bo'lib boruvchi veb-sayt ma'lumotlari.

12. <https://europeanfamilybusinesses.eu/wp-content/uploads/2021/04/finland-fam-bus.pdf> - Yevropa oilaviy biznes federatsiyasining rasmiy veb-sayti ma'lumotlari.