



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 6 Issue 09 | pp. 226-237 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

DAVLAT QO‘LLAB-QUVVATLASH DASTURLARI UCHUN XOTIN-QIZLARNING TADBIRKORLIKKA TAYYORLIGINI BAHOLASHNING USLUBIY ASOSLARI



Jumayeva Muxlisa Abdug‘ani qizi

Alfraganus universiteti,

“Menejment va marketing” kafedrası v.b.dotsenti, PhD

Annotatsiya: Maqolada biznesi yo‘q ayollarning tadbirkorlikka tayyorligi biznes boshlash istagi va amaliy resurslar – savdo ko‘nikmasi, vaqt, raqamli faollik va moliyaviy bilim birikmasi sifatida o‘rganilgan. Tahlil 2026-yilda respublikaning barcha hududlarida o‘tkazilgan onlayn so‘rov ma‘lumotlariga asoslangan. Biznes boshlashni istagan ayollarning taxminan uchdan bir qismida amaliy resurslar yetishmasligi, eng tanqis resurs esa vaqt ekani aniqlangan. Istak va resurslar birikmasiga ko‘ra tadbirkorlikka tayyorlik darajasi turlicha bo‘lgan to‘rt guruh ajratilgan. Yosh, ta‘lim, yashash joyi va bandlik kabi demografik mezonlar resursi yetishmaydigan ayollarni aniqlashda kuchsiz vosita ekani ko‘rsatilgan. Davlat qo‘llab-quvvatlash dasturlariga qatnashchilarni tanlashda qisqa resurs baholashini joriy etish va resursi past ayollar uchun alohida yo‘nalish tashkil etish taklif qilingan.

Kalit so‘zlar: xotin-qizlar tadbirkorligi, tadbirkorlik tashabbusi, tadbirkorlikka tayyorlik, resurs salohiyati, davlat qo‘llab-quvvatlash dasturlari, maqsadli yo‘naltirish, tipologiya.

Аннотация: В статье готовность женщин, не имеющих собственного бизнеса, к предпринимательству рассмотрена как сочетание желания открыть бизнес и практических ресурсов – навыков продаж, свободного времени, цифровой активности и финансовых знаний. Анализ основан на данных онлайн-опроса, проведенного в 2026 году во всех регионах республики. Установлено, что примерно у трети женщин, желающих открыть бизнес, практических ресурсов недостаточно, а наиболее дефицитным ресурсом является время. По сочетанию желания и ресурсов выделены четыре группы с разным уровнем готовности к предпринимательству. Показано, что демографические критерии – возраст, образование, место проживания и занятость – слабо выявляют женщин с недостатком ресурсов. Предложено при отборе участников программ государственной поддержки вводить краткую оценку ресурсов и выделить отдельное направление для женщин с низким уровнем ресурсов.

Ключевые слова: женское предпринимательство, предпринимательская инициатива, готовность к предпринимательству, ресурсный потенциал, программы государственной поддержки, адресность поддержки, типология.

Abstract: The article examines the entrepreneurial readiness of women without a business as a combination of the desire to start a business and practical resources: sales skills, time, digital activity and financial knowledge. The analysis draws on an online survey conducted in 2026 across all regions of the country. About one third of women who want to start a business were found to

lack practical resources, with time being the scarcest of them. Four groups with different levels of entrepreneurial readiness were identified by the combination of desire and resources. Demographic criteria such as age, education, place of residence and employment proved to be weak tools for identifying resource-constrained women. The study proposes introducing a brief resource assessment when selecting participants of state support programmes and establishing a separate track for women with limited resources.

Keywords: *women's entrepreneurship, entrepreneurial initiative, entrepreneurial readiness, resource potential, state support programmes, targeting, typology.*

KIRISH

O'zbekistonda xotin-qizlar tadbirkorligini qo'llab-quvvatlash davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylandi. Prezidentning 2022-yil 7-martdagi PF-87-son Farmoni bilan tadbirkorlikni boshlayotgan ayollarga beriladigan subsidiya miqdori oshirildi va 2022–2024-yillarga mo'ljallangan "Biznes ayollar" dasturini ishlab chiqish topshirildi [1]. 2024-yil 7-martdagi PQ-122-son qaror bilan ayollar tadbirkorligini moliyalashtirish uchun uchta tijorat banki orqali 100 mln AQSh dollari ekvivalentida kredit mablag'lari ajratildi [2]. Ayollar iqtisodiy faolligini belgilovchi omillarning ekonometrik bahosi va prognoziga ko'ra, 2030-yilga borib iqtisodiy faol ayollar soni qariyb 6,9 mln kishiga yetishi kutilmoqda, ayollar tadbirkorligini qo'llab-quvvatlash dasturlarining kengaytirilishi esa bu o'sishni jadallashtiruvchi omillardan biri sifatida ko'rsatilgan [3]. Bunday sharoitda qo'llab-quvvatlash mablag'lari aynan kimga yo'naltirilayotgani, ya'ni qatnashchilarni tanlash masalasi tobora katta ahamiyat kasb etmoqda.

Xalqaro tashkilotlar baholashlari ham shu masalaga e'tibor qaratadi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonda ro'yxatdan o'tgan tadbirkorlar orasida ayollar ulushi 2022-yilda 40 foizga yetgan, biroq ayollarning ishchi kuchidagi ishtiroki 2010-yildagi 50 foizdan 2021-yilda 45 foizga pasaygan va biznes uchun kredit olishda ayollar erkaklardan sezilarli ortda qolmoqda [4]. BMT Taraqqiyot dasturining so'rovida ishtirokchilarning qariyb yarmi ish va oila majburiyatlarini muvofiqlashtirishni, beshdan ikki qismi esa moliyaviy to'siqlarni jiddiy muammo sifatida baholagan [5]. Rivojlanayotgan mamlakatlardagi baholashlar treninglar va moliyaviy yordamning biznes natijalariga ta'siri o'rtacha bo'lishi va qatnashchilar tarkibiga qarab o'zgarishini ko'rsatgan [6] [7].

Amaliyotda qo'llab-quvvatlash choralari ko'pincha oson aniqlanadigan toifalarga – yoshlar, qishloq ayollari, ishsiz ayollarga yo'naltiriladi. Biroq biznes boshlash uchun istakning o'zi yetarli emas: savdo ko'nikmasi, o'qish va ish uchun vaqt, raqamli imkoniyat va moliyaviy bilim kabi amaliy resurslar ham zarur. Demografik belgilar ana shu resurslarni qanchalik aks ettirishi mamlakatimiz sharoitida yetarlicha o'rganilmagan.

Tadqiqotning maqsadi biznesi yo'q ayollarning tadbirkorlikka tayyorligini istak va resurslar birikmasi sifatida baholash hamda qo'llab-quvvatlash dasturlarini aniqroq yo'naltirish bo'yicha takliflar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot vazifalari: biznesni istagan ayollarda amaliy resurslar darajasini aniqlash; istak va resurslar birikmasiga ko'ra ayollar guruhlarini ajratish; dasturlarda qo'llanadigan demografik mezonlarning resursi yetishmaydigan ayollarni aniqlash qobiliyatini baholash.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tadbirkorlik niyati nazariyalarida ikki omil markaziy o‘rin egallaydi. A. Shapero modelini rejalashtirilgan xulq nazariyasi bilan taqqoslagan N. Krueger va hammualliflari niyatning asosiy omillari sifatida biznesning istalganligi va uni amalga oshirish mumkinligi idrokini ko‘rsatgan [8]. I. Ajzenning rejalashtirilgan xulq nazariyasida munosabat va subyektiv me‘yorlar bilan birga xulqni nazorat qilish imkoniyati alohida omil sifatida ko‘riladi [9]. Demak, har ikki yondashuvda istak va imkoniyat o‘zaro bog‘liq, ammo bir xil tushuncha emas.

Niyatning harakatga aylanishi ham o‘z-o‘zidan yuz bermaydi. M. van Gelderen va hammualliflari niyati bor shaxslarning bir qismi o‘zini nazorat qilish yetishmasligi, harakatga oid shubha va qo‘rquv tufayli biznes boshlamasligini ko‘rsatgan [10]. T. Kautonen va hammualliflari takroriy so‘rov ma‘lumotlarida niyat keyingi harakatni bashorat qilishini, biroq niyati bor shaxslarning hammasi ham biznes boshlamasligini aniqlagan [11].

Ayollar tadbirkorligini o‘rganishda resurslar va muhit omillariga alohida e‘tibor beriladi. C. Brush, A. de Bruin va F. Welter taklif etgan modelda bozor, pul va boshqaruv ko‘nikmalari bilan birga oilaviy muhit hamda mezo- va makrodarajadagi institutsional omillar hisobga olinadi [12]. F. Welter va D. Smallbone o‘tish iqtisodiyotlarida institutsional muhit tadbirkorlik xulqini shakllantirishini ko‘rsatgan [13]. N. Kabeer ayollar imkoniyatlarini resurslar, tanlov qilish qobiliyati va natijalar orqali baholashni taklif qilgan [14].

Markaziy Osiyo va O‘zbekiston bo‘yicha tadqiqotlarda ham resurs omili ajralib turadi. Osiyo taraqqiyot banki hisobotida ayollar bandligi va daromadini oshirish bo‘yicha chora-tadbirlar tizimli ko‘rib chiqilgan [15]. I. Cytlak va N. Mamadaminova kichik biznesda ayollar ishtiroki oshib borayotganini, biroq ayol tadbirkorlarda biznes bilimi va tajriba yetishmasligi hamda davlat qo‘llab-quvvatlash choralaridan xabardorlik pastligini qayd etgan [16]. D. Kuchkorova va hammualliflari Xorazm viloyatidagi qishloq ayol mikrotadbirkorlari misolida buxgalteriya yuritish va moliyaviy ta‘lim biznes natijalariga eng kuchli bog‘liq omillar ekanini aniqlagan [17]. N. Sultanaliyeva va U. Islamova Markaziy Osiyo mamlakatlarida ayollar tadbirkorligi oldidagi to‘siqlar va davlat ko‘magi yo‘nalishlarini qiyosiy tahlil qilgan [18].

Ko‘rib chiqilgan ishlarning aksariyati o‘zgaruvchilar orasidagi o‘rtacha bog‘liqlikni baholaydi yoki faoliyat yuritayotgan tadbirkorlarni o‘rganadi. Biznes boshlashni endi rejalashtirayotgan ayollar orasida istak va resurslar qanday birikishi, bu birikmalar dasturlarga tanlash mezonlari bilan qanchalik mos kelishi kam o‘rganilgan. Bizning fikrimizcha, tadbirkorlikka tayyorlikni ikki o‘lchovli tushuncha sifatida – biznes boshlash istagi va uni amalga oshirish uchun zarur amaliy resurslar birikmasi sifatida ko‘rish dasturlarni yo‘naltirish uchun aniqroq asos beradi. Bunday guruhlarini ajratishda javoblari o‘xshash respondentlarni birlashtiradigan yashirin sinflar tahlili qo‘l keladi [19].

METODOLOGIYA

Tadqiqot Oila va gender ilmiy-tadqiqot instituti tomonidan JHBL-D-6 loyihasi doirasida 2026-yil mart oyida o‘tkazilgan onlayn so‘rov ma‘lumotlariga asoslangan. So‘rovda respublikaning 14 hududidan 2398 nafar ayol ishtirok etgan. Takroriy

yuborilgan anketalar chiqarilgandan so'ng 2151 ta anketa qolgan. Tahlilga 18–65 yoshdagi, hozirda o'z biznesi yo'q ("Hozir o'z biznesingiz bormi?" savoliga "Yo'q" deb javob bergan) va tahlil savollariga to'liq javob bergan 1732 nafar ayol kiritilgan.

Respondentlarning 56,2% 18–25 yoshda, 29,3 foizi 36–65 yoshda; 37,5 foizi oliy ma'lumotli, 49,4 foizi shaharda yashaydi, 40,8 foizi ishlaydi, 38,3 foizi ta'lim olayotgani sababli ishlamaydi. Respondentlarning 98,2 foizi internetdan foydalanadi. Demak, tanlanma internetdan faol foydalanuvchi, nisbatan yosh ayollarni qamraydi va natijalar shu guruh uchun talqin qilinadi. Tadbirkorlikka tayyorlik to'rt soha bo'yicha to'qqizta belgi orqali o'lchangan (1-jadval).

1-jadval.

Tahlilda foydalanilgan belgilar va javoblar taqsimoti¹

Soha	Belgi (so'rovnomadagi savol)	Javoblar, %
Istak	Biznes boshlashni istaysizmi?	Ha 51,2; aniq emas 21,2; yo'q 27,6
Istak	Internet orqali sotishni istaysizmi?	Ha 55,5
Istak	Kredit bo'lsa, biznes boshlarmidingiz?	Ha 18,4; aniq emas 22,4
Qo'llab-quvvatlash	Oila qo'llab-quvvatlaydimi?	Ha 73,1; bilmayman 17,1
To'siq	Ro'yxatdan o'tishdan qo'rqasizmi?	Ha 30,9
Resurs	Savdo ko'nikmasi: savdo va reklama qilishni bilasizmi?	Ha 42,1
Resurs	Vaqt: treningga borishga vaqtingiz bormi?	Ha 33,7
Resurs	Raqamli faollik: smartfon, internet, onlayn to'lov, internetning daromad uchun foydasi, sun'iy intellekt	Beshtasiga ham "Ha" 49,2
Resurs	Moliyaviy bilim: beshta bilim savolida "Bilmayman" javobi yo'q	57,4

1-jadvaldan ko'rinadiki, biznes boshlash istagi amaliy resurslarga qaraganda keng tarqalgan: biznesni har ikki ayoldan biri istaydi, savdo ko'nikmasi esa beshdan ikki qismida, treningga vaqt uchdan bir qismida bor. Kredit bo'lsa biznes boshlashga tayyorlar ulushi istaganlarnikidan ancha past. Bu kreditning o'zi ko'pchilik uchun hal qiluvchi turtki emasligini ko'rsatadi. Oila qo'llab-quvvatlashi keng tarqalgan, ro'yxatdan o'tishdan qo'rqish esa har uch ayoldan birida uchraydi.

Har bir respondent uchun amaliy resurslar soni quyidagicha hisoblangan:

$$R_i = \sum_{j=1}^4 r_{ij} \quad (1)$$

bu yerda r_{ij} – i -respondentda j -resurs (savdo ko'nikmasi, vaqt, raqamli faollik, moliyaviy bilim) mavjud bo'lsa 1, aks holda 0. R_i 0 dan 4 gacha qiymat oladi; ko'pi bilan bitta resursga ega bo'lganlar ($R_i \leq 1$) "resursi past" deb belgilangan. Ko'rsatkich sodda va har qanday dastur arizasida takrorlanishi mumkinligi uchun asosiy xulosalar shu ko'rsatkich bo'yicha chiqarilgan.

¹CAWI so'rovi (2026) ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitobi, N = 1732.

Istak va resurslarning tipik birikmalarini aniqlash uchun yashirin sinflar tahlili qo'llangan. Bu usul to'qqiz belgi bo'yicha javoblari o'xshash respondentlarni guruhlariga ajratadi. 2 dan 7 gacha guruhli modellar Bayes axborot mezonini bo'yicha solishtirilgan va eng mos model sifatida to'rt guruhli model tanlangan. Hisob-kitoblar R 4.5.1 dasturining polCA paketi [20] va IBM SPSS Statistics 22 dasturida bajarilgan.

Demografik mezonlarning resursi past istaganlarni aniqlash qobiliyati logistik regressiya va ROC egri chizig'i ostidagi yuza (AUC) bilan baholangan [21]. AUC tasodifan olingan bir resursi past va bir resursi yetarli ayol juftligida model resursi past ayolni to'g'ri ajratish ehtimolini bildiradi: 0,5 tanga tashlash darajasiga, 1 xatosiz ajratishga mos keladi, 0,5–0,7 oralig'i esa kuchsiz ajratish hisoblanadi [22]. Modelga yosh guruhi, oliy ma'lumot, oilaviy holat, yashash joyi, bandlik va ta'lim olish belgilari kiritilgan.

Natijalar ishonchliligi uch yo'l bilan tekshirilgan: birinchidan, ulushlar hudud, yosh va shahar-qishloq tarkibi bo'yicha rasmiy demografik ma'lumotlarga moslashtirilgan vaznlar bilan qayta hisoblangan; ikkinchidan, model aniqligi u baholangan ma'lumotda emas, 10 qismli kross-validatsiya (20 marta takrorlangan) orqali o'lgan; uchinchidan, asosiy natijalar alohida guruhlar – katta yoshdagilar, talabalardan tashqari ayollar, oliy ma'lumotsizlar va qishloq ayollari bo'yicha qayta hisoblangan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Istak va amaliy resurslar

Respondentlarning 886 nafari (51,2%) biznes boshlashni aniq istashini bildirgan, 368 nafari ikkilangan, 478 nafari istamagan. 2-jadvalda to'rt resursning shu guruhlar bo'yicha taqsimoti keltirilgan.

2-jadval.

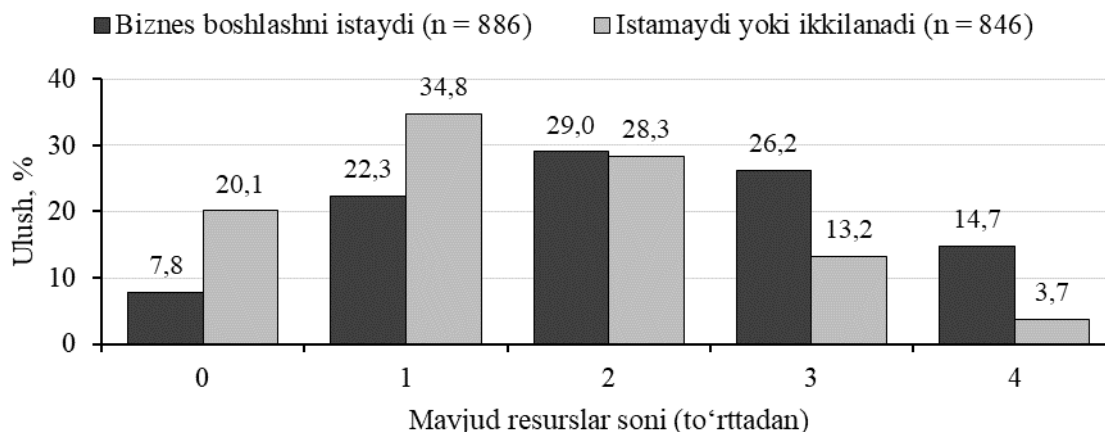
Istak guruhlari bo'yicha amaliy resurslarga ega respondentlar ulushi, %²

Ko'rsatkich	Istaydi (n = 886)	Aniq emas (n = 368)	Istamaydi (n = 478)	Jami (N = 1732)
Savdo ko'nikmasi	55,2	31,8	25,7	42,1
Treningga vaqt	45,4	26,1	18,0	33,7
Raqamli faollik	58,0	43,8	37,2	49,2
Moliyaviy bilim	59,0	45,7	63,4	57,4
Resursi past (ko'pi bilan bitta)	30,1	54,1	55,4	42,2
Uch-to'rt resursi bor	40,9	18,5	15,7	29,2
O'rtacha resurslar soni	2,18	1,47	1,44	1,82

2-jadval ma'lumotlari uchta muhim holatni ko'rsatadi. Birinchidan, biznesni istaganlar savdo ko'nikmasi, vaqt va raqamli faollik bo'yicha istamaganlardan ancha ustun: farq mos ravishda 29,5; 27,4 va 20,8 foiz punktni tashkil etadi. Ikkinchidan, moliyaviy bilim istak bilan bir yo'nalishda bog'lanmagan: u biznesni istamaganlarda ham yuqori (63,4%). Demak, moliyaviy savodxonlikning o'zi biznes boshlash istagini uyg'otmaydi. Uchinchidan, istaganlar orasida ham eng tanqis resurs vaqt bo'lib, treningga

² CAWI so'rovi (2026) ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitobi.

vaqt topa oladiganlar yarmidan kam (45,4%). Istak va resurslar soni o'rtasidagi bog'liqlik o'rtacha kuchda ($r = 0,31$): biznesni istaganlarning 30,1 foizida (267 nafar) to'rt resursdan ko'pi bilan bittasi bor. Rasmiy demografik tarkibga moslab vaznlanganda bu ulush 32,9 foizni tashkil etgan, ya'ni xulosa o'zgarmagan. Resurslar sonining to'liq taqsimoti 1-rasmda keltirilgan.



1-rasm. Istak guruhlari bo'yicha mavjud resurslar soni taqsimoti, %³

1-rasmdan ko'rinadiki, biznesni istaganlar taqsimoti o'ng tomonga siljigan: ularning 40,9 foizida uch yoki to'rt resurs bor, qolganlarda bu ulush 16,9 foiz. Biroq istaganlar orasida birorta resursi yo'qlar 7,8 foiz, bitta resursi borlar 22,3 foizni tashkil etadi. Demak, istak va resurslar bir yo'nalishda o'zgaradi, lekin bir-birini to'liq takrorlamaydi: biznesni istagan har uch ayoldan biri amaliy resurslar yetishmasligiga duch keladi.

Istak va resurslar matritsasi

Istak (biznesni aniq istaydi yoki yo'q) va resurslar (kamida ikkita yoki ko'pi bilan bitta) bo'yicha barcha respondentlarni to'rt holatga ajratish mumkin. Ularning tavsifi 3-jadvalda keltirilgan.

3-jadval.

Istak va resurslar bo'yicha to'rt holat va ularning dasturlar uchun ahamiyati⁴

Holat	Ulushi, % (n)	Asosiy belgilar	Dastur uchun ahamiyati
Istaydi, resursi yetarli	35,7 (619)	Yosh medianasi 21; 84,5% oilasi qo'llaydi; 33,6% kredit bo'lsa boshlashga tayyor; 25,5% ro'yxatdan qo'rqadi	Moliyalashtirish, ro'yxatdan o'tish va bozorga chiqishda amaliy ko'mak

³ CAWI so'rovi (2026) ma'lumotlari asosida muallif hisob-kitobi, N = 1732. Resurslar: savdo ko'nikmasi, treningga vaqt, raqamli faollik, moliyaviy bilim.

⁴ muallif hisob-kitobi va ishlamasi, N = 1732.

Holat	Ulushi, % (n)	Asosiy belgilar	Dastur uchun ahamiyati
Istaydi, resursi past	15,4 (267)	57,3% qishloqda yashaydi; 9,7% da treningga vaqt bor; 40,1% ro'yxatdan qo'rqadi; 19,9% kredit bo'lsa boshlashga tayyor	Resurslarni to'ldiruvchi o'qitish, moslashuvchan shakllar, ro'yxatdan o'tish tartibini tushuntirish
Istamaydi, resursi yetarli	22,1 (382)	43,7% oliy ma'lumotli; 44,2% ishlaydi; 9,2% kredit bo'lsa boshlashga tayyor	Tadbirkorlik imkoniyatlari haqida xabardorlik, muvaffaqiyatli namunalar
Istamaydi, resursi past	26,8 (464)	Yosh medianasi 35; 48,3% 36 yoshdan katta; 51,3% ishlaydi	Bandlik va asosiy ko'nikmalarni rivojlantirish dasturlari

3-jadvaldan ko'rinadiki, tadbirkorlik dasturlari uchun eng muhim ikki guruh bir-biridan keskin farq qiladi. Resursi yetarli istaganlar (35,7%) yosh, oilasi qo'llab-quvvatlaydi va ularning uchdan biri kredit bo'lsa biznes boshlashga tayyor; ularga moliyalashtirish va rasmiylashtirishda ko'mak kerak. Resursi past istaganlar (15,4%) esa ko'proq qishloqda yashaydi, ularning atigi 9,7 foizi treningga vaqt topa oladi, savdo ko'nikmasi 17,2 foizida, to'liq raqamli faollik 19,9 foizida bor. Ro'yxatdan o'tishdan qo'rqish bu guruhda 40,1 foizni tashkil etadi va kreditga qiziqish 1,7 baravar past (19,9%). Demak, bu ayollarga birinchi navbatda kredit emas, vaqtga moslashtirilgan o'qitish va rasmiylashtirish bo'yicha tushuntirish zarur.

Tadbirkorlikka tayyorlik guruhlari

Yashirin sinflar tahlili to'qqiz belgi bo'yicha to'rt guruhni ajratgan (4-jadval). Bu guruhlar 3-jadvaldagi matritsani model asosida aniqlashtiradi.

4-jadval.

Tadbirkorlikka tayyorlik guruhlari bo'yicha javoblar ehtimoli, %⁵

Ko'rsatkich	Biznes boshlashga tayyorlar	Istagi bor, resursi cheklanganlar	Ikkilanuvchilar	Qiziqmaydiganlar
Guruh ulushi	34,5	20,8	24,5	20,2
Biznes boshlashni istaydi	82,9	63,6	38,0	0,0
Kredit bo'lsa boshlaydi	35,3	26,0	3,2	0,0
Oila qo'llab-quvvatlaydi	87,8	83,3	58,7	55,1

⁵ muallif hisob-kitobi, N = 1732. Istak ko'rsatkichi – biznes va internet orqali sotish istagi ehtimollarining o'rtachasi; resurs ko'rsatkichi – to'rt resurs ehtimollarining o'rtachasi.

Ko'rsatkich	Biznes boshlashga tayyorlar	Istagi bor, resursi cheklanganlar	Ikkilanuvchilar	Qiziqmaydiganlar
Ro'yxatdan o'tishdan qo'rqadi	22,9	38,7	38,7	27,3
Savdo ko'nikmasi	73,4	37,7	28,4	9,8
Treningga vaqt	60,6	27,4	24,1	6,1
Raqamli faollik	77,1	33,1	40,9	28,5
Moliyaviy bilim	67,2	59,0	40,6	59,3
Istak ko'rsatkichi	89,7	54,7	44,6	0,6
Resurs ko'rsatkichi	69,6	39,3	33,5	25,9

4-jadvalga ko'ra, **biznes boshlashga tayyorlar** (34,5%) ham istak, ham resurslar bo'yicha yuqori ko'rsatkichga ega. **Istagi bor, resursi cheklanganlar** (20,8%) guruhida biznesni istaydiganlar 63,6 foizni tashkil etadi, oila qo'llab-quvvatlashi biznes boshlashga tayyorlarnikiga yaqin (83,3%), biroq resurs ko'rsatkichi 1,8 baravar past va ro'yxatdan o'tishdan qo'rqish yuqoriroq. Demak, bu ayollar uchun asosiy to'siq oilada emas, amaliy resurslarda. **Ikkilanuvchilar** (24,5%) guruhida respondentlarning 56,9 foizi biznes boshlash masalasida "aniq emas" deb javob bergan va resurslari past. **Qiziqmaydiganlar** (20,2%) biznes boshlashni istamaydi va resurslari eng kam.

Guruhlarni solishtirish muhim qonuniyatni ko'rsatadi: resurs ko'rsatkichi biznes boshlashga tayyorlarni qolgan uch guruhdan ajratadi (69,6 foizga nisbatan 25,9–39,3 foiz), istak ko'rsatkichi esa resursi past uch guruhni bir-biridan farqlaydi. Guruhlar tarkibi yoshga qarab o'zgaradi: biznes boshlashga tayyorlar ulushi 18–25 yoshda 43,1 foiz, 26–35 yoshda 31,9 foiz, 36–65 yoshda 19,3 foizni tashkil etgan, qiziqmaydiganlar ulushi esa mos ravishda 12,1; 20,2 va 35,8 foiz bo'lgan. Bu holat yosh oshgan sari raqamli faollik va savdo tajribasidagi farqlar bilan bog'liq bo'lishi mumkin.

Demografik mezonlar resursi past istaganlarni aniqlay oladimi?

Dasturlar uchun amaliy savol – resursi yetishmaydigan istaganlarni oson kuzatiladigan belgilar orqali topish mumkinmi? Amaliyotda qo'llanadigan alohida mezonlarning natijasi 5-jadvalda keltirilgan.

5-jadval.

Demografik tanlash mezonlari va resursi past istaganlar⁶

Tanlash mezonlari	Mezon bo'yicha tanlanadiganlar, %	Tanlanganlar ichida resursi pastlar, %	Umumiy ulushdan farq, f.p.	Resursi pastlarning qamrab olinadigan qismi, %
18–30 yosh	72,7	26,4	–3,7	63,7
Qishloqda yashaydi	48,3	35,7	+5,6	57,3
Ishlamaydi	66,1	29,4	–0,8	64,4
Oliy ma'lumotsiz	63,9	32,7	+2,6	69,3
Turmush qurgan	37,2	37,9	+7,7	46,8
36–65 yosh	19,9	38,1	+7,9	25,1

5-jadvaldan ko'rinadiki, birorta mezon ham resursi past istaganlar ulushini sezilarli oshirmaydi. Agar dastur qatnashchilarni tasodifan tanlasa, ularning 30,1 foizi resursi past bo'ladi; eng yaxshi mezonlar (36–65 yosh va turmush qurganlik) bu ulushni atigi 38 foizga yaqin darajaga ko'taradi, lekin resursi pastlarning faqat chorak yoki yarim qismini qamrab oladi. Keng tarqalgan “yoshlar” mezonlari esa tanlanganlar ichida resursi pastlar ulushini hatto kamaytiradi (26,4%), ishlamaslik mezonlari deyarli farq bermaydi. Barcha demografik belgilar birgalikda resurslar soni o'zgarishining atigi 9,3 foizini tushuntiradi.

Natijalar ishonchliligi

Barcha demografik belgilarni birgalikda hisobga olgan model natijasi asosiy va qo'shimcha guruhlar bo'yicha 6-jadvalda keltirilgan.

6-jadval.

Demografik modelning resursi past istaganlarni ajratish aniqligi⁷

Istaganlar guruhi	n	Resursi pastlar ulushi, %	AUC
Barcha istaganlar	886	30,1	0,617
26–65 yoshdagilar	300	38,7	0,585
36–65 yoshdagilar	176	38,1	0,580
Talabalardan tashqari	499	34,5	0,628
Oliy ma'lumotsizlar	566	32,7	0,626
Qishloqda yashovchilar	428	35,7	0,594

6-jadvalga ko'ra, demografik model barcha guruhlarda resursi past istaganlarni kuchsiz ajratadi: AUC 0,58–0,63 oralig'ida. Amaliy tilda bu shuni anglatadiki, tasodifan olingan 100 juft (resursi past va resursi yetarli ayol) dan model taxminan 58–63 tasida to'g'ri, 37–42 tasida noto'g'ri tanlov qiladi; tanga tashlash 50 ta to'g'ri natija beradi.

⁶ muallif hisob-kitobi; biznesni istagan 886 ayol bo'yicha, ular orasida resursi pastlarning umumiy ulushi 30,1%.

⁷ muallif hisob-kitobi; AUC 10 qismli kross-validatsiya (20 marta takrorlangan) bo'yicha.

Modelga hudud, uzluksiz yosh, bola borligi va uy xo'jaligi a'zolari soni qo'shilganda ham natija deyarli o'zgarmagan (0,619). Natija katta yoshdagi, talaba bo'lmagan, oliy ma'lumotsiz va qishloq ayollari orasida ham takrorlangani xulosaning faqat yosh respondentlarga xos emasligini ko'rsatadi. Resursi past istaganlar ulushi katta yoshdagilarda yuqoriroq (38,7%), ya'ni yoshlar ko'p bo'lgan tanlanmada bu muammo past baholangan bo'lishi mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari biznesi yo'q ayollarning tadbirkorlikka tayyorligi bir o'lchovli emasligini ko'rsatdi. Ayollarning yarmidan ko'pi biznes boshlashni istaydi, biroq istaganlarning taxminan uchdan bir qismida savdo ko'nikmasi, vaqt, raqamli faollik va moliyaviy bilimdan ko'pi bilan bittasi bor. Eng tanqis resurs vaqt bo'lib, resursi past istaganlarning o'ndan biridan kami treningga vaqt topa oladi. Moliyaviy bilim esa istak bilan bir yo'nalishda bog'lanmagan.

Istak va resurslar birikmasi bo'yicha to'rt guruh ajraldi: biznes boshlashga tayyorlar, istagi bor, resursi cheklanganlar, ikkilanuvchilar va qiziqmaydiganlar. Resurslar biznes boshlashga tayyorlarni qolganlardan ajratadi, istak esa resursi past guruhlarni bir-biridan farqlaydi. Istagi bor, resursi cheklangan ayollar uchun asosiy to'siq oilaviy qo'llab-quvvatlashda emas, amaliy resurslar va ro'yxatdan o'tishdan qo'rqishda.

Yosh, ta'lim, yashash joyi va bandlik kabi demografik mezonlar resursi past istaganlarni aniqlashda kuchsiz vosita bo'lib chiqdi. Keng qo'llanadigan "yoshlar" mezon bunday ayollar ulushini oshirmaydi, eng yaxshi bitta mezon esa uni atigi 8 foiz punktga oshiradi. Natija katta yoshdagi, qishloq va oliy ma'lumotsiz ayollar orasida ham takrorlandi.

Natijalar asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. **Qisqa resurs baholashini joriy etish.** Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash dasturlariga ariza shakliga to'rt yo'nalishdagi savollar kiritilishi tavsiya etiladi: savdo va reklama ko'nikmasi, o'qishga ajratish mumkin bo'lgan vaqt, raqamli xizmatlardan foydalanish va moliyaviy bilim. Bu savollar bir necha daqiqada to'ldiriladi va demografik mezonlar bera olmaydigan ma'lumotni beradi.

2. **Bosqichli qo'llab-quvvatlash tartibi.** Resursi past istaganlar uchun "o'qitish – qayta baholash – moliyalashtirish" ketma-ketligini joriy etish tavsiya etiladi. Bunda o'qitish mazmuni har bir ayolda yetishmayotgan resursga qarab tanlanadi: biriga savdo amaliyoti, boshqasiga raqamli ko'nikma yoki moliyaviy bilim kerak bo'ladi. Kredit yoki subsidiyaga yo'llanma resurs ko'rsatkichi yetarli darajaga chiqqandan keyin beriladi. Bu mablag'larning qaytmaslik xavfini kamaytiradi.

3. **Dastur natijadorligini resurs ko'rsatkichi orqali o'lchash.** O'qitish dasturlari samaradorligini qamrab olingan ayollar soni bilan bir qatorda qatnashchilarning o'qishdan oldingi va keyingi resurs ko'rsatkichi farqi bilan baholash tavsiya etiladi. Bu ko'rsatkich qaysi resurs o'qitish orqali to'ldirilayotganini va qaysi biri, masalan, vaqt yetishmasligi, o'qitish bilan hal bo'lmasligini ko'rsatadi.

4. **Biznes boshlashga tayyor ayollar uchun tezkor yo'lak.** Resurs baholashida yuqori natija ko'rsatgan va biznes boshlashni istagan ayollarni umumiy boshlang'ich o'qitishdan o'tkazmasdan to'g'ridan-to'g'ri biznes-reja ekspertizasi va moliyalashtirish

bosqichiga yo‘naltirish tavsiya etiladi. Bu ularning vaqtini tejaydi, o‘qitish mablag‘larini esa resursi past ayollarga qaratish imkonini beradi.

5. **Imtiyozlarni taqsimlashda yosh mezonini resurs mezonini bilan to‘ldirish.** Yoshga bog‘liq imtiyoz va kvotalar belgilanganda resurs baholash natijasini ham hisobga olish tavsiya etiladi. 36 yoshdan katta, biznes boshlashni istagan ayollar orasida resursi pastlar ulushi yuqoriroq (38,1%), yosh mezonini esa ularni tanlovdan chetda qoldiradi.

Kelgusi tadqiqotlarda resurs baholash natijalarini dastur qatnashchilarining keyingi natijalari – biznes ochilgani, daromad va bandlik bilan bog‘lab kuzatish hamda oflayn so‘rov orqali internetdan kam foydalanadigan ayollarni ham qamrab olish maqsadga muvofiq.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 7-martdagi “Oila va xotin-qizlarni tizimli qo‘llab-quvvatlashga doir ishlarni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-87-son Farmoni. <https://lex.uz/uz/docs/-5899498>
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 7-martdagi “Xotin-qizlarning tadbirkorligini yo‘lga qo‘yish va rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlashga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-122-son qarori. <https://lex.uz/uz/docs/-6831827>
3. Jumayeva, M. A. (2026). O‘zbekistonda ayollar iqtisodiy faolligini oshirish omillari va istiqbollari. *Marketing: ilmiy, amaliy va ommabop jurnal*, (5), 595–606. <https://www.marketingjournal.uz>
4. World Bank. (2024). *Country Gender Assessment: Uzbekistan*. Washington, DC: World Bank. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099052824010093257/pdf/P1756961bcc2a50811a9d21c373fd390418.pdf>
5. Slay, B., & Akhmedova, M. (2025). *Women's Entrepreneurship in Uzbekistan: Assessment and Recommendations*. Tashkent: UNDP. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2025-04/report_women_entrepreneurship_in_uzbekistan_eng_uz.pdf
6. McKenzie, D., & Woodruff, C. (2014). What are we learning from business training and entrepreneurship evaluations around the developing world? *The World Bank Research Observer*, 29(1), 48–82. <https://doi.org/10.1093/wbro/lkt007>
7. Cho, Y., & Honorati, M. (2014). Entrepreneurship programs in developing countries: A meta regression analysis. *Labour Economics*, 28, 110–130. <https://doi.org/10.1016/j.labeco.2014.03.011>
8. Krueger, N. F., Jr., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5–6), 411–432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
9. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
10. van Gelderen, M., Kautonen, T., & Fink, M. (2015). From entrepreneurial intentions to actions: Self-control and action-related doubt, fear, and aversion. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 655–673. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.003>

11. Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
12. Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>
13. Welter, F., & Smallbone, D. (2011). Institutional perspectives on entrepreneurial behavior in challenging environments. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107–125. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00317.x>
14. Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464. <https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125>
15. Asian Development Bank. (2018). *Uzbekistan Country Gender Assessment: Update*. Manila: ADB. <https://doi.org/10.22617/TCS199904>
16. Cytlak, I., & Mamadaminova, N. (2023). Empowering women, empowering nations: Women's entrepreneurship in Uzbekistan. *Rocznik Pedagogiczny*, 46, 117–135. <https://doi.org/10.14746/rp.2023.46.8>
17. Kuchkorova, D., Salahodjaev, R., & Eshpulatov, D. (2026). Financial literacy and business performance: Evidence from rural female micro-entrepreneurs in Khorezm, Uzbekistan. *Analytics*, 5(3), 34. <https://doi.org/10.3390/analytics5030034>
18. Султаналиева Н., Исламова У. (2025). Женщины Центральной Азии в предпринимательстве: барьеры и факторы государственной поддержки. *Вестник Ошского государственного университета*, (3), 182–194. https://doi.org/10.52754/16948610_2025_3_0_14
19. Collins, L. M., & Lanza, S. T. (2010). *Latent class and latent transition analysis: With applications in the social, behavioral, and health sciences*. Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9780470567333>
20. Linzer, D. A., & Lewis, J. B. (2011). polCA: An R package for polytomous variable latent class analysis. *Journal of Statistical Software*, 42(10), 1–29. <https://doi.org/10.18637/jss.v042.i10>
21. Hanley, J. A., & McNeil, B. J. (1982). The meaning and use of the area under a receiver operating characteristic (ROC) curve. *Radiology*, 143(1), 29–36. <https://doi.org/10.1148/radiology.143.1.7063747>
22. Hosmer, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). *Applied logistic regression* (3rd ed.). Hoboken, NJ: Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118548387>

Copyright: © 2026 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

