

1991-2024-YILLARDA MARKAZIY OSIYO BOZORLARIDA AYOL VA ERKAK SAVDOGARLAR VAZIFALARI XUSUSIDA

Oxunjonova Shaxodat Yusubjon qizi

FarDU O'zbekiston tarixi kafedrasida v.b.dotsenti, tarix fanlari falsafa
doktori

1991-2024 ГГ. НА РЫНКАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ ОБ ОБЯЗАННОСТИ ЖЕНЩИН И МУЖЧИН ТРЕЙДЕРОВ

Oxundjonova Shaxodat Yusubjon kizi

Доктор философии по истории И.О. Доцент кафедры истории
Узбекистана, Ферганский Государственный университет

1991-2024 IN CENTRAL ASIAN MARKETS ON WOMEN AND MEN TRADERS' DUTIES

Okhunjonova Shakhodat Yusubjon kizi

Doctor of philosophy in history Assistant Professor at the
Department of History of Uzbekistan, the Fergana State University



E-mail:

oxunjonova1191@mail.ru

91 113 77 59

<https://orcid.org/0000-0002-1435-8930>

Annotatsiya: Maqolada aholining katta qismi, asosan ayollarning 1990 yillardagi savdo sotiq jarayonida faollashish sabablari, bozorlardagi sotuvchi ayollarning qanday mahsulotlar bilan savdo qilishi va qayerdan arzon mahsulot olishlari, qay tartibda sotishlari xususida fikr yuritiladi.

Tayanch so'z va iboralar: Aralash bozorlar, moki savdogarlar, bozor iqtisodiyoti, chelnochnaya torgovlya.

Аннотация: В статье обсуждается причина, по которой большинство населения, в основном женщины, стали активными в процессе торговли 1990-х годов, какие товары женщины продают на рынках и где покупать дешевые товары.

Ключевые слова и фразы: смешанные рынки, челноки, рыночная экономика, челночная торговля.

Annotation: The article discusses the reason why the majority of the population, mainly women, became active in the 1990s trade process, what products women sell in markets and where to buy cheap products.

Key words and phrases: mixed markets, shuttle traders, market economy, chelnochnaya torgovlya.

Kirish. Mamlakat taraqqiyotini baholaydigan bir qator mezonlar bo'lib, shulardan biri jamiyatda ayollarga bo'lgan munosabatdir. Ayollarga bo'lgan munosabat bilan mamlakatning qolaversa jamiyatning qay darajada madaniyatligini aniqlash mumkin. Chunki, ayol jamiyatning eng oliy qadriyati bo'lib, jamiyatni tebratuvchi kuchdir.

Darhaqiqat ayollar jamiyatimizning rivojlanish yo'lida yoki hayotning barcha jabhalarida erkaklar bilan yelkama-yelka turib mehnat qilishgan. Masalan bozorlarni kuzatib shu narsani payqab olish mumkinki go'sht bilan, asosan, erkaklar savdo qilib

kelishgan, tozalangan tovuq go'shtlarini esa ko'proq ayollar sotishgan. Ko'kat savdosi bilan xotin-qizlar band bo'lgan. Ba'zan yoshi katta o'zbek otaxonlarining shivit (ukrop), petrushka, kashnich, selder, salat, jambil, rayxon bilan savdo qilayotganini ham uchratish mumkin bo'lgan. Poliz mahsulotlarini, asosan, erkaklar, sut mahsulotlarini esa ayollar sotishgan. Avtomobil, qurilish mollari bozori va chorva bozorlarida erkaklar savdo qilishsa, tilla bozorlarida ayol savdogarlar salmog'i katta. Xushxo'r koreys salatlarining sotuvchisi - koreys

ayollari bo'lib, qolgan turdagi mahsulotlar xam erkaklar, ham ayollar tomonidan sotilgan.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili (Literature review). A.Khalidning "Gender Roles in Post-Soviet Economies"[13] nomli naqolasida Markaziy Osiyo mamlakatlarida gender rollarining o'zgarishi va iqtisodiy faoliyatdagi ishtiroki haqida ma'lumot beradi. Erkaklar an'anaviy ravishda yirik savdo va biznesda faol bo'lishgan, ayollar esa ko'proq kichik do'konlar va xizmat ko'rsatish sohalarida faoliyat yuritganini ko'rsatadi.

"Women Entrepreneurs in Central Asia"[14] - nomli maqola ayol tadbirkorlar va ularning iqtisodiy faoliyatdagi o'rni haqida bo'lib, ayollar ko'pincha oila bizneslariga ega bo'lib, kichik savdolarni olib borishga majbur bo'lgan. Ayollar iqtisodiy rivojlanishda muhim rol o'ynagan, ammo ular erkaklarga nisbatan kamroq resurslarga ega bo'lgan va iqtisodiy imkoniyatlardan to'siqlarga duch kelgan.

Tadqiqot metodologiyasi (Research Methodology). Tadqiqotda asosan og'zaki tarix va kuzatuv, tarixiy tahlil usullaridan foydalanilgan. Savdogarlikning O'zbekistondagi o'ziga xos xususiyatlaridan yana biri – uning asosan ayollar tomonidan amalga oshirilishidir. Aralash bozorlardagi savdogarlarning 90% i 30 yoshdan 55 yoshgacha bo'lgan ayollardir [7]. O'tkazilgan suhbat natijalariga ko'ra bozorda sotuvchilar va tovar egalari aksariyati ayollar hisoblanib ushbu hodisani ayollarning ko'proq moslashuvchanligi, savdolashish qobiliyatining kuchliligi deb izohlash mumkin[11].

Tahlil va natijalar (Analysis and results). Moki [6] savdo ya'ni mol olib kelish uchun xuddi mokidek o'zlari topgan yo'l orqali tinimsiz borib-kelib savdo qilish bilan shug'ullanish SSSR parchalanib ketganidan so'ng faollashdi. 1990 yillarda MDH mamlakatlaridan, shu jumladan o'zbekistonlik ayollar ham Istanbulga avtobuslarda kelib, sotiladigan kiyim-kechaklarni avtobuslar orqali tashishgan. Endi ushbu savdo turi dunyoning turli burchaklaridan xaridorlarni jalb qiladigan ko'p milliardli biznesga aylanib, o'zining kamtarona nomidan ustun kelgan. Turkiyaning Laleli bozoridan eng katta hajmdagi mahsulotni Rossiya, undan keyin Ukraina, Qozog'iston va O'zbekiston savdogarlari sotib olgan[10].

Moki savdogarlarning aksariyati o'rta yoshdagi ayollar bo'lib, bu ayollar uchun jismonan

og'ir ish hisoblansa-da, lekin ayni paytda farovon yashash imkonini berganligi bois bu ish bilan shug'ullanishlarini ta'kidlaganlar. Bu birgina o'zbek ayollari uchun xos bo'lmay, butun MDH mamlakatlarida 1990-yillardan keyin moki savdo faoliyati keng tarqalgan. 2007-yil noyabr oyida Belgorodda birinchi tadbirkorlar haykali ochilgan. Haykalning balandligi - uch metr bo'lib, tarkibi bronzadan qilingan. Haykal uchun joy Belgorodning markaziy bozori yaqinidan tanlangan. Ushbu kompozitsiya muallifi, yosh haykaltarosh Taras Kostenko bo'lib, bu haykal ustida olti oy ishlagan. Haykaltaroshning so'zlariga ko'ra, ilhom olish va savdoning qiyinchiligini his qilish uchun tajribaga ega bo'lgan tadbirkorlarni yordamga chaqirgan. Taras Kostenkoga ular qanday qilib sayohat qilishganini, azob chekkanliklarini, navbatda turishganini, etaklari ostidagi buyumlarni qanday ko'targanliklarini va bu sumkalarni tortib olishganini aytishgan[3]. Bunday savdogarlarning haykallari yana Yekateringburgda, Xitoyda, Qirg'izistonning Dordoy bozorida ochilgan[9].

Ayollarning bozorda faollashishining muammoli jihatlari, sabablariga e'tibor beradigan bo'lsak, iqtisodiy hayotda xotin-qizlar ishchi kuchining 46,7 % [1] ini tashkil etsa-da, lekin ularning asosiy qismi ish haqi darajasi past bo'lgan sohalarda jamlanganligi natijasida ayollar norasmiy ravishda qo'shimcha joylarda ham ishlashga majbur bo'ladi [8]. Sir emaski, bozor iqtisodiyotiga o'tish jarayonida barcha muassasa va tashkilotlar raqobatda g'olib bo'lish uchun ish joylarini qisqartirish davrida birinchi bo'lib ayollarni qisqartirishi kuzatilgan. Ishga olishda ham ishchi kuchi sifatida erkaklar afzalroq hisoblanadilar.

Iqtisodchi olim N.Rahimovning fikriga ko'ra, 2002-yilda ayollar iqtisodiyotda aholi sonining 13 mln. nafarini yoki 44 % ini tashkil etib, 3 ta asosiy sabab bo'yicha ular o'rtasidagi ishsizlik 57,3 % ga yetgan [5]. Birinchidan, iqtisodiy islohotlar natijasida bir necha tashkilotlarning bankrot holatiga tushishi sababli ayollarning obyektiv ravishda ishdan bo'shatilishi; ikkinchidan - bozor iqtisodiyoti rivojlanishida ayrim sohalarda ayollar mehnatiga ehtiyoj qolmaganligi tufayli ularning uy bekasi bo'lib qolishi yoki mehnat birjalariga borishga majbur bo'lishi; uchinchidan, bugungi kunda ayollar o'zlarini ish bilan band qilish maqsadida "biznes bilan shug'ullanish" istagida "chelnochnaya trgovlya" deb nom olgan savdo

turiga jalb etilishi bilan bog'liq. Lekin bu tadbirkorlik usulida ham qator qiyinchiliklar mavjudligi sababli ayollarning ko'pchiligi yana ishsizlar qatoriga kirib qolmoqdalar[5].

Bunday holat MDH davlatlariga xos bo'lib, masalan Rossiya Federatsiyasida ham kuzatilgan. 1990-yillarda ko'pchilik universitet bitiruvchilari mutaxassislik bo'yicha ish topa olmaganlaridan keyin bozorda ishlashga majbur bo'lganlar. Bozorda mustaqil ishni boshlash uchun yetarli mablag'ga ega bo'lganlar orasida ham avval, yollangan sotuvchi sifatida 3-4 yil ishlashlariga to'g'ri kelgan. Bozordagi tijoratchilar orasida oliy ma'lumotlilar (hatto fan nomzodlari) ham ko'pchilikni tashkil qiladi. 1999-2000-yillar mobaynida ushbu biznesga odamlarning oqimi ko'paygan[12].

Respondentlarning bergan ma'lumotlariga ko'ra, savdo faoliyati bilan shug'ullanish iqtisodiy jihatdan tez o'nglanishlariga asos bo'lgan. Qulay uy-joy, avtomobilga ega bo'lib, farzandlarining kontrakt to'lovini to'lashga imkoniyat yaratgan, o'g'il uylab, qiz chiqarishgan. Ayollarning bozorda savdo qilishi bir qator qiyinchiliklar ham tug'dirgan. Og'ir yuklarni ko'tarishi natijasida jarrohlik amaliyotini bir necha marta boshdan kechirganliklarini ham ta'kidlaganlar. Shuningdek, ulgurji bozorlarda asosan kechqurun savdo bo'lishini hisobga olgan holda, uyqusiz tunlarining zahmatini ham ta'kidlaganlar[4].

Internet va savdo platformalari esa savdoni osonlashtirib, ayollarning ham, erkaklarning ham onlayn savdo qilishni oshirdi.

Xulosa va takliflar (Conclusion/Recommendations). Bozorda sotuvchilar va tovar egalari asosan ayollar bo'lib, bu ko'proq moki savdogarlik biznesi uchun xos bo'lgan. Ushbu hodisaning sabablarini asosan ayollarning ko'proq moslashuvchanligi, savdolashish qobiliyati, ya'ni bozori chaqqon mahsulotlarni xarid qilish, haridorni jalb qilish qobiliyati shuningdek, mahsulotni sotib olishi uchun haridorda ishonchni hosil qilishi bilan izohlashimiz mumkin. Muammo sifatida esa bozorchi ayollarning ham haq huquqlarini himoya qilib mehnatlarini qonuniy qadrlash yo'llarini ham o'ylab ko'rish kerakligi, shuningdek, matbuot sahifalarida ayol savdogarlar xususida ko'plab mulohazali maqolalar e'lon qilinganligiga e'tibor qaratish lozim. Masalan, davriy matbuotdagi "Qop ko'targan ayol", "Ohak bozori bundadir, dehqon bozori qaydadir?" kabi maqolalarda bozorchi

ayollarning odob-axloqni unutib qo'yayotganliklari, muqaddas nomga gard yuqtirayotganlari-yu, bozordagi olib sotarlarning hiylalari xususida mulohaza yuritiladi [2:75-b]. Ammo, ayollarimizning bugungi kunda bozorga chiqishlari turli ijtimoiy sabablari bo'lib, ushbu maqolamiz tahlilida biz ularni qoralash niyatidan uzoqmiz. Aynan bozordagi savdogar ayollarning hamisha el orasida bo'lishi sababli ularning sharqona bozor odob ahloq qoidalariga amal qilishsa yaxshi bo'ladi. Savdogar savdoning nonini halollab yegani uchun ko'plar uni kasb hunar bilib, sadoqat - etiqod bilan xalqqa xizmat qilishgan. Sharq tarixining zarvaraqlarini ko'zdan kechirsak, minglab buyuk allomalar, arboblilar, shoirlar, muarrixlar, olim-u fuzalolar, ko'plab ulug' zotlar savdogar oilasidan yetishib chiqqanini ko'rish mumkin. Masalan, Turkiston muhtor jumhuriyatining tashkilotchilaridan bo'lmish atoqli arbob Fayzulla Xo'jayev, buyuk o'zbek shoiri Cho'lpon savdogarlar oilasida tarbiya topganligini faxrlanib, namuna qilib ko'rsatish mumkin.

Adabiyotlar:

1. Женщины и мужчины Узбекистана. Статистический сборник. – Тошкент, 2010. – С.153.
2. Иқтисод ва хисобот // Қоп кўтарган аёл. 1998 йил. № 3. 75-бет.
3. Памятник первым предпринимателям (Белгород) <http://worldwalk.info/ru/catalog/1080/>
4. Rustamova Nafisa, 1967-yilda tug'ilgan. Toshkent shahar Mirzo Ulug'bek tumanida yashaydi. Suhbat 2019-yil 28-oktabr kuni 10:00 da yozib olingan.
5. Султонова Э. Аёл давлатнинг ривожланиш стратегиясида (Глобал муаммо сифатида). - Тошкент: ЖИДУ, 2005. – Б. 145.
6. Ўзбек тилининг изоҳли луғати. Тошкент: Ўзбекистон миллий энциклопедияси Давлат илмий нашриёти, 2006. 2-жилд. – Б .610-611.
7. Ўзбекистон макон ва замонлар оша. Социомаданий альманах. – Тошкент: Суғдиёна, 2011. – Б. 234.
8. Ўзбекистонда ўтиш даврида инсон тараққиёти. – Тошкент: Ўзбекистон, 2000, - Б. 31.

9. Челнок
<https://lenta.ru/news/2009/07/20/chelnok/>
20:12, 20 июля 2009.
10. Челночная торговля <http://www.ca-portal.ru/article:44485>
11. Яковлев А., Голикова В., Капралова Н. А рынки и “челночная” торговля в Российской экономике: вчера открытые сегодня, завтра (по материалам эмпирических исследований 2001-2005-гг.) Пре.принт WP4/2006/05Серия WP4 Москва. ГУВШЭ-2006. Социология рынков. – С. 18.
12. Яковлев А.А., Голикова В.В., Капралова Н.Л. Опубликовано в журнале. Мир России. 2007, № 2, - С. 84-106.
<http://www.demoscope.ru/weekly/2007/0293/analit04.php>
13. **Khalid, A. (2010):** “Gender Roles in Post-Soviet Economies” // https://www.researchgate.net/publication/297747217_Gender_and_nation_in_post-Soviet_Central_Asia_From_national_narratives_to_women's_practices
14. **Zhanat, R. (2015):** “Women Entrepreneurs in Central Asia” // https://www.researchgate.net/publication/376030520_Drivers_for_Women_Entrepreneurship_in_Central_Asia_A_Case_Analysis_of_Kazakhstani_Enterprises

