

Ойбек Ҳайитов, Гулноз Очилова

# Тадбиркорлик психологияси

*Ўқув қўлланма*

*1-китоб*

Тошкент 2008

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ  
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**РЕСПУБЛИКА «ОИЛА» ИЛМИЙ-АМАЛИЙ МАРКАЗИ**

Ойбек ҲАЙИТОВ, Гулноз ОЧИЛОВА

# **ТАДБИРКОРЛИК ПСИХОЛОГИЯСИ**

Республика «Оила» илмий-амалий марказининг илмий-услубий кенгаши томонидан олий ўқув юртлари магистратура босқичи талабалари учун ўқув қўлланма сифатида тавсия этилган

**ТОШКЕНТ – 2008**

7-10+

X-19

**Хайитов О.Э., Очилова Г.О.** Тадбиркорлик психологияси: Ўқув қўлланма. 1-китоб. Олий ўқув юртлари магистратура босқичи талабалари учун // Проф. В.М.Каримованинг умумий тахрири остида. – Т.: «Fan va texnologiya», 2008. – 144-б.

Ўқув қўлланма магистратура босқичи тингловчилари, кенг китобхонлар оммаси доираси, хусусан, психолог, иқтисодчи мутахассислар ҳамда тадбиркорлик субъектлари диққатига ҳавола этилиб, «Тадбиркорлик психологияси» деб номланган ва ўқувчининг кўз ўнгида қарор топиш босқичида турган биринчи умумлаштирувчи асар сифатида намоён бўлади. Шунингдек, мазкур ўқув қўлланма тадбиркорлик психологияси, тадбиркорлик мотивацияси, тадбиркорликнинг ижтимоий психологияси ҳамда тадбиркорлик фаолиятининг гендер жиҳатлари хусусида ҳам назарий ва амалий маълумотларни беради. Асосий эътибор иқтисодий психологиялаштириш, жумладан, унинг иқтисодий, ижтимоий ҳамда гендер тадқиқотлар объекти ва предмети эканлигига қаратилган.

**Тақризчилар:** Хўжаев Н. – иқтисод фанлари доктори, профессор;  
Фарфиева К. – психология фанлари номзоди

823 832

*Хўжаев*

ISBN 978-9943-10-094-7

© Ойбек Хайитов, Гулноз Очилова, 2008;  
© «Fan va texnologiya» нашриёти, 2008.

## МУНДАРИЖА

|               |   |            |
|---------------|---|------------|
|               | Сўз боши .....  | 4          |
| <b>1-боб.</b> | <b>ТАДБИРКОРЛИК ПСИХОЛОГИЯСИ</b> .....  | <b>6</b>   |
| 1-§.          | Тадбиркорлик ижтимоий-иқтисодий ва психологик феномен сифатида (АҚШ ва Европа мисолида) .....           | 7          |
| 2-§.          | Тадбиркорлик иқтисодий ҳодиса сифатида .....  | 11         |
| 3-§.          | Россияда тадбиркорлик феноменининг психологик тараққиёти .....  | 16         |
| 4-§.          | Тадбиркорлик фаолияти ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятларини маҳаллий шароитда ўрганилиши .....    | 22         |
| <b>2-боб.</b> | <b>ТАДБИРКОРЛИК МОТИВАЦИЯСИ</b> .....   | <b>35</b>  |
| 5-§.          | Тадбиркорлик фаолияти мотивациясига оид ижтимоий-психологик назариялар ва уларнинг таҳлили .....        | 36         |
| 6-§.          | Замонавий тадбиркор шахси психограммаси ҳамда профессиограммаси .....                                   | 48         |
|               | <i>Психограммаларни тузиш босқичлари</i> .....  | 48         |
|               | <i>Зарурий касбий сифатлар</i> .....  | 49         |
|               | <i>Психик функцияларнинг турлари</i> .....  | 50         |
|               | <i>Зарурий касбий сифатларнинг баҳоланиши</i> .....   | 51         |
|               | <i>Профессиограмма мазмунига чизгилар</i> .....   | 52         |
| 7-§.          | Пул мотивацияси ва унинг психологияси .....   | 56         |
| <b>3-боб.</b> | <b>ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ИЖТИМОЙ ПСИХОЛОГИЯСИ</b> .....  | <b>64</b>  |
| 8-§.          | Тадбиркорлик ва унинг мотивацияси муаммосини ижтимоий тасавурлар концепцияси доирасида ўрганилиши ..... | 65         |
| 9-§.          | Локус назорат .....   | 73         |
| 10-§.         | Тадбиркорлик фаолияти ва таваккалчиликка муносабат .....  | 74         |
| 11-§.         | Ўзбекистонда янги тадбиркорликнинг ижтимоий-иқтисодий таҳлили .....                                     | 80         |
| 12-§.         | Яхши иқтисодий шарт-шароит – тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг бош омил сифатида .....              | 82         |
| 13-§.         | Муваффақиятли тадбиркорлик фаолиятини баҳоловчи вазиятли сўровномалар (МТФБВС) тавсифи .....            | 86         |
| <b>4-боб.</b> | <b>ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ГЕНДЕР ЖИХАТЛАРИ</b> .....   | <b>93</b>  |
| 14-§.         | Кичик бизнес доирасидаги аёллар интеграцияси .....  | 94         |
| 15-§.         | Аёллар тадбиркорлигининг ижтимоий жиҳатлари .....   | 99         |
| 16-§.         | Замонавий ўзбек тадбиркор аёли ва унинг имижси муаммоси .....   | 105        |
| 17-§.         | Бозор муносабатлари шароитида жинсий тафовуларни иқтисодий самарадорликка кўрсатадиган таъсири .....    | 109        |
| 18-§.         | Оилавий тадбиркорлик .....  | 115        |
| 19-§.         | Оила бизнесининг ҳуқуқий жиҳатлари .....  | 121        |
|               | <b>Атамалар лўғати</b> .....  | <b>127</b> |
|               | <b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати</b> .....   | <b>135</b> |

## Сўз боши

Мамлакатимизда бозор иқтисодиёти механизмларининг такомиллашуви натижасида хусусий мулкчиликнинг барча шакллари ривожланиб, тадбиркорлик фаолиятига, жумладан, оилавий тадбиркорликка кенг йўл очилмоқда. Иқтисодиётнинг эркинлаштирилиши, тадбиркорлик фаолиятининг яхшиланиши одамларнинг хусусий мулкчилик ва меҳнатга бўлган муносабатларини тубдан ўзгартириб юборди. Кичик бизнес (жумладан, оилавий бизнес), фермерлик ҳаракати, қўшма корхоналарда хусусий тадбиркорликнинг самарали усулларини жорий этиш, ушбу фаолиятга имкон берувчи шахс сифатларини тарбиялаш, одамлар тафаккурида янгича қарашларни шакллантириш психологиянинг муҳим масалаларидан ҳисобланган тадбиркорлик мотивацияси муаммосини изчил илмий асосда ўрганишни тақозо этади.

Мазкур ўқув қўлланма «Тадбиркорлик психологияси» деб номланган бўлиб, унда илк маротаба маҳаллий шароитда тадбиркор шахсининг ўзига хос хусусиятлари ва уни тадбиркорлик билан шуғулланишга туртки бўлган омилларнинг ижтимоий-психологик томонларини ёритиб берувчи аниқ илмий тадқиқот ишлари натижалари ёритилган. Шунингдек, унда мамлакатимиз шароитида фуқароларни тадбиркорликка ундовчи мотивацияларнинг психологик табиатини ўрганиш ва шунга мос тарзда таълим-тарбия дастурлари ишлаб чиқилиши долзарб илмий муаммо сифатида эътироф этилган.

Бошқача айтганда, ёшларнинг иқтисодий тафаккурини тўғри тарбиялаш, уларда ижтимоий-иқтисодий ҳаётга фаол муносабатни шакллантириш, ишбилармон, руҳан тетик фуқароларнинг ривожланиши учун мақбул шарт-шароитларни яратиш зарурати тадқиқот муаммосини аниқлашга имкон беради. Қўлланмани яратишнинг долзарблиги Республикамиз Президенти *И.Каримов* томонидан «Иқтисодиётни эркинлаштириш ва жаҳон иқтисодий ҳамжамиятига қўшилиш, бозор муносабатларининг қарор топиши ва мулкдорлар синфининг шаклланиши» дастурининг бажарилишини мувофиқлаштирувчи ҳукумат комиссияси йиғилишида кўйган вазифаларнинг мазмунидан ҳам келиб чиқади.

Бозор ислохотлари амалга оширилаётган шароитда мустақил фикрловчи ёшларнинг мавжудлиги давр тақозоси ҳисобланиб, ўз шахсий дунёқарашига эга бўлган инсонларгина жамият тараққиётини таъминлашга хизмат қиладиган кўплаб лойиҳаларни ишлаб чиқишга қодир эканлигини кўрсатади. Шундай қилиб, иқтисодий эркинлаштириш, тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш, мулкдорлар синфини шакллантириш, ерга, мулкка эгалик ҳиссини таркиб топтириш орқали уларда иқтисодий билим ва иқтисодий фикр юритишнинг ҳам эркинлашувига эришиш мумкин. Бошқача айтганда, иқтисодий ҳаётни эркинлаштиришнинг муваффақияти ҳар бир фуқаронинг мулкка бўлган муносабатини тубдан ўзгартириб, тадбиркорлик фаолияти мотивациясини янада кучайтиради.

Ўқув қўлланмада келтирилган илмий маълумотларга асосан, тадбиркор шахси сифатларининг ўзига хос хусусиятлари аниқланганлиги оила ва таълим муассасаларида болаларнинг иқтисодий тарбиясини ташкил этиш учун бериладиган тавсияларга асос бўлади. Бундан ташқари, олинган натижалардан тадбиркорлар, ишбилармонлар ва ота-оналар учун фарзандларнинг иқтисодий онгини шакллантириш бўйича методик кўрсатмалар сифатида фойдаланиш мумкин. Бундай тавсия ва кўрсатмалар мактабларда, олий ўқув юртларида, айниқса, касб-ҳунар коллежларида ижтимоий-иқтисодий билимларни такомиллаштириш ва бу муассаса психологлари учун дастурлар ишлаб чиқишга ёрдам беради.

Шунингдек, мазкур ўқув қўлланма тадбиркорлик психологияси, тадбиркорлик мотивацияси, тадбиркорликнинг ижтимоий психологияси ҳамда тадбиркорлик фаолиятининг гендер жиҳатлари хусусида ҳам назарий ва амалий маълумотларни беради. Асосий эътибор иқтисодий психологиялаштириш, жумладан, унинг ижтимоий-иқтисодий ҳамда гендер тадқиқотлар объекти ва предмети эканлигига қаратилган.

*Проф. В.Каримова*

**Тадбиркорлик ижтимоий-иқтисодий ва психологик феномен сифатида (АҚШ ва Европа мисолида).** Тадбиркорлик атамасининг тарихий таҳлили. Тадбиркорликка берилган илмий ва оммабоп адабиётлардаги таърифлар. Тадбиркорлик муаммосининг Р.Кантильон (Richard Cantillon), М.Вебер (Max Weber), В.Зомбарт (Werner Sombart), Й.Шумпетер (Jozef Schumpeter), Ф. фон Хайек (Friedrich von Hayek), Ж.Кейнс (John Maynard Keynes), П.Друкер (Peter Druker), Ж.Сэй, А.Коул ва Роненларнинг изланишларидаги акси.

**Тадбиркорлик иқтисодий ҳолияса сифатида.** Тадбиркорлик фаолияти хусусидаги замонавий қарашларда шартли равишда ажратилган: функционал ролли ҳамда тизимийлашган ёндашувларнинг мазмун ва моҳияти.

**Россияда тадбиркорлик масаласининг психологик тараққиёти.** Тадбиркорлик психологияси бора-сида рус олимларидан С.Булгаков, П.Струве, П.Савицкий, Е.Шорохо-

ва, В.Автономов, В.Асеев, Т.Заславская, В.Радаев, А.Журавлёв, В.Позняков, А.Крилов, Ф.Кузин, А.Даниелянц, Ю.Платонов, В.Машковларнинг илмий тадқиқотлари натижаларининг таҳлили. Россиядаги тадбиркорликка оид муаммолар ва уларнинг ечимлари. Тадбиркор шахсий сифатларининг иккита таркибий модели.

**Тадбиркорлик фаолияти ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятларини маҳаллий шароитда ўрганилиши.** Маҳаллий шароитда кичик бизнес, жумладан, хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг ижтимоий-психологик хусусиятлари масаласи. Ўзбек олимларидан Ш.Шодмонов, Т.Жўраев, В.Каримова, Э.Сариков, М.Маматов, О.Ҳайитовларнинг тадбиркорлик атамасига берган таърифлари ҳамда уларнинг таҳлили. Маҳаллий шароитда тадбиркорлик фаолиятини шакллантириш юзасидан ечимини кутаётган ҳам иқтисодий, ҳам психологик муаммолар.

## 1-§. Тадбиркорлик ижтимоий-иқтисодий ва психологик феномен сифатида (АҚШ ва Европа мисолида)

Замонавий илм-фанда ханузгача *«тадбиркорлик»* тушунчасининг моҳиятини тушунтириб берувчи, унга хос бўлган алоҳида белгиларни ифодаловчи аниқ ва умум қабул қилинган таъриф белгиланмаган. Шу сабабли, бу тушунчага аниқлик киритиш ва уни тахминий бўлсада, таҳлил қилиш зарурияти ҳозирги кунгача долзарблигини йўқотмаган. Мазкур ҳолатнинг асосий сабаблари эса қуйидагилардир: (1) Тадбиркорлик – жамиятнинг тарихий ривожланиш даражаси нуқтаи назаридан олиб қаралганда, деярли янги феномен; (2) У доимий ривожланиш, тараққиётда бўлганлиги сабабли, турли тарихий, иқтисодий ва ижтимоий-маданий шароитларда ўз спецификациясига эга бўлиб, моҳиятан чуқур тавсифли жиддий ўзгаришларни келтириб чиқаради; (3) У мураккаб, кенгқамровли ҳодиса саналиб, иқтисодий, ижтимоий ва психологик омиллар асосида юзага келади.

«Тадбиркорлик» тушунчасига таъриф беришнинг бирдан-бир асосий қийинчилиги, бу унинг бир вақтнинг ўзида ҳам умумишлатиладиган, ҳам илмий тушунча ҳисобланганлигидадир.

Биринчи вазиятда унинг мазмуни энциклопедия ва луғатларда бериладиган талқинлар орқали очилиши мумкин. Мазкур ҳолатда у товар ва хизматларни ишлаб чиқариш, корхона «иши»ни яратиш, қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш билан боғлиқ бўлган фаолият сифатида намоён бўлади. Тадбиркорлик ҳақида берилган ушбу таъриф орқали, унинг нафақат иқтисодий, балки психологик мазмунга эгаллигини ҳам тушуниш мумкин. Бирор ташаббус билан чиқмоқ – бу шарт-шароити ва оқибати аниқланмаган вазиятларда фаолликни намоён этиш ҳамда инициатив ҳаракатни амалга ошириш жараёнидир. Ноаниқ шароитларда тез қарорга кела олиш ва уни муваффақиятли амалга оширишни тахмин қилувчи бундай турдаги фаолликнинг мунтазам ҳамда муваффақиятли равишда амалга оширилиши одатий тилда – уддабуронлик деб юритилади. Шу боис, тадбиркорлик – иқтисодий фаолиятнинг



алоҳида тури ҳисобланиб, субъектида ўзига хос психологик сифатларни мужассам этиши сифатида эътироф этилади. Тадбиркорлик психологиясининг асосий вазифаси эса – ушбу психологик хусусиятлар моҳиятини очиб беришдан иборатдир.

«Тадбиркорлик» ёки «*антрепренер*» (француз тилида – *antrepreneur* – воситачи) атамасини тарихий анализи, унинг Ғарбий Европада XV аср бошларида пайдо бўлганлигини кўрсатади. Даставвал, ушбу атама билан йирик мусиқий тадбир (шоу), парадлар, қурилиш ҳамда ишлаб чиқариш лойиҳаларини уюштирувчиларни аташган. Сўнг, XVII асрдан бошлаб, маълум бир ишни бажариш ёки маҳсулотни элтиб бериш ишлари юзасидан давлат билан шартнома тузувчи ҳамда буюртма берувчи ва бажарувчи ўртасида воситачи вазифасини ўтовчи шахсларни *antrepreneur* деб аташган. Бунда, иш ҳақи олдиндан келишиб олинганлиги сабабли, тадбиркор (*antrepreneur*) даромад (фойда)ни меъёрида сарфлаши ва шартномани амалга оширишда «чиқаётган» харажат ҳамда зарарга жавобгар бўлган. Айнан ана шу даврдан бошлаб, ташкилотчилик ва корхона бошқарувини амалга ошириш вазифалари билан биргаликда, тадбиркорликни ажратиб турувчи белгилар қаторига таваккалчилик шароитларида фаолият юритиш ҳамда натижага жавоб бериш масъулиятлари ҳам қўшилган.

Тадбиркорларнинг жамият ижтимоий тизимида тутган ўрни таҳлил этилар экан, бунда мазмунан ҳар хил бўлган бир нечта қарашларни ажратиб кўрсатиш мумкин. Уларга кўра тадбиркор асосий фондларга эга бўлган мулкдорлар ёки ёлланган бошлиқ (бошқарувчи, иш юритувчи) сифатида намоён бўлади. Сиёсий иқтисоднинг классик намоёндалари ишларида тадбиркорларга – мулкдорлар<sup>1</sup> ёки бўлмаса, ўз капиталининг бошқарувчиси<sup>2</sup> сифатида баҳо берилган.

*Р.Кантильон (Richard Cantillon)<sup>3</sup>, М.Вебер (Max Weber)<sup>4</sup>, В.Зомбарт (Werner Sombart)<sup>5</sup>, Й.Шумпетер (Jozef Schumpeter)<sup>6</sup>*

<sup>1</sup>Adam Smith. *Angniry into the Nature of Canses of Wealth of Nations*. 1985. P. 103–132.

<sup>2</sup>Уша манба. – Б. 132.

<sup>3</sup>Cantillon R. *Essai Sur la Nature du Commerce en General*, 1755.

<sup>4</sup>Вебер М. Избранные произведения / Пер с нем.; Сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 804-с.

<sup>5</sup>Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / РАН Ин-т социологии. – М.: Наука, 1994. – 442-с.

ларнинг изланишларида эса тадбиркор «бизнес – лидер», ишлаб чиқаришнинг ташкилотчиси, деб эътироф этилган.

Тадбиркорлик психологияси ҳақидаги тасаввурларни ривожлантиришда немис социологларидан: *М.Вебер* (1864–1920) «Тадбиркорлик руҳининг ривожланиши ва уни шаклланишида протестант дини ва этикасининг ўрни»<sup>7</sup> ҳамда *В.Зомбарт* (1863–1941) «Тадбиркор типларига ижтимоий-психологик портретлар яратиш» каби илмий изланишлари билан муносиб улушларини кўшишган.

*Ж.Сэй*<sup>8</sup> томонидан ишлаб чиқилган назарияга асосан, тадбиркорга илк маротаба менежер сифатида қараш шаклланган. Тадбиркорни тавсифловчи шахсий сифатлар муаммосига доир изланишларда, бу масала ҳар томонлама мураккаб тусга эга бўлган хусусият, деб талқин қилинган. Психологлар назарида эса тадбиркорлар, жамиятнинг янги қатлами сифатида тушунилиб, уларни ижтимоий-психологик хусусиятлари ҳақида илмий асосланган тасаввурларга эга бўлиш муҳим аҳамият касб этади.

Тадбиркорликни тушунтиришда, уни иқтисодий ҳодиса сифатида эътироф этиш ва таракқиётда тутган ўрни ҳақида *Й.Шумпетер* (*Jozef Schumpeter*) «Иқтисодий ривожланиш назарияси»<sup>9</sup> (1912), *Ф. фон Хаёк* (*Friedrich von Hayek*; 1899–1992), *Ж.Кейнс* (*John Maynard Keynes*, 1978) ва бошқалар қатор изланишлари орқали батафсил ёритиб беришга ҳаракат қилишган.

*Й.Шумпетер* тадбиркорни иқтисодиёт ривожланишининг асосий фигураси сифатида баҳолаб, унинг бош мақсади – фаолияти жараёнида мавжуд мувозанатлик ҳолатини бузиш, янги мувозанат ҳолатига кўчириш, ишлаб чиқариш соҳасида янги комбинация омилларини яратиш орқали иқтисодиётда учрайдиган (динамика ва статистика; анъана ва кашфиёт; талаб

<sup>7</sup>Шумпетер Й.А. История экономического анализа (в трех томах) History of Economic Analysis. В трех томах. – Минск: Издательство: Экономическая школа, 2004. – 1664-с.

<sup>7</sup>[http://www.IqtisadNet\\_ProtestantifikasivekapitalizmruhuMaxWeber.htm](http://www.IqtisadNet_ProtestantifikasivekapitalizmruhuMaxWeber.htm)

<sup>8</sup>Абдурахмонов К.Х. Мехнат иқтисодиёти (назария ва амалиёт). Олий ўқув юртлири учун дарслик. – Т.: «Меънат», 2004. – 672-б.

<sup>9</sup>Schumpeter J. Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. – Leipzig: 1912. [Schumpeter J. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. – Cambridge: 1934.]

ва таклифлар орасида юзага келадиган) қатор қарама-қаршиликларни ҳал қилишдан иборатдир, деб таъкидлайди.

Ф. фон Хайек тадбиркорлар ўртасидаги қаттиқ рақобат курашига алоҳида эътиборни қаратиб, тадбиркорлик фаолиятининг алоҳида ажратиб турувчи белгиси сифатида – даромад олиш мақсадида янги имкониятларни қидиришга интилишни ажратиб кўрсатади.

1-жадвал

**Р.Хизрич ва М.Питерсларнинг «Antrepreneur» ёки «тадбиркор» атамасини яралиш динамикаси таҳлили**

- **Ўрта аср:** «antrepreneur» – бу мусиқий томоша ва намоишлар ташкилотчиси; кенг микёсли қурилиш ёки ишлаб чиқариш лойиҳаларини бажаришга жавобгар шахс.
- **XVII аср:** «antrepreneur» – бу давлат билан аввалдан келишилган нархи асосида шартнома тузувчи шахс.
- **1725 йил. Ричард Кантильон:** тадбиркор – бу таваккалчилик шароитларида ҳаракатланувчи ва капитал тақдим этиш ҳамда тадбиркорлик вазифасида фаркланувчи инсон.
- **1803 йил. Жан Батист Сэй:** тадбиркор – бу тадбиркорлик даромадидан капитал даромади фаркланувчи киши.
- **1934 йил. Йозеф Шумпетер:** тадбиркор – бу янги технологияларни ишлаб чиқувчи новатор.
- **1961 йил. Дэвид Макклеланд:** тадбиркор – бу кўзланган таваккалчилик шароитларида ҳаракатланувчи бақувват одам.
- **1964 йил. Питер Друкер:** тадбиркор – бу юқори фойда йўлида ҳар қандай имкониятдан фойдаланувчи шахс.
- **1983 йил. Гиффорд Пиншон:** антрепренер – бу янги корхона яратувчи, яъни тадбиркордан фарқли ўлароқ мавжуд бўлган корхона шароитларида ҳаракатланувчи субъект.
- **1985 йил. Роберт Хизрич:** тадбиркорлик – бу қийматга эга бўлган қандайдир янгилик яратиш жараёни; тадбиркор эса – бу барча зарурий вақт ва кучни сарф қилиб, барча молиявий, ижтимоий-психологик таваккалчиликни зиммасига олиши эвазига мукофот тарзида пул ҳамда қониқишга эга бўладиган шахс.
- **1997 йил. Бодо:** тадбиркор – бу ташаббус кўрсатилган ишга жавобгар, корхоналарни режалаштирувчи, ташкил этувчи ва бошқарувчи шахс.

*Питер Друкер* ўзининг «тадбиркорлик жамияти» концепциясида, тадбиркорлик – фақат иқтисод доираси билан чекланиб қолмай, балки ижтимоий фаолиятнинг турфа хил доираларида намоён бўлувчи ва мавжуд имкониятлардан

максимал даражада фойда олишга йўналтирилган инновацион фаолликдир, деб таъкидлайди.<sup>10</sup>

Шунингдек, «*antreprenuer*» атамасининг яралиш динамикасини таникли мутахассислардан ҳисобланган *Роберт Хизрич* ва *Майкл Питерс*<sup>11</sup>лар юқоридаги кўринишда системалаштиришган (1-жадвалга қаранг).

## 2-§. Тадбиркорлик иқтисодий ҳодиса сифатида

Тадбиркорлик фаолияти хусусидаги замонавий қарашларни шартли равишда қуйидаги икки тоифага ажратиш мумкин: (1) *функционал ролли*; (2) *тизимийлашган*.

*Функционал ролли ёндашув* тарафдорларининг фикрича, тадбиркорлик – иқтисодий ва ижтимоий ривожланишга элтувчи маълум вазифалар реализацияси билан боғлиқ ижтимоий-иқтисодий фаолиятнинг бир кўринишидир. Бунда баъзи мутахассислар ушбу вазифани фақат иқтисодий соҳага алоқадор, деб ҳисобласалар, баъзилари эса инсон амалий фаолиятининг барча жабҳалари билан боғлиқдир, деб тушунтиришади.

Классик адабиётларда тадбиркорликнинг иқтисодий хусусиятини таҳлилида, даставвал, фойда олиш ва талабларни қондиришга йўналтирилган нақд ресурслар (молиявий, инсоний, ташкилий, ахборот в.х.)дан фойдаланишнинг энг мақбул комбинациясини амалга оширувчи тадбиркорнинг хўжалик субъекти алоҳида ажратиб кўрсатилади. Сўнгги ўринда, тадбиркорнинг асосий иқтисодий хусусияти бўлиб, иқтисодиётда янги имконият ва комбинацияларни қидириш ҳамда яратиш белгиланади. Мазкур ҳолатда биринчидан, ихтирочилик ва иккинчидан, анъанавий менежментдан фарқли ўларок, кўпроқ инновацион тадбиркорлик хусусида фикр юритилади.

Айрим мутахассислар тадбиркорликдаги инновация хусусиятини таҳлил қилишар экан, уни «маълум бир қимматга эга бўлган бирор янгиликни яратиш жараёни» сифатида

<sup>10</sup>Drucker F Peter. La gerencia de empresas. Editorial Hermes, 1992. – P. 27–53.

<sup>11</sup>Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. / Роберт Хизрич, Майкл Питерс; Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Фирма «Прогресс-Универс», 2005.

бахолашади. Бошқалари эса ундаги асосий хусусиятлар сифатида мулк эгаси ва менежерни қайд этишиб, уни «Тадбиркорни иқтисодий корхона яратувчиси, унинг эгаси, иш юритувчиси ҳамда ўз бизнес фаолиятидаги амалга ошириладиган барча турдаги таваккалга жавоб берувчи ташкилотчи» сифатида белгилашади. Ҳар иккала таҳлил ҳам функционал ёндашувлар доирасида «тадбиркорлик» – аниқ субъект тавсифига боғланмаган ҳолда, эгасиз, қиёфасиз, фақат фаолият тури сифатида намоён бўлади.<sup>12</sup>

*Й.Шумпетер* тадбиркорлик фаолиятига иқтисодий хулқ-атворнинг тури сифатида изох бериб, уни атайлаб тарқатувчи аниқ одамларни ажратиш ва персонификациялаш жуда қийин ҳамда муаммолидир, деб таъкидлайди. Унинг фикрича, «Тадбиркорлик – бу касб саналмайди ва унда узоқ вақт қолиб кетиш мумкин эмас... Тадбиркор ҳар доим ҳам маълум фаолият турининг субъекти бўлиб ажралмайди ва ижтимоий ҳодиса сифатида тан олинмайди».<sup>13</sup>

Менежмент борасидаги замонавий адабиётларда (*М.Мескон*<sup>14</sup> ва бошқалар<sup>15</sup>, *П.Друкер*<sup>16</sup>) бошқарувнинг ривожланиши, ташкилий ишлар бўйича янгиликлар киритиш, янги турдаги товар ва хизматларни яратиш в.х. кабилар тадбиркорлик фаолиятини амалга оширилиш жараёнида – самарали, инновацион бошқарувнинг бошқалардан ажралиб турувчи алоҳида хусусияти сифатида талқин қилинади. Булар «тадбиркорлик бошқаруви», «корпоратив ёки ички тадбиркорлик», деган атамалар билан номланган. Мулкка эга бўлиш (мулкдор) ва таваккалчиликка персонал жавобгарлик, ушбу ҳолатларда тадбиркорлик фаолиятининг муҳим белгиси сифатида ўрганилмаган. Шу боис, бундай ёндашувда менежер ва тадбиркор ўртасидаги расмий-статус(мавқе) орасида тафовут деярли йўқ бўлиб кетади. *Р.Кричевский* ўз изланишлари орқали тадбиркор (менежер) шахсининг 3 турдаги, яъни анъанавий

<sup>12</sup>Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. / Роберт Хизрич, Майкл Питерс; Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Фирма «Прогресс-Универс», 2005.

<sup>13</sup>Шумпетер Й.А. История экономического анализа (в трех томах) History of Economic Analysis. Твердый переплет. В трех томах. – Минск: Издательство: Экономическая школа, 2004. – 1664-с.

<sup>14</sup>Mescon M., Albert M., Khedouri F. Management. 3rd Edition., New York, Harper&Row, 1988.

<sup>15</sup>Основы менеджмента М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоурн. – Москва: Дело, 2004.

<sup>16</sup>Drucker F Peter La gerencia de empresas. Editorial Hennes. 1992. – P. 27–53.

бошқарувчи, эркин тадбиркор (ташкилий четлашларга амал қилмайдиган) ва корпоратив тадбиркор (ташкилий жиҳатларда ўз имкониятини намоён этадиган) типологияларини ажратиб кўрсатади. Бу типологиялардан келиб чиқиб *Р.Хизрич*<sup>17</sup>, бу тоифа тадбиркор-менежерларнинг мотивлари, таваккаллик даражалари, хато ва омадсизликлар ҳамда бошқа одамларга нисбатан муносабатларини намоён бўлишига кўра, уларга хос тавсифномаларни ишлаб чиққан (2-жадвалга қаранг).

2-жадвал

**Р.Кричевскийнинг «Тадбиркор шахси типологияси»га  
Р.Хизрич тавсифномаси**

| ТАВСИФЛАР                      | АНЪАНАВИЙ<br>БОШҚАРУВЧИ-<br>ЛАР  | ЭРКИН<br>ТАДБИРКОРЛАР   | КОРПОРАТИВ<br>ТАДБИРКОРЛАР   |
|--------------------------------|--|---|--|
| АСОСИЙ<br>МСТИВЛАР             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• хизмат юзасидан силжиш;</li> <li>• мавқели лавозим;</li> <li>• хокимият;</li> <li>• бўйсунувчига хос;</li> <li>• корпоратив мукофотларга интилиш</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• мустақилликка интилиш;</li> <li>• истеъдодни намоён этиш имкониятларини излаш;</li> <li>• пулга эга бўлиш</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• мустақилликка интилиш;</li> <li>• корпоратив мухитда корпоратив мукофотлар билан бирга олга ҳаракатланиш имконияти</li> </ul>                                   |
| МУВАҚҚАТ<br>ТАШКИЛОТ           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• киска масофага югурувчиларга хос;</li> <li>• бюджет, квота ва бошқалар бўйича хафталик, чораклик, ойлик мажлислар;</li> <li>• йиллик мажбурий режалаштириш</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• бизнесда 5–10 йиллик ўсишга интилувчи;</li> <li>• шу мақсад йўлида яшовчи</li> </ul>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• эркин ишбилармонлар ва анъанавий менежерлар ўртасидаги оралик мавқе;</li> <li>• шахсий режалар;</li> <li>• корпоратив жадваллар бириккувига эришувчи</li> </ul> |
| ИШБИЛАР-<br>МОНЛИК<br>ФАОЛЛИГИ | <ul style="list-style-type: none"> <li>• бевосита ишда иштирок этишга нисбатан кўпроқ буюради;</li> <li>• назорат қилади</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• бевосита ишга йўналтирилган</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• кўпроқ топшириқ беришга қараганда иш жараёнига иштирок этади</li> </ul>   |

<sup>17</sup>Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. / Роберт Хизрич, Майкл Питерс; Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Фирма «Прогресс-Универс», 2005.

## 2-жадвалнинг давоми

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| ХАТАР<br>ДАРАЖАСИ                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ўзини эҳтиёт-кор тутувчи</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ўртача таваккал килувчи</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• мавкенинг анъанавий корпоратив белгилари билан кизикмайди;</li> <li>• мустақилликка интилувчи</li> </ul>  |
| ХАТО ВА<br>ЮТУҚҚА<br>МУНОСАБАТ            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• хато ва тасо-дифларнинг олди-ни олишга инти-лувчи</li> </ul>                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• хато ва муваф-факитсизликлар-нинг олдини олиш-га ҳаракат килувчи</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ташқаридан қара-ғанда хатарли туюлувчи лойиҳа-ларни, бажарил-ғунига қадар яши-рувчи</li> </ul>  |
| ҚАРОР ҚАБУЛ<br>ҚИЛИШНИНГ<br>ЎЗИГА ХОСЛИГИ | <ul style="list-style-type: none"> <li>• одатда, юқори бошқарув лавози-мини эгаллаб тур-ганлар билан кели-шувчи</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• қабул қилина-ётган қарорларда шахсий фикрига ишонувчи</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• орзуга эришиш йўлида, ёрдам бе-ришга тайёрларга намоийш этишга кодир</li> </ul>   |
| КИМДА ТАЯНЧ<br>МАНБАИНИ<br>КЎРАДИЛАР      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• бошқаларда</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ўзлари ва ми-жозларига</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ўзига, мижоз-ларига, ҳомийла-рига</li> </ul>  |
| ОИЛА ТАРИХИ                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• оила аъзолари аввалдан обрўли ва салмоқли ташки-лотларда ишлайди</li> </ul>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• аъзолари учун кичик бизнесда ишбилармонлик характерли бўлган оиладан келиб чи-қадилар, фермер-лик ёки эркин касб билан банд бўлган-лар</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• аъзолари учун кичик бизнесда ишбилармонлик характерли бўлган оиладан келиб чи-қадилар, фермер-лик ёки эркин касб билан банд бўлган-лар</li> </ul> |
| БОШҚА<br>КИШИЛАР БИЛАН<br>МУНОСАБАТ       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• муносабатлар-ни ўрнатиш асоси саналган иерархия-га риоя қилиш</li> </ul>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ишбилармон-лик алоқалари, му-носабат асоси кў-ринишидаги би-тимлар тузиш</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ташкилий ие-рархия доирасида-ги ишбилармонлик алоқалари</li> </ul>  |

**Тизимийлашган ёндашув** тарафдорларининг қарашларида эса тадбиркорликни психологик объект сифатида белгилаш учун, тадбиркорлар алоҳида гуруҳ сифатида баҳоланиб, ижтимоий идентификациялашга уринилган.

Юридик нуқтаи назардан, тадбиркорлик – товарни сотиш ва мол-мулкдан фойдаланиш орқали тизимли даромадга эга бўлиш, амалдаги қонунлар асосида рўйхатдан ўтган юридик ёки жисмоний шахсларнинг хизмат кўрсатиши, фаолиятга йўналтирилган мустақил, таваккалчиликка асосланган хатти-

ҳаракатидир.

Гарвардда тадбиркорлик бўйича тадқиқот марказининг асосчиларидан бири бўлган *А.Коулнинг* фикрича:

«*Тадбиркорлик* – бу индивид ёки гуруҳнинг иқтисодий, сиёсий, ижтимоий шароит (вазият)лардан фойдаланган ҳолда хом-ашё, жамғарма, ахборот ёки меҳнат кўринишида бўлган даромад турларини яратиш, сақлаб қолиш ҳамда кўпайтиришга йўналтирилган мақсадли фаолиятидир».

Маълумки, Америка эркин ишбилармонлигида инсоннинг табиий хислатларидан, хусусан, ўз обрўси ва қадр топишга интилиши мотивларидан тўла-тўқис фойдаланилади. Тадбиркор фаолият юритиш баробарида фойда олади ҳамда жамият фаровонлигига ўз хиссасини кўшади. Америкаликларнинг тадбиркорлик фаолиятига қаттиқ киришишларига сабаб, бу улардаги моддий ва маънавий аҳволдан қоникмаслик хислатининг мавжудлигидадир. Ўз навбатида, бу уларни ўйлашга ва ҳаракат қилишга чорлаб, бойишнинг янгича йўллари излашга мажбур қилади.<sup>18</sup>

Кўпчилик америкаликларда тадбиркорлик фаолиятига нисбатан ҳасад ёки нафрат ҳисси мавжуд эмас. Жамият ва давлат бир неча ўн миллион нафар ишбилармон кишиларни, миллатнинг ўзига хос “олтин фонди” сифатида яхши англайди. Шу асосда фуқароларда ишбилармонлик руҳи сўнмаслигини олдини олиш мақсадида, давлат ва жамият ўз вақтида бир қатор стратегик чора-тадбирларни белгилайди.

Бу эса америкача тадбиркорликнинг ўзига хос этнопсихологик хусусиятларини намоён этади.

*Ронен*<sup>19</sup>нинг иккиёқлама моделига биноан, тадбиркорликнинг асоси – мақсадга эришиш ва янгилек яратишдир. Шу модел ва психологиянинг етакчи сифатлари орқали тадбиркор билан менежер ўртасидаги тафовутни ажратиш мумкин. Ҳар қандай менежер мақсадга эришиш борасида, таваккал қилишдан қўрқади, чунки компания инқирозга юз тутиши мумкин. Тадбиркорлар эса аксарият ҳолатларида, ўз фаолиятларининг ривожланиши учун таваккалчилик билан иш бошлашга

<sup>18</sup>Кутин Ф.А. Делайте бизнес красиво. – М.: ИНФРА-М, 1995. – С. 45–47.

<sup>19</sup>Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999. – 237-с.



мажбурдирлар.

Тадбиркорлар ўз фаолиятини бошлашдан олдин ахлокий-маданий омилларни ўзлаштирган бўлишлари лозим. Бу уларнинг бўлғуси тадбиркорлик фаолиятлари давомида ижтимоий-психологик билимларни қанчалик ўзлаштиришларида намоён бўлади.

Хулоса қилиб айтсак, ҳозирда жамиятда тадбиркор қатламининг психологик, ижтимоий ҳамда ижтимоий-психологик мавқеининг хусусиятлари, шунингдек, ҳаёт фаолиятининг иқтисодий шароитлари ҳақида адекват тасаввурларга эга бўлиш ўта муҳим саналади. Буларга: тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланиш мотивацияси, таваккалчилик, муваффақиятсизлик, рақобатга муносабат, ўз-ўзига баҳо бериш, узоқни кўра олиш ва ҳоказоларни киритиш мумкин. Шу билан бирга, уларда ижтимоий-психологик хусусиятларни ривожлантириш динамикасини кузатиш ҳам муҳим аҳамиятга моликдир.<sup>20</sup>

### 3-§. Россияда тадбиркорлик феноменининг психологик тараққиёти

Тадбиркорлик психологияси борасида рус олимлари томонидан олиб борилган тадқиқот ишлари ҳам иқтисодий психология соҳасини кенг қамровли янгиликлар билан бойитган. Рус олимларидан *С.Булгаков* (1871–1944)<sup>21</sup>, *П.Струве* (1870–1944)<sup>22</sup>, *П.Савицкий* (1895–1965)<sup>23</sup> лар ўз изланишларида хўжаликда, айниқса, тадбиркорлик фаолиятида муҳим ўрин тутадиган психологик омилларга катта аҳимият беришган. Россия олимларини тадбиркорлик фаолиятини ёритишга бағишланган ишларининг характерли томони – ушбу феноменнинг ижтимоий-психологик қирраларига диққатни йўналтирилганлиги билан ажралиб туради. Жумладан, бу мулоқот муаммолари, хўжалик фаолиятига киришувчи одамлар

<sup>20</sup>Хайитов О.Э. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2005. – 145-б.

<sup>21</sup><http://www.magister.msk.ru/library/philos/bulgakov/bulgakov02.htm>

<sup>22</sup>[http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/g\\_names/struve\\_1.html](http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/g_names/struve_1.html)

<sup>23</sup><http://www.contr-tv.ru/common/1391/>

ва гурухлар ўртасидаги ўзаро муносабатлар ва хатти-харакатлар орқали изоҳланади. Мисол учун *П.Савицкий*, тадбиркорликни нафақат хўжаликни ташкил этувчи иқтисодий, балки алоҳида бир иқтисодий-психологик фаолият, деб таъкидлайди. Хўжайин ёки бошлиққа хос муносабатлар, муаллифнинг фикрича, нафақат кўп даромадга эга бўлишликни, балки хўжаликда ишловчи (фаолият юритувчи) шахсларни эҳтиёжлардан қониққанлик даражасини сақлаш ва кенгайтиришга интилиш каби масалаларни ҳам ўз ичига қамраб олади.

Тарихдан маълумки «Октябрь инқилоби»гача бўлган даврда Россияда ўтказилган қатор тадқиқотлар «тадбиркорлик жамоалари»га хос бўлган ижтимоий-психологик феноменини ўрганишга бағишланган. *Е.Шорохов*нинг таъкидлашича, хўжалик юритиш мақсадида яратилган артел ва ширкатларнинг энг муҳим диққатга сазовор томони – бу кишиларда ўзаро ёрдамга асосланган гурухларга бирлашувлари натижасида ишонч ва жавобгарлик ҳиссининг шаклланишидир. Аммо капиталистик муносабатларнинг ривожланиши таъсирида, уларнинг ўрнини акциадорлик жамиятлари эгаллаб, гуруҳий жавобгарлик ҳиссининг қатъий чекланганлигини юзага келтирди.<sup>24</sup>

XX асрнинг охириги йилларида эса тадбиркорлик феноменини янгича таҳлил қилишга *В.Автономов*<sup>25</sup>, *В.Асеев*<sup>26</sup> ва социологлар *Т.Заславская*<sup>27</sup>, *В.Радаев*<sup>28</sup> ва бошқалар ҳаракат қилишган.

*Тадбиркорлик* – бу инсон фаолиятида турли кўринишларда намоён бўладиган хусусиятлардан биридир. *В.Даль* фикрича, тадбиркор одам – бу бирор ишни бошламоқчи бўлган, ижодиётга янгича ёндашишга қодир, одамларни биргаликда фаолиятга чорлашда самарали алоқа ташкил этишни биладиган инсондир.

<sup>24</sup>Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова, В.А.Хашенко; Отв. ред. А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова; РАН. Ин-т психологии. – М., 1998. – 295-с.; <http://www.humanities.edu.ru/db/msg/26983>.

<sup>25</sup>Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. – СПб.: Экономическая школа, 1998; <http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/117880.html>; E-mail – [avtonomev@hse.ru](mailto:avtonomev@hse.ru)

<sup>26</sup>Асеев В. Г. Мотивация поведения и формирование личности. – М.: 1976. – 160-с.

<sup>27</sup>Путь в XXI век (стратегические проблемы и перспективы российской экономики) / Под ред. Д.С.Львова. – М.: Экономика, – 1999; <http://rusref.nm.ru/indexpubsbornik1.htm>; E-mail – [rusref@nm.ru](mailto:rusref@nm.ru)

<sup>28</sup>Радаев В. Экономическая социология (учебное пособие для вузов); – М.: Издательство: Высшая школа экономики. 2005. – 603-с.; <http://www.bookler.ru/searchbookaction/k37385.shtml>

Шундай қилиб, *тадбиркорлик* – бу жамият ҳаётидаги хўжалик, ижтимоий ва бошқа соҳаларда ўзининг ташаббускорлиги, топағонлиги, мустақиллиги, ҳозир жавоблиги, ностандарт қарорга келиши, таваккал қилишга ва натижалар учун маъсулиятни ўз бўйнига олишга тайёрлиги ёрдамида муайян мақсадларга эришишга қодир шахснинг хусусиятларидан биридир.<sup>29</sup>

Шунингдек, бу борада психология институтида *А.Журавлёв*<sup>30</sup>, *В.Позняков*<sup>31</sup> бошчилигида қатор илмий тадқиқотлар ўтказилган бўлиб, натижада, ишбилармонлик борасида россия тадбиркорларига хос қатор этнопсихологик хусусиятлар ўрганилди.

Тадқиқот натижалари кўрсатишича, Россиялик ишбилармонлар томонидан тадбиркорлик фаолиятини танланишининг куйидаги муҳим *учта мотиви* мавжуд: (1) *мустақилликка эришиш (яъни ўзининг шахсий бизнесига эга бўлиш)*; (2) *ўз қобилиятини айирбошлаш*; (3) *иқтисодий таъминланганлик*.

Адабиётлар таҳлиliga кўра, қадриятларнинг икки хил тури бор: (1) *терминал* (психология фанида – мақсадли; маркетинг фанида – пировард) ва (2) *инструментал* (психология фанида – воситали; маркетинг фанида – билвосита) қадриятлар. Терминал қадриятлар – тадбиркорнинг ўзи интиладиган мақсадлари ва ҳолатлари ҳақидаги фикрларидир (бахт, донишмандлик ва х.к.). Инструментал қадриятлар эса терминал қадриятларга эришиш учун тадбиркор қўллайдиган хулқ-атвор шакллари ҳақидаги тасавурларига тааллуқлидир (бизнесда ҳалол бўлиш ёки ўз зиммасига мажбурият олиш).

Қадриятлар маданият воситасида қўлга киритилади, шу сабабли бирор жамиятнинг аъзолари бир хил қадриятларни турли даражада қўлга киритадилар. Шунинг учун ҳар бир қадриятнинг нисбий аҳамияти турли индивидлар учун турлича бўлади, бу фарқлардан эса бозорни сегментларга ажратиш

<sup>29</sup> Смольков В.Г. Предпринимательство как особый вид деятельности // Социол. исслед. 1994. № 2. – С. 16.

<sup>30</sup> Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений / Отв. ред. А.Л.Журавлев. – М.: Изд-во ИП РАН, 1997. – 142-с.

<sup>31</sup> <http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm#7.4>.

мезони сифатида фойдаланиш мумкин. Турли кадриятларнинг ахамияти ҳам вақт ўтиши билан ўзгариши мумкин. *М.Рокич (M.Rokeach)* инсон эришган кадриятлар унчалик кўп эмас, деб ҳисоблайди. У ўз тажрибаларда ўн саккиз хилдаги терминал ва инструментал кадриятларни келтиради.

Сўнги йилларда баъзи тадқиқотчилар кадриятларнинг маълум даражада баҳолаш мумкин бўлган қисқача рўйхатини ишлаб чиқдилар. *Кайле (Kahle)* терминал кадриятларнинг саккизтасини ажратиб кўрсатган: (1) ўз-ўзига ҳурмат; (2) хавфсизлик; (3) илиқ ўзаро муносабатлар; (4) мақсадга эришганлик ҳисси; (5) ўз-ўзидан қониқиш; (6) бошқалар томонидан ҳурмат; (7) мансублик ҳисси; (8) шодлик, лаззат, ёқимли ҳис.

Ушбу кадриятлар истеъмолчи хулқ-атворининг ёки ижтимоий ўзгаришларининг турли жиҳатлари билан жуда яхши мос келиши тажрибаларида аниқланган.

Мутахассис *Кайленинг* таъкидлашича, шодлик ёки лаззатни кадрлайдиган кишилар бир қадаҳ қаҳвани ёқимли таъми учун ичишни исташи мумкин; мақсадга эришганлик ҳиссини кадрлайдиган кишилар қаҳвага ишлаб чиқариш унумдорлигини оширадиган кучсиз стимулятор деб қарайдилар; бошқалар билан илиқ муносабатда бўлишни кадрлайдиган кишилар эса ижтимоий урф-одатга риоя қилган ҳолда бир пиёладан қаҳва ичадилар.

Тадбиркорлардаги кадриятлар йўналганлигини ўрганиш натижасига кўра, ҳам шаҳарда, ҳам вилоятларда фаолият юритувчи Россия тадбиркорларида умумий тузилишдаги кадриятлар мавжуддир. Хусусан, бунда афзаллик тартибига кўра: соғлиқ, оила, иқтисодий таъминланганлик, ўзига ишонч, иш, эркинлик, дўстлар, севги каби омиллар алоҳида аҳамият касб этади.<sup>32</sup>

*А.Крылов*<sup>33</sup>, тадбиркорлик фаолиятини илмий таҳлил этиб, унга: «Бозор муносабатларининг характерли жиҳатларидан бири – тадбиркорликдир. Тадбиркорлик бу – фуқаронинг қонунчилик доирасида, фойда олиш учун ўз жавобгарлиги остида таваккал

<sup>32</sup>Изоҳ: Россия муҳитига В.А.Ядов томонидан мослаштирилган ва В.А.Хашенко томонидан модификациялаштирилган М.Рокич методикасидан фойдаланилган.

<sup>33</sup>Психология. Учебник. / Под ред. А.А.Крылов. – М.: «ПРОСПЕКТ». 1998. – С. 552.

қилишга йўналтирилган фаолиятидир», – деб таъриф бериб ўтади. Унинг фикрича, тадбиркорликни ривожлантиришнинг асосий шартлари бўлиб, қуйидаги **омиллар** ҳисобланар экан: (1) *давлат сиёсатининг хусусий бизнесга бўлган муносабати*; (2) *омманинг маданияти ва унинг давлатга бўлган муносабати*; (3) *бизнесни ташкил этишда психологик мадад беришлик*; (4) *шахснинг тадбиркорликка бўлган иқтидор ва қобилиятлари*.

Бу омиллар эса ўз навбатида, тадбиркорликнинг қуйидаги уч психологик муаммосини туғдиради: (1) *тадбиркорнинг давлат сиёсати билан ўзаро ижтимоий-психологик муносабатлари муаммоси*; (2) *тадбиркорнинг ўз фаолияти юзасидан маълум билимларга эга ёки эга эмаслиги муаммоси*; (3) *тадбиркорнинг психологик қиёфасини ўрганиш муаммоси*.

Тадбиркор ва жорий қонунчилик ўртасидаги муносабатларни яхлит қурилма сифатида эътироф этиш мумкин. Бунда тадбиркор бозорнинг талаб ва эҳтиёжларини қондириш мақсадида, иқтисодий ривожланишга қаратилган, янгидан-янги ғоялар ишлаб чиқади ҳамда уни амалиётга татбиқ этади. Бозор иқтисодининг барқарор ва ишончлилигини таъминлаш вазифаси эса давлат назоратида бўлади. Хўжалик ишининг айнан мана шу икки кўриниши бир-бирини тўлдириб туради. Юқоридаги ҳолатнинг бузилиши эса иқтисодий инқирозни келтириб чиқаради.

Муаллиф тадбиркорлик фаолиятида муваффақиятга эришиш учун икки хил тарзда ёндашиш борлигини кўрсатиб ўтади. Унингча, биринчидан, жамиятда тадбиркорларнинг шундай бир тоифаси мавжуд-ки, улар ўзларининг бизнесга тааллуқли психологик сифатларини аниқлаб, шунга мос равишда фаолият юритадилар; иккинчидан, ҳамма одамлар тадбиркордир, лекин ҳар хил даражада.

*А.Крилов* ўз фикрини давом эттириб: «Тадбиркорнинг психологик қиёфасига қуйидаги сифатлар тааллуқлидир: (1) *Интеллект жиҳатдан* – юксак салоҳият, тасаввурга бойлик, ички кечинмалар ривожини, амалий ўйлар ҳамда фантазия; (2) *Коммуникатив жабҳада* – ҳамкасблар меҳнатини қадрлаш, бошқа одам билан муомала қилиш қобилияти ва ҳар доим оқимга қарши юриш учун тайёрлик; (3) *Мотивацион-иродавий жиҳатдан* – таваккалчиликка қодирлиги, ички кечинмаларни

бошқариш, тан олинисга интилиш, мағлубиятга учраш мотивидан кўра, муваффақиятга эришиш мотивини юқори кўя билиш» – деб ёзади.<sup>34</sup>

*Ф.Кузиннинг*<sup>35</sup> эътироф этишича: «Тадбиркор ҳаракат қилар экан ҳамиша таваккал қилади. Таваккалчилик (молиявий, ижтимоий, сиёсий, психологик соҳаларда) – дунё тадбиркорларини бирлаштирувчи умумийликдир. Тадбиркорнинг сиёсий раҳбардан фарқи шундаки, у ҳамиша ўзи ҳаракат қилиб, масъулиятни ҳис этган ҳолда, қарорлар қабул қилади. Таваккалчиликка тайёрлик қобилияти ҳар қандай тадбиркор характерининг асоси ҳисобланади».

Шу ўринда муаллиф рус миллати тадбиркорларида таваккалчилик ҳамиша ҳам аниқ ҳисоб-китоб билан амалга оширилмаслигини кўрсатиб беради. Унинг фикрича, «Ғарб тадбиркорлари олдин таҳлил қилиб кейин ҳаракат қилсалар, рус тадбиркорлари эса уларга қарама-қарши равишда олдин ҳаракат қилиб сўнг таҳлил этишади».

Узоқ вақт мобайнида олиб борилган илмий изланиш ва кузатувлар шуни кўрсатдики, Россия тадбиркорлари кичик ва ўрта бизнесда халқ муҳокамаси ва ижтимоий келишмовчиликлардан руҳан ҳолидирлар. Яъни тадбиркорлик фаолиятининг ривожланиши хўжалик субъекти иқтисодий уйғонишини таъминлайди. Халқ хўжалиги соҳасида тадбиркорликни тушуниш, баҳолаш ҳамда умумсиёсий мазмунда қараш – иқтисодий психологиянинг асосий муаммоларидан бири саналади...

*А.Даниелян*<sup>36</sup> ва *Ю.Платонов*<sup>37</sup>ларнинг фикрича: «Муваффақиятга эришиш мотивациясига қараб тадбиркорнинг фаоллиги аниқланади».

*В.Машиковнинг*<sup>38</sup> таъкидлашича: «Тадбиркорлик – бу муло-

<sup>34</sup>Психология. Учебник. / Отв. ред. проф. А.А.Крылов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во: ПРОСПЕКТ (ТК Велби). 2004. – 752-с.

<sup>35</sup>Кузин Ф.А. Делайте бизнес красиво. – М.: ИНФРА-М, 1995. – С. 6-7.

<sup>36</sup>Даниелян А. Мотивация предпринимательской деятельности // Проблемы теории и практика управления. – М.: 1992, №6. – С. 32–36.

<sup>37</sup>Платонов Ю.П. Психологические типологии: Пособие для менеджеров и практических психологов (Серия «Мастерская психологии»). – М.: Изд-во, Речь. 2005. – 512-с.; [http://www.booka.ru/booka\\_topic\\_8312?id=159479](http://www.booka.ru/booka_topic_8312?id=159479)

<sup>38</sup>Машиков В.Н. Психология управления: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 208-с.

қотдир. Мулоқот – инсонлар ўртасида ўзаро муносабатлар жараёни бўлиб, доимий равишда диққат-эътибор талаб қилади. Тадбиркор амалга ошираётган фаолияти жараёнида бошлиқлар, ёлланиб ишловчилар ва бошқа тадбиркорлар билан муомалада бўлади. Бу эса, ўз навбатида ўзаро муносабатлар шаклланишида шахсий сифатлар ролини эътироф этади.

Тадбиркор шахсий сифатларининг таркибий моделини икки хил тузилма кўринишида намоёниш қилиши мумкин.

Биринчи моделга тадбиркордаги: (1) *доимо имконият қидириш ва ташаббускорлик*; (2) *қўйилган мақсадларга эришишида сабр ва матонат каби сифатларни ўз ичига қамраб олган. У эса муваффақиятга эришаётганларнинг шахсий тавсифини аниқлашга ёрдам беради.*

Иккинчи модел эса тадбиркордаги: (1) *тинмасдан самарадорлик ва сифат томонга ҳаракат қилиш*; (2) *мақсадга қараб интилиш, айнан, гоъларнинг доимий ривожланиб бориши ва қисқа муддатли масалалар ечимини олдиндан кўра олиш сифатлари мажмуидир».*

Шунингдек, тадбиркорлик фаолияти мотивацияси ёш нисбатига қараб ўзгариб туради, масалан, 36 ёш ва ундан ёш бўлган тадбиркорлар биринчи ўринда моддий эҳтиёжларни қўядилар. Моддий аҳволини яхшилаб олган тадбиркорлар эса мустақил бўлиш орқали ўз эҳтиёжларини қондиришга ҳаракат қиладилар ҳамда жамиятга шу тариқа фойда келтира бошлайдилар.<sup>39</sup>

#### **4-§. Тадбиркорлик фаолияти ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятларини маҳаллий шароитда ўрганилиши**

Мамлакатимизда кичик ва ўрта бизнес, хусусан, тадбиркорлик тобора ривожланиб, бу йўлдаги қарама-қаршилиқлар ва муаммолар секин-асталик билан ҳал қилиниб борилмоқда. Бунинг асосий сабабларидан бири сифатида ўзбек тадбиркорлиги интенсив тадқиқотлар объектига айлантирилаётганлигини

<sup>39</sup>Прикладная социальная психология. / Под. ред. А.Н.Сухова и А.А.Деркача. – М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 1998. – С. 554–555.

этироф этиш мумкин. У асосан социологлар, иқтисодчилар, тарихчилар ва кўпгина бошқа мутахассислар томонидан ўрганилмоқда. Бу тадқиқотларда замонавий ўзбек тадбиркорлиги ривожланиши билан боғлиқ тушунчалар ва феноменларнинг илмий жиҳатдан асосланиши бойитилиб, уларга нисбатан ҳар хил талқин беришга ҳаракат қилинган.

Тадбиркорлик инсоннинг юксак даражадаги фаолияти бўлиб, унга *Амир Тему*<sup>40</sup> ҳам жуда катта баҳо бериб, «Тажрибамдан кўрилганким, ишбилармон, мардлик ва шижоат соҳиби, азми катъий, тадбиркор ва хушёр бир киши, минг-минглаб тадбирсиз, лоқайд кишилардан яхшидир», – деб таъкидлайди.

Тадбиркорлик фаолияти иқтисодий фаолиятнинг ажралмас таркибий қисми ҳисобланади. Тадбиркорликнинг тарихи жуда узоқ ўтмишга бориб тақалса-да, унинг ҳозирги замон тушунчаси XVIII асрда пайдо бўлган ва кўпинча «мулкдор» ибораси билан аралаштирилиб талқин қилинган.

Кейинчалик хўжалик ҳаётида иштирок этувчи капиталнинг мулкдор капиталидан ажралиб чиқиши натижасида «мулкдор» тушунчасига тўғри келмай қолади.

Умуман, тадбиркорлик анъанавий жиҳатдан ўрганилган, лекин ушбу фаолиятга хос бўлган, уни бошқа иқтисодий муносабатлардан ажратиб турувчи ижтимоий-психологик хусусиятлари аниқ ажратиб, белгилаб олинмаган эди. Шу боис ҳам психологик изланишлар кўпроқ чет эл тадқиқотчилари томонидан йиғилган билимлар ҳамда тажрибалар натижаларига мурожаат этади. Чунки ҳар қандай тадқиқотни ташкиллаштириш ва амалга ошириш жараёнида, маҳаллий шарт-шароитларни инобатга олган ҳолатда хорижий тадқиқий маълумотлар муҳим методологик манба ҳисобланади. Хориж тадқиқотчилари «тадбиркорлик» билан қатор муҳим концепцияларни ўзаро боғлашган бўлиб, уларни ижтимоий-психологик жиҳатдан тасниф этиш мумкин.

Тадбиркорлик тушунчаси бизнинг ҳаётимизга кириб келган янги тушунчалардан бири ҳисобланиб, асосан мустақиллик йилларида бу муаммога (йўналишга) катта эътибор берилди бошланди. Ҳаттоки, XX асрнинг 80–90 йилларида чоп этилган

<sup>40</sup>Темур тузуклари. – Т.: 1991. – Б. 15.



илмий-психологик адабиётларни кузатадиган бўлсак, бу тушунча ҳақида маълумот йўқлигини ёки бўлса ҳам жуда кам миқдорда эканлигини кўришимиз мумкин. Ҳозирга келиб эса жамиятимизда «тадбиркор» сўзи энг кўп ишлатиладиган атамалардан бирига айланиб қолмоқда.

Тадбиркорлик тушунчасининг ўзи ҳақида гапирар эканмиз, илмий адабиётларда бу тушунчанинг турлича таърифлари берилгандир.

Қ.Абдурахмонов, Ф.Мамарасулов<sup>41</sup>ларнинг ёзишича: «Тадбиркорлик – бу мулк ҳуқуқи субъектларнинг моллар ишлаб чиқариш, хизматлар кўрсатиш асосида фойда ёки даромад олишга қаратилган амалдаги қонунлар доирасида ташаббускорлик билан фаолият кўрсатишидир».

Муаллифларнинг фикрича, тадбиркорликнинг мазмуни ва табиатига кўра айрим кишилар ёки гуруҳларнинг ўз-ўзини иш билан таъминлаш ҳамда ташаббускорлигига асосланадиган фаол меҳнат фаолияти сифатида баҳолаш мумкин.<sup>42</sup>

Ш.Шодмонов, Т.Жўраевларнинг<sup>43</sup> фикрича: «Тадбиркорлик фаолияти – фойда олиш мақсадида таҳлика (таваккалчилик) билан ҳамда мулкий жавобгарлик асосида ва амалдаги қонунлар доирасида ўз ташаббуси билан амалга ошириладиган иқтисодий фаолиятдир...»

Қисқа қилиб айтганда, тадбиркорлик фаолияти фойда олишга қаратилган фаолиятдир».

Муаллифлар бунинг учун тадбиркорда бир қатор ахлоқий мезонлар мавжуд бўлиши лозимлигини таъкидлайдилар. Уларнинг фикрича, тадбиркорлик фаолияти ахлоқий бурч, танлаш ва шахсий жавобгарлик каби тадбиркорнинг ҳаёт тарзи мазмунига айланган тушунчалар билан узвий боғлиқдир.

В.Каримованинг<sup>44</sup> ёзишича, тадбиркорлик яхлит бир таъриф билан чегараланмайди, уни бир неча муҳим жиҳатларига кўра тавсифлаш мумкин. Тадбиркорлик – бу кишининг шахсий ташаббусларига асосланган, фойда олиш ва махсулотлар ишлаб

---

<sup>41</sup> Абдурахмонов Қ., Мамарасулов Ф. Меҳнат иқтисоди. Ўқув-услубий материаллар. –Т.: 1996. – Б. 23.

<sup>42</sup> Уша манба. – Б. 26.

<sup>43</sup> Шодмонов Ш., Жўраев Т. Иқтисодий назарияси. Маърузалар матни. – Т.: 2000. – Б. 86.

<sup>44</sup> Каримова В.М., Акрамова Ф.А. Иқтисодий психология. Маърузалар матни. – Т.: 2002. – Б. 57–63.

чиқариш мақсадида таваккалчилик билан фаолият юритишига оид ҳаракатлари мажмуидир.

Шу ўринда ижтимоий-иқтисодий жараёнларни инобатга олган ҳолда муаллиф томонидан бу тушунчага берилган иккинчи таърифни келтириш мумкин: тадбиркорлик – инсоннинг муҳим ва оғир мақсадларни рўёбга чиқаришга қаратилган шахсий сифатлари жамланмасидир.

Умуман, юқоридаги иккита таърифга кўра, тадбиркорлик – шахснинг фаолияти ҳамда шахсий сифатлари мажмуи экан.

Яна *В.Каримова* фикрини давом эттириб: «тадбиркорлик ёки ишбилармонлик – бу янги ғояларни амалга ошириш билан боғлиқ бутун масъулиятни ўзига олиб, таваккал иш тутишдир. *Ишбилармонлик* – бу доимо янги нарсани ўйлаб топиш ва бунёд қилишга, борини янада яхшилашга интилиш, уриниш...», – деб таъкидлайди.

Бундан кўринадики, тадбиркорлик ишбилармонлик атамаси билан ҳам боғлиқ тарзда қўлланилади. Лекин муаллиф бу тушунчани «Тадбиркорлик уддабуронлик сифати ҳам саналиб, бунда шахс бир вақтнинг ўзида маълум муаммо юзасидан бир қанча ечимларни топа олади. Хусусан, у ҳар қандай мураккаб ҳолатдан чиқишнинг самарали ҳамда омилкор йўлини топишга тайёр туради ва буни амалда исбот қилади. Шу боис, улар ҳар қандай вазиятдан чиқиш йўлини қидириб топиб, бу мақсада ўз шахсий сармояларини сарф қиладилар ҳам», – деб изоҳлаб беради.

Шунингдек, муаллиф ишбилармонлик фаолияти ва унинг моҳиятини алоҳида кўрсатиб беради. Унинг фикрича, ишбилармонлик фаолияти – энг аввало, мавжуд бойликдан бизнес билан шуғулланиш мақсадида, ундан фойдалана оладиган фаол ва ташаббускор кишининг интеллектуал фаолиятидир. Айнан у – «динамизм», «дадиллик», «ташаббус» каби тушунчалар билан қўшилиб кетиб, тадбиркорлик фаолиятида кўпгина самарали ғояларни рўёбга чиқариш имкониятини беради.

Тадбиркорлик фаолияти муаммоси ҳақида гапирар эканмиз, унинг интеллект ёки ақлнинг психологик қурилмасига доир қатор сифатлари ҳақида ҳам гапириб ўтиш мақсадга мувофиқдир. Бу борада *Н.Норкулова* илмий тадқиқот ишлари

олиб борган бўлиб, ушбу сифатларга: тадбиркорлик, тежамкорлик, ҳисоб-китоблилик ҳамда мавжуд муамоларни тезкор равишда ечиш каби сифатлар киришини кўрсатиб ўтади.<sup>45</sup> Муаллиф уларнинг ҳар бирига таъриф беришга ҳаракат қилган:

Унинг фикрича, тежамкорлик – тафаккур ёки ақлнинг шундай сифати саналиб, у айна вазиятда кам вақт ва маблағ сарф этиб, натижага осонлик билан етиш имкониятидир.

Ҳисоб-китоблилик эса фаолият натижаларига эришиш йўлларини олдиндан тасаввур қилиш ва унинг моддий ҳамда маънавий қийматини англаш ҳислатидир.

Қўйилган вазифани тезкор тарзда ҳал қила олиш эса интеллектнинг динамик характеристикаси бўлиб, у қўйилган вазифани бошланишидан тамом бўлишигача сарфланган вақтнинг миқдори билан ўлчанади. Қисқа фурсат ичида кам куч сарф қилиб, катта ҳажмдаги фаолиятни амалга ошириш – тезкор, самарали ақл-идрокнинг маҳсулидир.<sup>46</sup>

Э.Сариқов ва М.Маматовлар<sup>47</sup> тадбиркорлик тушунчасига таъриф беришда, иқтисодий фаолият жараёнида эришиладиган даромад ҳамда уни орттириш имкониятилари борасидаги қарашлар таҳлилидан фойдаланганлар.

Агар юқоридагиларни инобатга оладиган бўлсак, тадбиркор – бу ишлаб чиқариш ва тижоратнинг барча зарур омилларидан бойлик яратиш учун фойдалана оладиган одамдир.

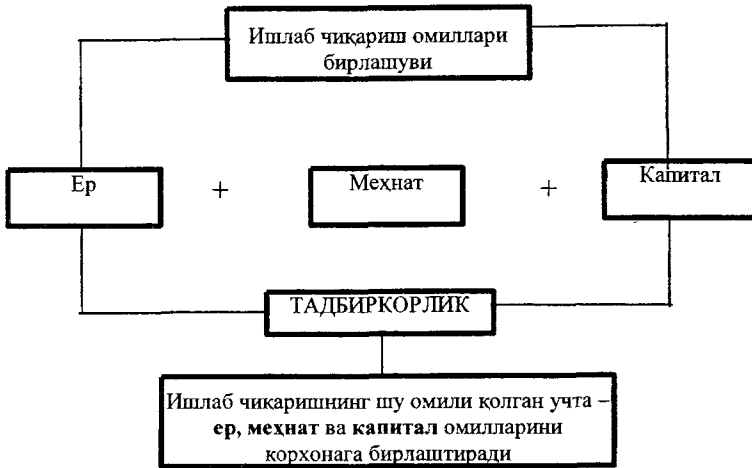
Шунингдек, муаллифлар тадбиркорга қўйиладиган талаблар моддий бойликлар яратувчи бошқа оддий одамларга нисбатан таққосланганда анча кенг эканлигини асослаб беришган. Масалан, дурадгорлик ҳунарини олсак, унинг ютуғи эшик, дераза ва бошқа анжомлар ясашга моҳир уста эканлиги билан баҳоланади. Агар бевосита ҳунарманд тадбиркорлик билан шуғулланишни бошласа, бу ундан мавжуд анжомларни ишлаб чиқаришдан ташқари яна қатор қўшимча фаолият юритишни ҳам талаб қилади. Масалан, олибсотарлик, маркетинг, бошқариш, ҳисоб-китоб, молиялаштириш, кадрлар билан

<sup>45</sup>Норкулова Н.Т. Раҳбар аёлларда тадбиркорлик мотивацияси масалалари: Битирув малакавий иши. – Т.: УЗМУ, 2001. – Б. 25–27.

<sup>46</sup>Ўша манба. – Б. 25–27.

<sup>47</sup>Иқтисодиёт ва бизнес асослари: (Э.Сариқов, М.Маматов). – Т.: Шарк, 1997. – Б. 53.

ишлаш, уларни топиш, танлаш, иш билан таъминлаш ва ушбу хизматларни мувофиқлаштириш кабиларни (1-расмга қаранг).



1-расм. Тадбиркорлик фаолияти тузилмаси<sup>48</sup>

Муаллифлар тадбиркордан қўшимча қандай сифатлар талаб этилишини ҳам кўрсатишиб, унга улкан фидокорлик, меҳнатсеварлик, чуқур фикрлаш ва дунёқарашнинг кенглиги, ўзгариб турадиган шароитда ишлаш учун мослашувчанлик, оиланинг қўллаб-қувватлаши, тадбиркор ва унинг оиласини таъминлаб туриш учун зарур бўлган маълум миқдордаги маблағ, таваккал қилиб ишлаш кабиларни киритишади.<sup>49</sup>

Тадбиркорлик хулқ-атвор, фаол йўл-йўриқлар, қоидалар ва бошқа хатти-ҳаракатларни тартибга солиш фаолиятлари билан ҳам узвий боғлиқдир. Ундаги бу ҳолат шахс олдида турувчи мустақил ахлоқий танловнинг мавжудлигини назарда тутувчи эркин танлаб олинган ҳаётий мавқе сифатида гавдаланади.

Тадбиркорлик юқоридан белгиланувчи (директив) қатъий рухсат – таъқиқлар билан боғлиқ эмас. Бу ўз шахсини намоён этишга ҳаракат қилиш билан боғлиқ ижодий фаолиятдир. У фаолият манфаати йўлида ўз-ўзини тарбиялаш, чеклаш, бурч

<sup>48</sup> Иқтисодиёт ва бизнес асослари: (Э.Сариков, М.Маматов). - Т.: Шарқ, 1997. - Б. 11.

<sup>49</sup> Уша манба. - Б. 53.

хисси ҳамда шахсий ахлоқий жавобгарликка асосланган бўлади.

Ушбу ихтисослик муҳитида мавжуд бўлган тадбиркорликнинг ахлоқ меъёрлари «номус», «обрў-эътибор», «имиж» (тадбиркорлик субъектининг образи, киефаси) тушунчалари билан узвий боғлиқдир.

Тадбиркор одамнинг яхши номи ўзига яраша капиталдир, у узок йиллар давомида қилинган машаққатли меҳнати туфайли тўпланади ва ўйлаб қилинмаган ҳаракат эвазига бир зумда йўқотилади. Бу эса ишчан доираларга хос бўлган соғлом консерватизм (эскиликни ёқлаш) бўлиб, унинг асосий белгилари эҳтиёткорлик, ақл-мулоҳаза билан иш тутиш каби хусусиятларда намоён бўлади.

3-жадвал

Кадриятларнинг шахс йўналганлиги бўйича жамланмаси<sup>50</sup>

| Т.р. | Шахс йўналганлиги                           | Мақсадли <sup>51</sup><br>кадриятлар | Воситали <sup>52</sup><br>кадриятлар |
|------|---|--------------------------------------|--------------------------------------|
| 1    | Профессионал жиҳатдан ўзини намоён эта олиш | 1, 2, 4                              | 5, 8, 17                             |
| 2    | Ижтимоий фаоллик                            | 3, 12, 17                            | 1, 9, 10                             |
| 3    | Оилавий ҳаёт                                | 6, 13, 16                            | 2, 3, 6                              |
| 4    | Шахслараро муносабатлар                     | 8, 10, 14                            | 11, 12, 15,                          |
| 5    | Альтруизм                                   | 5, 9, 18                             | 7, 16, 18                            |
| 6    | Моддий муваффақият                          | 7, 11, 15                            | 4, 13, 14                            |

Маҳаллий шароитда ўтказилган изланишларда (Г.Очилова, 2007), талаба-ёшлардаги тадбиркорлик кадриятлари тўғрисидаги тасаввурларининг ўзига хос хусусиятларини ўрганишда

<sup>50</sup>Лутфуллаева Н.Х. Турмуш қурган талабаларнинг оилавий муносабатларга тайёргилигининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис... психол. фан. ном. – Т.: ТДНУ, 2006. – Б. 66.

<sup>51</sup>А рўйхат: (1) Ижодий мақсулдор фаолиятга бой ҳаёт; (2) Профессионал маҳоратни эгаллаш; (3) Соғлиқ, тетиқлик; (4) Қизиқарли иш; (5) Табиат ва санъат гўзалликлари; (6) Муҳаббат, севги; (7) Моддий кадриятлар мавжудлиги; (8) Содик дўстлар давраси; (9) Бахтли оналик ва оталик; (10) Атрофдагилар, жамоанинг хурмати; (11) Ёқимли кўнгулқушлик; (12) Ижтимоий мавқеи, лавозим; (13) Оилдаги муносабатлар ишончлиги ва мустаҳкамлиги; (14) Ўзгалар бахти; (15) Моддий қийинчиликларнинг йўқлиги; (16) Бахтиёр оилавий ҳаёт; (17) Ўз-ўзига бўлган ишонч; (18) Комфорт.

<sup>52</sup>Б рўйхат: (1) Ғартиблилик; (2) Тарбияланганлик; (3) Юксак талаб; (4) Хушвақтлик; (5) Ишчанлик, интизомлик; (6) Мустақиллик; (7) Ўзидаги ва бошқалардаги камчиликларга муросасизлик; (8) Маълумотлик; (9) Маъсулиятлик; (10) Рационаллик-оқиллик; (11) Ўзини-ўзи идора этиш; (12) Ўз қарашларида қатъий тура билиш; (13) Қатъий ирода; (14) Чидамлик; (15) Қарашлар кенглиги; (16) Росттўйлик; (17) Фаолиятдаги самарадорлик; (18) Ҳиссий сезгирлик.

шахсдаги қадриятлар тизимини ўрганувчи методикалардан бири *М.Рокичнинг «Қадриятлар тизими»*<sup>33</sup>дан фойдаланилди. Чунки қадрият йўналишлари тизими шахс йўналганлигининг асосий мазмунини белгилайди ва унинг атроф-муҳитга, кишиларга, ўзига бўлган муносабатлари ҳамда дунёқарашини ташкил этади. Бунда қадриятларнинг икки тури – мақсадли ва воситали қадриятлар диагностика қилинган. Қадриятларнинг рўйхати ҳаётнинг муҳим олтита йўналишлари асосида яратилган (3-жадвалга қаранг).

Ҳар бир талаба-ёш ушбу ҳаётий соҳаларни у ёки бу тарзда танлашлари орқали, улардаги мақсадли ва воситали қадриятларнинг ўзаро бир-бирини ифода этиши таъминланади. Яъни мазкур методика орқали *биринчидан*, тадбиркордаги турли ҳаётий соҳада ўз аксини топган муайян мақсадли қадриятларнинг доминантлиги аниқланса, *иккинчидан*, тадбиркорнинг ҳаётий йўналиш ва ақидаларга боғлиқ бўлган фаолият соҳасини аҳамиятлилик даражасини ўрганишга имкон беради.

Мақсадли қадриятлар «А» рўйхатда, воситали қадриятлар эса «Б» рўйхатда ифодаланган. Олинган маълумотларни таҳлил этиш усулларидан бири уларни ўзаро таққослаш билан изоҳланади. Масалан, синалувчи мақсадли қадриятлар қаторидан профессионал жиҳатдан ўзини намоён эта олишга оид – 1-, 2-, 4-тартибда турган қадриятларни танлаб олади. Аммо воситали қадриятларни танлаш жараёнида эса тадбиркорлик фаолиятидаги муваффақиятни белгилувчи қадриятларни эмас, балки умуман бошқа қадриятларда тўхталади. Бундай номутаносиблик синалувчинини тадбиркорлик фаолиятини бошлашга тайёр эмаслигини англатади.

Тадбиркорлик фаолиятига хос қадриятларни тадқиқ қилишда асосий эътибор тадбиркор эришишга интиладиган энг муҳим мақсадларга қаратилди. Қадриятлар тадбиркорнинг эҳтиёжлари билан чамбарчас боғлиқ бўлса-да, нисбатан реалроқ даражада мавжуд бўладилар. Улар нафақат шахсий, балки ижтимоий институционал асл эҳтиёжларнинг интеллектуал рўёбга

<sup>33</sup>Изоҳ: Мазкур методика Ўзбекистон муҳитига В.М.Каримова томонидан мослаштирилган ва Н.Х.Лутфуллаева томонидан модификациялаштирилган.

чиқарилишидир. Бошқача қилиб айтганда, бу тадбиркорнинг ўзи истаган ва орзу қилган нарсалар ҳақидаги фикрлашидир. Қўлга киритилган биринчи даражали натижаларга кўра, талаба-ёшларда (1) ижодий маҳсулдор фаолиятга бой ҳаёт; (2) профессионал маҳорат; (3) соғлиқ; (10) атрофдагиларнинг ҳурмати; (12) ижтимоий мавқеи; (15) моддий қийинчиликларнинг йўқлиги; (17) ўз-ўзига бўлган ишонч каби мақсадли қадриятлар, мос равишда (1) тартиблилик; (5) ишчанлик; (6) мустақиллик; (9) маъсулиятлилик; (12) ўз қарашларида қатъий тура билиш; (14) чидамлилик; (17) фаолиятдаги самарадорлик каби воситали қадриятлар маҳаллий муҳитдаги шахс йўналганлигининг устуворлигини таъминлаган.

4-жадвал

**Талаба-ёшлардаги қадриятларнинг шахс йўналганлиги бўйича 1-даражали жамланмаси (n=80)**

| <i>Т.р.</i> | <i>Шахс йўналганлиги</i>                    | <i>Мақсадли қадриятлар</i> | <i>Воситали қадриятлар</i> |
|-------------|---|----------------------------|----------------------------|
| 1           | Профессионал жиҳатдан ўзини намоён эта олиш | 1,2                        | 5,17                       |
| 2           | Ижтимоий фаоллик                            | 3,12,17                    | 1,9                        |
| 3           | Оилавий ҳаёт                                |                            | 6                          |
| 4           | Шахслараро муносабатлар                     | 10                         | 12                         |
| 5           | Альтруизм                                   |                            |                            |
| 6           | Моддий муваффақият                          | 15                         | 14                         |

Натижалар жамланмаси таҳлиliga қараганда (4-жадвалга қаранг), дастлабки хулоса ўзбек тадбиркорлигида «*ижтимоий фаоллик*» ва «*профессионал жиҳатдан ўзини намоён эта олиш*» параметрларининг доминанталигидан далолат беради (Г.Очилова, 2007). Бу тадқиқот натижаларининг методологик асосланишини мантиқан қуйидагича изоҳлаш мумкин: талаба-ёшларлардаги тадбиркорлик фаолияти мотивациясини тушунишдаги дастлабки объект – бу уларнинг нимани қадрлашни, биринчи навбатда истеъмол қийматига эга бўлган қандай неъматларни қадрлашни тушуниб олишдир. Қадриятларнинг бирор жамиятда қандай ўзгараётганлигини

тушуниш ижтимоий ўзгаришлар динамикасини ҳисобга оладиган самарали стратегияларни ишлаб чиқишга ёрдам беради.

### **Боб юзасидан асосий тушунча ва атамалар**

Тадбиркорлик; ишбилармонлик; антрепренер; тадбиркор; ижтимоий-иқтисодий феномен; психологик феномен; функционал ролли ёндашув; тизимийлашган ёндашув; интеллект сифатлар; коммуникатив сифатлар; мотивацион-иродавий сифатлар; ижтимоий-психологик хусусиятлар.

### **Боб юзасидан қисқача хулоса**

Хулоса қилиб айтганда, «тадбиркорлик» тушунчасига таъриф беришнинг бирдан-бир асосий қийинчилиги, бу унинг бир вақтнинг ўзида ҳам умумишлатиладиган, ҳам илмий тушунча ҳисобланганлигидадир. «Тадбиркорлик» ёки «антрепренер» (француз тилида – *antrepreneur* – воситачи) атамасини тарихий анализи, унинг Ғарбий Европада XV аср бошларида пайдо бўлганлигини кўрсатади. Адабиётлар таҳлилига кўра, Й.Шумпетер «Иқтисодий ривожланиш назарияси», Ф.Хайек, Ж.Кейнс ва бошқалар қатор изланишлари орқали илк маротаба тадбиркорлик иқтисодий ҳодиса сифатида эътироф этишган. Маҳаллий шароитда эса, В.Каримова ва унинг шогирдлари тадбиркорлик фаолиятининг ижтимоий-психологик хусусиятларини илмий жиҳатдан тадқиқ этишган.

### **Боб юзасидан ўз-ўзини назорат ва муҳокама қилиш учун саволлар**

1. Тадбиркорлик тушунчасининг моҳиятини қандай қилиб асослаш мумкин?
2. «Тадбиркорлик» ёки «антрепренер» тушунчалари биридан қандай фарқланади?
3. Нима учун тадбиркорлик иқтисодий ҳодиса сифатида эътироф этилади?



4. Р.Хизрич ва М.Питерслар «antrepreneur» атамасининг яралиш динамикасини қандай системалаштиришган?
5. Тадбиркорлик фаолияти хусусидаги замонавий қарашлар қандай ёндашувларга асосланади?
6. Тадбиркорлик феноменининг психологик таракқиёти Россиялик қайси олимлар изланишларида учрайди?
7. Қайси мотивлар таъсирида тадбиркорлик фаолияти танланади?
8. Маҳаллий шароитда тадбиркорлик фаолияти ва унинг ижтимоий-психологик хусусиятлари қайси мутахассислар томонидан ўрганилган?

### **Боб юзасидан фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

- Абдурахмонов Қ., Мамарасулов Ф.** Меҳнат иқтисоди. Ўқув-услубий материаллар. –Т.: 1996.
- Абдурахмонов Қ.Х.** Меҳнат иқтисодиёти (назария ва амалиёт). Олий ўқув юртлари учун дарслик. – Т.: «Меҳнат», 2004.
- Автономов В.С.** Модель человека в экономической науке. – СПб.: Экономическая школа, 1998.
- Асеев В. Г.** Мотивация поведения и формирование личности. – М.: 1976.
- Вебер М.** Избранные произведения / Пер с нем.; Сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990.
- Даниелянц А.** Мотивация предпринимательской деятельности // Проблемы теории и практика управления. – М.: 1992, №6.
- Зомбарт В.** Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / РАН Ин-т социологии. – М.: Наука, 1994.
- Иқтисодиёт ва бизнес асослари: (Э.Сариқов, М.Маматов).** – Т.: Шарқ, 1997.
- Каримова В.М., Акрамова Ф.А.** Иқтисодий психология. Маърузалар матни. – Т.: 2002.
- Кузин Ф.А.** Делайте бизнес красиво. – М.: ИНФРА-М, 1995.
- Лутфуллаева Н.Х.** Турмуш қурган талабаларнинг оилавий муносабатларга тайёрлигининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2006.
- Машков В.Н.** Психология управления: Учебное пособие. –

- СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000.
- Норкулова Н.Т.** Раҳбар аёлларда тадбиркорлик мотивацияси масалалари: Битирув малакавий иши. – Т.: ЎЗМУ, 2001.
- Основы менеджмента **М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури.** – М.: Дело, 2004.
- Платонов Ю.П.** Психологические типологии: Пособие для менеджеров и практических психологов (Серия «Мастерская психологии»). – М.: Изд-во. Речь. 2005.
- Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. / **Роберт Хизрич, Майкл Питерс;** Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Фирма «Прогресс-Универс», 2005.
- Прикладная социальная психология. / Под. ред. **А.Н.Сухова и А.А.Деркача.** – М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 1998.
- Психология. Учебник. / Отв. ред. проф. **А.А.Крылов.** – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во: ПРОСПЕКТ (ТК Велби). 2004.
- Психология. Учебник. / Под. ред. **А.А.Крылов.** – М.: «ПРОСПЕКТ». 1998.
- Путь в XXI век (стратегические проблемы и перспективы российской экономики) / Под ред. **Д.С.Львова.** – М.: Экономика, – 1999;
- Радаев В.** Экономическая социология (учебное пособие для вузов): – М.: Издательство: Высшая школа экономики. 2005.
- Смольков В.Г.** Предпринимательство как особый вид деятельности // Социол. исслед. 1994. № 2.
- Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений / Отв.ред. **А.Л.Журавлев.** – М.: Изд-во ИП РАН, 1997.
- Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999.
- Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / **А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова, В.А.Хашенко;** Отв. ред. **А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова;** РАН. Ин-т психологии. – М.: 1998.
- Темур тузуклари. – Т.: 1991.
- Хайитов О.Э.** Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан.

ном. – Т.: ТДИУ, 2005.

**Шодмонов Ш., Жўраев Т.** Иқтисодиёт назарияси. Маърузалар матни. – Т.: 2000.

**Шумпетер Й.А.** История экономического анализа (в трех томах) History of Economic Analysis. В трех томах. – Минск: Издательство: Экономическая школа, 2004.

**Adam Smith.** Angniry into the Nature of Canses of Wealth of Nations. 1985.

**Cantillon R.** Essai Sur la Nature du Commerce en General, 1755.

**Drucker F Peter** La gerencia de empresas. Editorial Hermes, 1992.

**Mescon M., Albert M., Khedouri F.** Management. 3rd Edition., New York, Harper&Row, 1988.

**Schumpeter J.** Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. – Leipzig: 1912. [Schumpeter J. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. – Cambridge: 1934.]

<http://rusref.nm.ru/indexpubsbornik1.htm>;

[http://www.booka.ru/booka\\_topic\\_8312?id=159479](http://www.booka.ru/booka_topic_8312?id=159479)

<http://www.bookler.ru/searchbookaction/k37385.shtml>

<http://www.contr-tv.ru/common/1391/>

<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/117880.html>;

<http://www.humanities.edu.ru/db/msg/26988>.

[http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/g\\_names/struve\\_1.html](http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/g_names/struve_1.html)

<http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm#7.4>.

## ТАДБИРКОРЛИК МОТИВАЦИЯСИ

Бобнинг қисқача мазмуни

**Тадбиркорлик фаолияти мотивациясига оид ижтимоий-психология назариялар ва уларнинг таҳлили.** Тадбиркорлик ва уни бошқариш муаммоларини ҳал қилишда Д.Маккеланд (D. McClelland) ва Ж.Аткинсон (J. Atkinson)ларнинг мотивация назарияси. Тадбиркорда таваккалчилик даражаси ҳамда мағлубиятдан қочиш мотивацияси шаклланиш масаласининг Э.Тронд (E. Trond) томонидан қилинган таҳлили. Меҳнат мотивацияси ҳақидаги Ф.Тейлор (F. Taylor) назариясининг мазмуни. Э.Мейо (E. Mayo)нинг «Шахслараро муносабатлар» концепцияси. Ф.Херцберг (F. Herzberg)нинг «Икки омил» назарияси.

**Замонавий тадбиркор психограммаси ҳамда профессиограммаси.** Психограммаларни тузиш босқичлари. Тадбиркорнинг зарурий касбий сифатлар. Психик функцияларнинг турлари. Зарурий касбий сифатларнинг баҳоланиши. Про-

фессиограмма мазмунига чизгилар. Касбий меҳнат. Меҳнат объекти. «Трудограмма». Касбдаги инсон. Меҳнат субъекти. «Психограмма». Тадбиркорнинг интеллектуал салоҳияти. Тадбиркордаги коммуникатив сифатнинг моҳияти. Тадбиркорга хос иродавий сифатлар мазмуни. Тадбиркорнинг саломатлик даражасини пул жамғаришга бўлган пул жамғариш мотивига боғлиқлиги.

**Пул мотивацияси ва унинг психологияси.** К.Менгер ва уни пул тўғрисида чоп этилган асарлар моҳияти хусусидаги қарашлари. Пул ва унинг вазифалари тўғрисида яратилган рационалистик ҳамда эволюцион қарашлар таснифи. Аристотель, П.Самуэльсон (P. Samuelson), Ж.Гэлбрейтларнинг пул ҳақидаги фикр-мулоҳазалари баёни. Ф.Херцберг ва И.Маҳмудовларнинг пул мотивацияси хусусидаги таълимотлари.

## 5-§. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясига оид ижтимоий-психологик назариялар ва уларнинг таҳлили

Мазкур параграф ўз ичига тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда ва ривожлантиришда ёрдам берадиган: муваффақиятга эришиш, мағлубиятдан қочиш мотивациялари; меҳнатга бўлган мотивация; асосий эҳтиёжлар; ижтимоий кутишлар; ижтимоий меъёрлар; тадбиркор ахлоқи каби масалаларни қамраб олган бўлиб, улар ижтимоий-психологик нуқтаи назардан таҳлил этилган. Шунингдек, мотивациянинг мазмуний ва жараёний назариялари илмий жиҳатдан ижтимоий-психологик асосланган.

Тадбиркорлик ва уни бошқариш муаммоларини ҳал қилишда (XX асрнинг 70-йиллари) Гарварддан *Д.Маккеланд (D. McClelland)*<sup>54</sup> ва Мичиган университетидан *Ж.Аткинсон (J. Atkinson)*лар<sup>55</sup> томонидан ишлаб чиқилган мотивация назарияси муҳим аҳамият касб этади. Улар мотивацияни ўлчашда аниқ баҳо беришга ҳаракат қилишиб, учта омилга бўлишади: (1) *муваффақиятга интилиш*; (2) *тан олиншига интилиш*; (3) *ҳокимиятга интилиш*.

Муваффақиятга эришиш омилида кишилар ҳаётий неъматлардан баҳраманд бўлишни назарда тутишади. Муваффақиятга эришиш жараёнида шахс ўз олдида турган қийин муаммоларни ечишни ёқтиради ва унга интилади. Ҳокимиятга интилиш омилида эса муайян шахс бошқарувга ўз ҳукмини ўтказишга интилади ва бундан мағрурланади.

Умуман олганда, муваффақиятга эришиш мотивацияси шахс қобилиятлари доирасига алоқадор бўлиб, бу мураккаб масалалар устида жиддий равишда ишлай олиш лаёқатидир. Чунки ўрта аклий қобилиятга эга бўлган тадбиркор баъзида ўзидан кўра, ўткирроқ рақобатдошларига қараганда яхшироқ фаолият юритаётганлигини айнан шу муваффақиятга эришиш мотивациясидаги ўзаро тафовутлар тушунтириб бериши

<sup>54</sup>David McClelland, *The Society* – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961. – P. 119–122.

<sup>55</sup>Atkinson J.W. *An Introduction to Motivation* – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1964. – P. 112–114;  
McClelland, D.C., Atkinson, J.W., Clark, R.A., and Lowell, E.L. *The achievement motive*. – New York: Appleton, 1953;

<http://zoology.msu.edu/faculty/atkinson.html>

мумкин.

Фаолиятни синаш ва хатоларга йўл қўйиш орқали ўрганиш, тадбиркордаги таваккалчилик даражасини белгилаб, мағлубиятдан қочиш установакасининг шаклланишига имкон яратади. Даставвал, бу масала Э.Тронд (*Edvar Trond*)<sup>56</sup> томонидан таҳлил этилгандир. Унга кўра, кутилган самарага эришилмаган реакциялар аста-секин сўнади, қолганлари эса мустаҳкамлашиб бораверади.

Меҳнат фаолияти ички мотивацион кучга эга бўлиб, бу ўз навбатида бошқа, индивидуал ва воқеликдаги мураккаб муносабатлар тизими билан ҳамоҳангдир.

Тадбиркорлик ва бизнесни ташкил этишдаги меҳнат мотивациясини ўрганишга бағишланган изланишлар бир талай бўлиб, хориж олимлари ушбу йўналишда қатор назарияларни ишлаб чиқишган. Шундай назариялардан бири (энг биринчилардан бўлган) меҳнат мотивацияси ҳақидаги *Ф.Тейлор* (*F.Taylor*) назариясидир<sup>57</sup> (XX асрнинг дастлабки ўн йилликлари). Уни дастлаб «илмий бошқариш» назарияси, деб аташди. Социолог ҳам, психолог ҳам бўлмаган *Тейлор* шахннинг хатти-ҳаракатлари мотивациясини меҳнат мазмуни ва фаолиятга қўйиладиган талабларнинг ўсиб боришига қараб таҳлил қилади. XVIII-XIX асрларга оид сиёсий-иқтисод борасидаги назарияларни таҳлил қилиб, у ўзининг «иқтисодчи одам» концепциясини яратди. *Тейлор* шундай ёзади: «Биз илмий бошқаришда ҳаминша бригада орқали эмас, алоҳида ишчи билан фаолият юритишимиз лозим».

*Ф.Тейлор* оппонентларидан бири – АҚШга 1922 йилда келган австралиялик олим *Э.Мейо* (*Elton Mayo*)<sup>58</sup> дир. У бу концепцияни таҳлил этиш жараёнида, муаллифнинг «*техник санъатини*» юқори баҳолаб, «*ижтимоий билимсизликда*» қийналганлигини таъкидлайди.

Натижада, *Тейлор* назарияси ўрнига *Мейо* қарашлари остида шаклланган «*шахслараро муносабатлар*» концепцияси

<sup>56</sup> ЛИДЕРСТВО. Психологические проблемы в бизнесе. – Дубна: Издательский центр «Феникс», 1997. – С. 84.

<sup>57</sup> Вебер М. Избранные произведения / Пер с нем.; Сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 804-с.

<sup>58</sup> Маслоу А. Мотивация и личность. – СПб.: Евразия, 1999. – 479-с.

вужудга келди. Муаллиф бу концепциясига «социология ва психологиянинг қўшма маҳсули» сифатида таъриф беради. Шу муносабат билан фанда «психосоциологик ташкилот» деган атама юзага келди.

*Альдерфер (Alderfer)*<sup>59</sup> ўтган асрнинг 70-йилларида яратган «*ERG*» (*Existence, Relatedness and Growth*), яъни «ББЎ» (*Борлиқ, боғланиш ва ўсиш*) назариясида ўша даврнинг 50-йилларида яратилган *Маслоу* қарашларини бирмунча оддийлаштирди ва қуйидаги кўринишга келтирди: (1) *борлиқ* – биринчи даражали эҳтиёж. Унда инсон ўз ҳаётий эҳтиёжларидан албатта қониқиши лозим; (2) *ижтимоий ахлоқ ва ўзаро муносабатлар эҳтиёжи* (севги ва дўстлик); (3) *ўз-ўзини тан олдириш* – энг юқори эҳтиёж.

Муаллиф фикрича, мазкур жараёни, бадий асар яратиш, спорт бўйича муваффақиятларга эришиш, ҳатто, ота-оналик бурчининг яхши адо этилиши мисолларида кўриш мумкин. Ўзини рўёбга чиқариш эҳтиёжи қондирилгач, шу жиҳат билан боғлиқ бўлган ҳаётий кечинмалар оддий ҳолдек бўлиб туюлади.

Шунингдек, *Д.Маккеланд*<sup>60</sup>нинг «Мақсадга эришиш» (*Need for achievement*), *Ф.Херцберг*<sup>61</sup>нинг «Икки омил» (*Two-factor theory*), *Э.Лоулер ва Д.Хакмен (Lawler end Hakmen)*нинг «Режалаштириш, эҳтимоллик» каби назарияларда тадбиркорлик фаолияти мотивациясини шакллантиришда қарорлар қабул қилиш ва режалаштиришга оид масалалар ижтимоий-психологик талқин қилингандир.

Тадбиркорлик фаолияти мотивациясини янада кенгрок очишда, бир концепция мавжудки – бу бошқарув тажрибаларида кенг қўлланилади. Бу *Ф.Херцберг*<sup>62</sup>нинг «Икки омил» назарияси. Муаллиф саноат соҳасида фаолият юритувчи ишчиларнинг психологик касалликларини даволовчи мутахассис эди. Унга ишчиларни рағбатлантириш (ҳаракатга

<sup>59</sup>Clayton P. Alderfer, Existence, Relatedness, and Growth – New York: Free Press, 1972. – P. 114–115.

<sup>60</sup>David McClelland, The Society – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961. –P. 119–122.

<sup>61</sup>Frederick Herzberg, Bernard Mausner, and Barbara Snyderman, The Motivation to Work (New York: Wiley, 1959); and Frederick Herzberg, «One More Time: How Do You Motivate Employees?» Harvard Business Review, January-February 1968. –P. 53–62.

<sup>62</sup>Ўша манба. – Б. 53–62.

<http://www.sbea.mtu.edu/cwalcck/ba3700/Ch%207%20Motivation.ppt>

келтириш) концепциясини ишлаб чиқиш таклиф этилган. У ўзининг ишлаб чиққан назариясини «мотивацияли гигиена» ёки «ишни жонлантириш» назарияси деб атайди.

*Ф.Херцберг* ишга бўлган ривожлантириш иштиёқини икки тоифага бўлади. У биринчи гуруҳга барча юзаки муносабатларни, яъни маош, ҳамкасб билан мулоқот ҳамда моддий шарт-шароитлар кабиларни киритади. Кузатувлари натижасида умумий тўхтамга келиб, унинг бу қарашлари 1966 йил нашр қилинган «Мотивация ва инсон борлиғи» деб номланган китобида ўз ифодасини топган. Муаллифнинг фикрича, барча асосий мотивлар, умумий хусусиятларига кўра таркибий ва бир-биридан фарқ қиладиган гуруҳларга бўлинади. Ундаги бош омиллар сифатида *гигиена* ва *мотивлар* назарда тутилади.

Биринчи омил, шахс фаолиятининг муваффақиятини таъминлайди ёки пасайтириб юборади. Умумий жиҳатларига асосланиб, *Херцберг* гигиеник омилларни қуйидагилар, деб ҳисоблайди: (1) *меҳнат шарти*; (2) *фирманинг сиёсий аҳамияти*; (3) *маоши*; (4) *жамоадош ва бошлиққа бўлган муносабати*.

Мотив омилларига эса: (1) *фаолиятдаги муваффақият*; (2) *иш юзасидан кўтарилиши*; (3) *қулай имкониятга эгаллиги*; (4) *фаолиятнинг қизиқлиги ва қийинлиги*; (5) *фаолиятнинг хилма-хиллиги*; (6) *фаолиятни режаслаштирилишида қатнашиши* ва хоказолар.

Бу мотивлар бир-бири билан нафақат тадбиркорлик мотивациясини шакллантирувчи жараёнда, балки тадбиркорлик фаолиятини бошқаришда ҳам муҳим аҳамият касб этади.<sup>63</sup>

Адабиётларда мотивацияга оид назариялар, асосан, икки тоифага ажратилади: (1) *мазмуний*; (2) *жараёний*.

Мотивациянинг мазмуний назариялари биринчи навбатда инсонларни ҳаракатга ундовчи эҳтиёжларини аниқлашга ҳаракат қилади ва айнан у орқали ишнинг ҳажми ҳамда мазмуни аниқланади. Мотивациянинг замонавий мазмуний концепцияларига асос солиниши, асосан, *А.Маслоу*, *Ф.Херцберг*, *Д.Маккелан*ларнинг ишлари билан боглик.

<sup>63</sup>Психология. Учебник. / Под. ред. А.А. Крылов. – М.: «ПРОСПЕКТ», 1998. – С. 219.



*Д.Маккеланд* *Х.Мюрре* (*H.Murray*)нинг мотивацияга бағишланган тадқиқотларини назарий ғоялари ва эмпирик ёндашувлари асосида эришган ютуқларини ривожлантириб, бир қатор тажрибалар сериясини ўтказган. У тадқиқотлари объекти сифатида нафақат ўқув муассасаси талабаларини, балки тадбиркорларни ҳам иштирок этишини таъминлашга уринган. Унинг «Ютуқлар жамоаси, 1961» номли китобида қайд этилган ушбу изланишлари, иқтисодий ривожланиш муаммоларини таҳлил қилиш ва ҳал этиш йўлидаги психология фани метод ва назарияларидан фойдаланилган дастлабки тадқиқот сифатида тарихда қолди.

*Д.Маккеланд* тадқиқотларининг асосий ғояси сифатида, тадбиркорларни алоҳида психологик хусусиятлари, жумладан, айрим мавжуд стандартлар билан беллашиш жараёнида аниқлаган ютуқлар мотивациясининг юқори даражаси намоён бўлади. Унингча, ютуқлар мотивациясини намоён бўлиши қуйидагича кечади: (1) *индивиднинг хулқ ситуацияси, яъни қўйилган масалалар индивид томонидан қарорларни ютуқли ёки ютуқсиз баҳолаш бўйича маълум стандартлар мавжудлиги билан тавсифланади;* (2) *индивид ўз хулқи натижаларига жавобгар субъект сифатида ўзини қайта кўриб чиқади;* (3) *масалани ҳал этиш жараёнида ютуққа эришиш олдиндан кўриб чиқилган бўлмаса-да, маълум даражадаги таваккалчилик билан боғлиқ.*

Ютуқлар мотивациясининг ифодаланиш ҳолатини баҳолаш учун *Д.Маккеланд* ТАТ<sup>64</sup> методикасидан фойдаланган. Олим турли хил интерпретацияга асосланувчи, ноаниқ ҳолатдаги тасвирлар, расмлар ва уларда нималар юз бераётганини баён этувчи ҳикоялар тузиш жараёнини тажрибадан ўтказган. Махсус ишлаб чиқилган таянч иборалар ёрдамида, муаллиф, ютуққа эришиш мотивациясини намоён этилиши ҳақида гувоҳлик берувчи «частота»ларни ҳисобга олиб, ҳикоялар мазмунини таҳлил қилган. Натижада олинган «индекс» мотив ифодаланиш даражасининг миқдорий баҳоси бўлиб хизмат қилди.

---

<sup>64</sup>ТАТ – Тематик апперцепцион тест – америкалик психолог *Х.Мюрре* томонидан ишлаб чиқилган ва кейинчалик немис психологи *Х.Хекхаузен* томонидан модификацияланган лойиҳавий методика.

Машхур немис социологи *М.Вебер (Max Weber)*<sup>65</sup> XIX аср бошларида бизнесдаги ҳолатни таҳлил этар экан, бизнес одоби масаласига муфассал тўхталиб ўтган. Бизнеснинг моҳиятини тушуниб етган ҳолда у: «Трубиналардан тутун чиқиши учун фойда олинмиши зарур», – деб таъкидлаган. Бу ерда у тадбиркорлар фаолиятидаги икки йўналишни ажратиб кўрсатади: (1) *усиз ишлаб чиқариш мавжуд бўлмайдиган оқилона фойдага интилиш*; (2) *«бойликка интилиш»*.

*М.Вебер* иккинчи йўналишни: «Бундай интилиш официантлар, шифокорлар, рассомлар, енгил табиатли кишилар, аскарлар, киморбоз ва гадоиларда учрайди. Тўлиқ ишонч билан у барча давр ва мамлакатларнинг аҳоли гуруҳлари ҳамда алоҳида шахсларига хос бўлади» ва у бизнес эмас, деб таъкидлайди.<sup>66</sup>

Мотивациянинг мазмуний назариялари шахс хулқини белгиловчи эҳтиёжлар ва унга боғлиқ омилларга асосланади. Жараёний назариялар мотивацияни бошқача тарзда ўрганади. Уларда инсон қандай қилиб аниқ бир хулқ турини танлаш жараёни таҳлил қилинади. Жараёний назария асосчилари эҳтиёжлар мавжудлиги тўғрисида баҳслашмасдан, улар одамлар хулқини психологик жараёнлар билан аниқланади, деб ҳисоблашади.

Мотивациянинг жараёний назариясини қуйидаги учта асоси мавжуд: (1) *Кутишлар назарияси*; (2) *Адолатлилик назарияси*; (3) *Портер-Лоулер модели*.

*Кутишлар назарияси*.<sup>67</sup> Кутишлар назариясининг асосий мазмуни *В.Врум (Victor Vroom)* ишларига бориб тақалади. Унга кўра тадбиркордаги эҳтиёжнинг юқорилиги, маълум бир мақсадга эришиш мотивациясининг ягона зарурий шарти бўла олмайди. Бу ўринда тадбиркор мақсадини амалга ошириш жараёнида танланган йўлнинг кутилаётган натижага эришиши ва эҳтиёжнинг қондирилиши мумкинлигига ишониши лозим бўлади.

Кутишлар жараёнини маълум бир воқеа содир бўлиши

<sup>65</sup> Вебер М. Избранные произведения / Пер с нем.; Сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990. – 804-с.

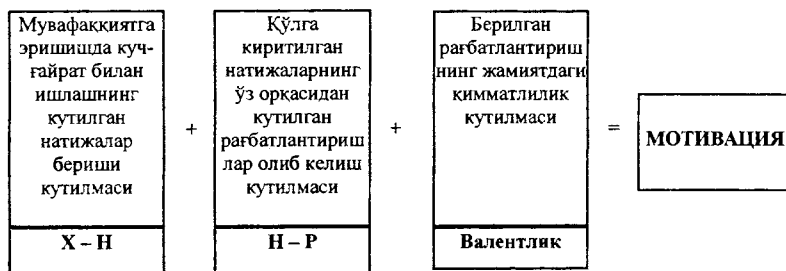
<sup>66</sup> Макс Вебер. Проместакатсэ этика и дух капитализма. – М.: Прогресс, 1990. – С. 47–49.

<sup>67</sup> Victor Vroom, *Work and Motivation* – New York: Wiley, 1964. – P. 138–139.

эҳтимолига тадбиркор шахси томонидан бериладиган баҳо сифатида талкин қилиш мумкин. Меҳнатга мотивациянинг таҳлилида кутишлар назарияси учта ўзаро боғлиқликни тавсифлайди: меҳнат харажатлари – *натижа*, натижа – *рағбатлантириш* ва *валентлик* (рағбатлантириш билан қониқишлик).

Муаллифнинг фикрича, меҳнатга бўлган харажат ва қўлга киритилган натижа (X-H) ўртасидаги кутиш – бу сарф қилинган ғайрат билан олинган натижа орасидаги муносабатда ифодасини топган. Масалан, тадбиркор ҳар кунгига нисбатан 10 та одамга кўп телефон қилиши натижасида, сотувлар ҳажмининг 15 фоизга ошишини кутади. Яна муаллиф ёзадики, натижа билан рағбатлантириш (H-P) муносабатлари орасидаги кутишлар – бу тадбиркор қўлга киритган натижасига жавобан жамият томонидан бериладиган рағбатлантириш ифодасидир. Масалан, тадбиркор 15 фоизга сотув ҳажмини ошириш ҳисобига 10 фоиз кўшимча даромад қўшилишини ёки тадбиркорлар палатасига аъзо қилинишини кутади.

Бу омиллар муносабати 2-расмда келтирилган чизма кўринишида акс эттирилиши мумкин.



2-расм. В.Врум бўйича мотивация модели

Кутишлар назариясида мотивацияни аниқловчи учинчи омил – бу валентлик ёки рағбатлантиришнинг қимматлилиги. Валентлик эса бу маълум бир рағбатлантириш олиш натижасида юзага келадиган инсондаги нисбий қониқиш ёки қониқмаслик даражасидир. Турли тоифа вакилларида рағбатлантиришга эҳтиёж хилма-хил бўлганлиги учун ҳам фарқланади. Масалан,

менежер ўз ишини аъло даражада бажариши натижасида, ойлик маошининг оширилишига эришади, ваҳоланки, у буни эмас, балки лавозим бўйича кўтарилишни ёки раҳбарият томонидан янада ҳурмат қилинишини хоҳлаши мумкин. Бундай ҳолларда эса бу қутилган натижаларга олиб келмаслиги мумкин.

Демак, тадбиркор учун юқоридаги учта омилдан биронтаси паст бўлса, унда мотивация паст бўлиб, меҳнат натижалари қониқарли бўлмайди.

**Адолатлилик назарияси.**<sup>68</sup> Кўйилган мақсадларга эришиш учун одамлар қандай қилиб, ўз кучларини тақсимлаши ва йўналтириши тўғрисидаги бошқа бир тушунтиришни адолатлилик назарияси беради. Бу назария бўйича тадбиркорлар олган манфаатларини сарф қилган меҳнатларига муносабатини субъектив тарзда аниқлашади ва худди шундай фаолият бажараётган бошқа тадбиркорларни олган манфаатлари билан таққослашади. Агарда таққослаш номуносибликни ёки тенгсизликни кўрсатса, бу унда маълум маънода руҳий изтиробларни пайдо қилади.

Натижада, тадбиркор тенглик ёки адолатлилик ҳиссиётини, сарф қилаётган куч-ғайратини камайтириш ва олаётган даромад миқдорини ўзгартириш орқали тўғрилаши мумкин бўлади.

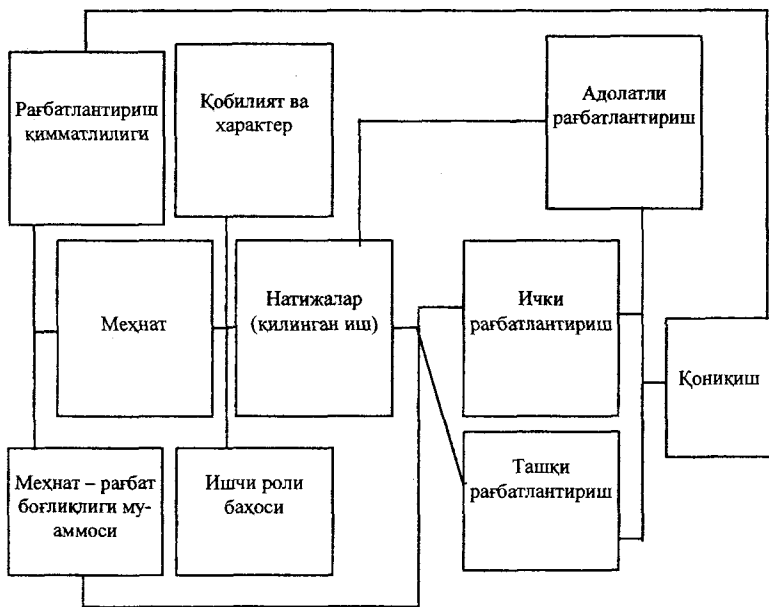
**Портър-Лоулер (Porter-Lawler) модели.**<sup>69</sup> Л.Портър ва Э.Лоулер (Layman W. Porter and Edward E. Lawler)лар кутишлар ва адолатлилик назарияларини ўз ичига олувчи, мотивациянинг жамланма жараёний назариясини яратишади (3-расмга қаранг).

Уларнинг моделларида бешта асосий кўрсаткич мавжуд: сарф қилинган меҳнат, қарор қабул қилиш, олинган натижалар, рағбатлантириш, қониққанлик даражаси.

**Портър-Лоулер моделига** биноан натижалар самараси тадбиркор томонидан сарф қилинган меҳнатига, унинг қобилятига ва характерига, шунингдек, ўзининг ролини тушуна олиш хусусиятларига боғлиқ. Амалга ошириладиган фаолият рағбатлантириш қиймати ва сарф қилинган меҳнатнинг айнан шу даражаси орқали маълум бир рағбатлантиришлар олиб келадиган ишонч туйғусига боғлиқ бўлади.

<sup>68</sup> Arkes H.R., Garske Y.P. Psychological Theories of Motivation. – Monterey, 1982. – P. 171–181.

<sup>69</sup> David McClelland, The Society – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961. – P. 119–122.



3-расм. Портъер-Лоулер модели

*Портъер-Лоулер* моделига биноан тадбиркор эришган натижалар учта кўрсаткичга боғлиқ бўлади: *сарф қилинган меҳнат, инсон қобилияти ва характери*. Шунингдек, сарф қилинган меҳнат билан даромад орасидаги боғлиқликни борлигига бўлган *ишонч*.



4-расм. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг бевосита ва билвосита соҳалари

*Robert J. Kreitner* ҳамда *Angelo J. Kinicki*ларнинг фикрича, тадбиркорлик фаолияти мотивация бевосита ва билвосита уч соҳага бўлинади: (1) *Тадбиркор фаолиятини шўхлантириши, унга руҳ бахш этиши*; (2) *Фаолиятни мақсадга йўналтириши ва унинг тармоқларини ажратishi*; (3) *Фаолиятни шакллантиришишни белгилаш* (4-расмга қаранг).<sup>70</sup>

*D.Hebb*<sup>71</sup>нинг фикрича, ишлаб чиқаришдаги мотивация, асосан, тадбиркор фаолияти сифатини кўтариш мақсадида, уни қўллаб-қувватлаш ва йўналтириш каби ҳаракатлар билан узвий боғлиқ жараён дур.

Психологик нуқтаи назардан мотивацияни тизимли тарзда ўрганиш инсонни меҳнатга айнан нима йўналтиришини яққол аниқлаш имконини берди.

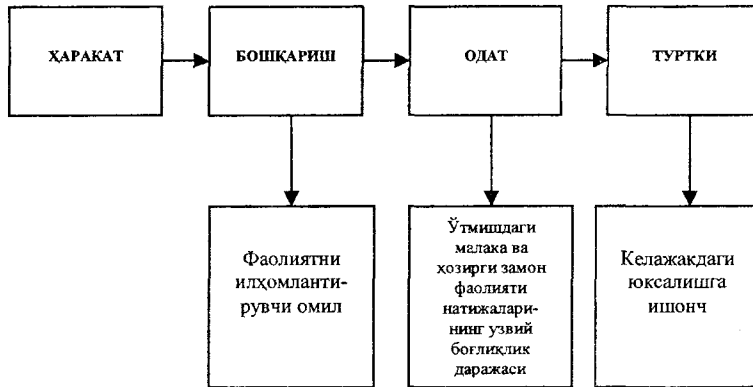
*V.Weiner*<sup>72</sup> ўзининг «Мотивация назариялари» китобида тадбиркорлик фаолияти мотивацияни ёритишда «*Инстинкт назарияси*», «*Идрок этиши назарияси*», «*Бошқариш ва мустаҳкамлаш назарияси*» каби назарияларнинг ўрни бекиёслигини алоҳида таъкидлаб ўтган. Унга кўра, биринчиси – *инстинкт назарияси*. Унда эътироф этилишича, тадбиркор фақатгина ташқи таъсир ва ички таҳлилга асосланган ҳолдагина эмас, балки ўзининг инстинктив мақсадларидан келиб чиққан ҳолда ўз хатти-ҳаракатларини амалга оширар экан. Ачинарли томони шундаки, бу ҳаракатларнинг натижаси моҳиятини улар кеч англаб, ўзлари билмаган ҳолда амалга оширганликларини уқтиришади. Иккинчиси – *идрок этиши назарияси*: ушбу назария «бошқариш» назарияси билан узвий боғлиқдир. Идрок этиш назарияси тадбиркорнинг келажакка бўлган ишончига асосланса, “бошқариш” назарияси ўтмишдаги воқеа оқибатларига асосланади. Бу назарияда таъкидланишича, инсон фаолияти келажакка бўлган орзу, умид, ишонч каби таркибий қисмлардан иборатдир. Учинчиси – *бошқариш ва мустаҳкамлаш назарияси* – тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг психологик жиҳатдан асослайдиган иккинчи назария бўлиб,

<sup>70</sup> **Kreitner, Robert.** Organizational behavior / Robert J. Kreitner, Angelo J. Kinicki. – BPI/IRWIN, Homewood, IL 60430. – Boston: MA 02116, 1989. – P. 142–205.

<sup>71</sup> **Hebb D.O.** Textbook of psychology. Philadelphia: W.B. Saunders Company; London-Toronto, 1972. – P. 159.

<sup>72</sup> **Weiner B.** Theories of Motivation. – Chicago: 1972. – P. 54–66.

унда тадбиркорнинг ҳозирги фаолияти ўтмишдаги малака ҳамда келажақда кутилаётган оқибат (ютук, соврин, мавқе...)ларга асосланади дейилади (5-расмга қаранг).



**5-расм. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясинининг *B.Weoner* томонидан инстинкт назарияси бўйича асосланиши**

Умуман олганда, мотивацияга маълум бир хатти-ҳаракатларга ундовчи организмнинг ички ҳолати сифатида қаралади. *А.Крилов* ўз қарашларида, мотивация феноменини *учта* асосий талқинини шарҳлаб ўтади: (1) *Физиологик талқинлар* – ички мотив ёки эҳтиёжларнинг аҳамиятлилигини эътироф этади. Мисол учун, емишдан маҳрум бўлган ҳайвон очликни ҳис этади ва егуликни излаб топишга ҳамда ўз физиологик эҳтиёжини қондиришга интилади. Очлик, чанқоқлик ва жинсий майл каби ҳолатлар организм учун муҳим аҳамиятга эга бўлганлиги сабабли, одатда «бирламчи драйв» деб ҳисобланади; (2) *Бихевиористик талқинлар* – ўргатиш (ўқитиш) жараёнида орттирилган ички мотивларга суянади. Масалан, пулга эга бўлишга нисбатан мотивацион мойиллик. «Бирламчи драйв (бошқариш, ундаш)» ҳолатлари пуллар билан ассоциацияланиши сабабли, биз фаолиятга нисбатан йўналтирилган юқори мотивацияни сезамиз; (3) *Психологик талқинлар* – бизни аниқ ҳаракатларга мотивловчи «бирламчи драйв» концепцияси инсоният хулқ-атворининг мураккаб

кирраларини тушунтиришда ҳам долзарб бўлиб қолаверади. Бунда ички мураккаб эҳтиёжга эришиш ёки *Маслоу* бўйича ўзини рўёбга чиқариш мотивациялари мисол бўла олади.<sup>73</sup>

Умуман тадбиркорнинг ижтимоий хулқ мотивлари ҳақида гап кетганда, унинг икки элементини: ҳаракат дастури ва мақсадни ажратиш мақбул саналади. Ҳаракат дастури мақсадга эришишнинг воситаларига аниқлик киритади. Бунинг учун ижтимоий хулқнинг мотивлари аниқланган, эҳтиёжлар мувофиқлаштирилган, мақсадлар ва унга етиш воситалари аниқ бўлиши керак. Шундагина тадбиркор ижтимоий хулқи жамият меъёрларига мос бўлади.<sup>74</sup>

*А.Карпов*<sup>75</sup>нинг ёзишича, меҳнатга ижтимоий мотивация муаммоси, асосан, ишлаб чиқаришдаги психологик ва тадбиркорлик бошқаруви масалаларини ўз ичига қамраб олади.

Муаллифнинг фикрича, психологик муаммолар ҳар қандай тадбиркорнинг руҳий ҳолати, кечинмалари, ташқи омил таъсирини қай даражада ҳазм қила олиши ва буларнинг тадбиркор иш фаолияти ҳамда натижасига таъсир қилиш даражасида тушунилади.

*В.Каримованин*г таъкидлашича, «Фаолият – эҳтиёж – мотивация» тушунчалари ўзаро боғлиқдир. Ҳар қандай фаолият ортида инсоннинг аниқ эҳтиёжи ётиб, бу шахсни ўраб турган муҳитга боғлиқ бўлади... Шу эҳтиёж таъсирида пайдо бўладиган фаолликнинг турткиси – мотивдир.

Муаллифнинг фикрича, мотивациялашган тизим бирлиги – бу мотивдир. Тузилиш жиҳатидан мотивлар икки хил фарқланади: «хоҳиш-истакли» ва «ҳақиқий». Ҳар бир инсон ҳаёти давомида турли вазиятларга тушади. Уларнинг хулқида турли хил мотивлар намоён бўлади ва кўпчилиги меҳнат фаолияти жараёнида шаклланади. Одамлардаги меҳнат қилиш истаги одатда фойда олиш учун хизмат қилади ҳамда шу орқали бошқаларга ёрдам беради.<sup>76</sup>

<sup>73</sup>Психология. Учебник. / Под ред. А.А. Крылов. – М.: «ПРОСПЕКТ», 1998. – С. 219.

<sup>74</sup>Линатов С.А. Методы социально-психологической диагностики в организациях // Введение в практическую социальную психологию / Под общ. ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровского, О.В. Словьевой. – М: Наука, 1993. – С. 112.

<sup>75</sup>Карпов А.В. Психология менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Гардарика, 1999. – С. 151–158.

<sup>76</sup>Каримова В.М., Абдигафоров Б.Т., Акрамова Ф.А. Ташкилий хулқ: Маърузалар матни. – Т.: 1999. – Б. 11–21.



Мотивлар анланган ёки анланмаган (қисман анланган) бўлиши мумкин. Биринчисида, ижтимоий хулқнинг сабаблари аниқ, эгаси учун равшан бўлса, иккинчи ҳолатда, амалга оширилган хулқнинг ички психологик сабаби, яъни унинг ортида турган эҳтиёж, фаоллик жараёнининг механизмлари анланмайди. Анланган мотивлар ижтимоий хулқни ўрганишда катта аҳамиятга эга, чунки биз кўпинча одамлар орасида, жамоат ерларида, меҳнат жамоасида ўзимизнинг нима сабабдан айнан шу мавқени танлаганимизни ва шундай қарорларга келганимизни, одамларни ёқтираётган ёки ёқтирмаётганимизни аниқ била олмаймиз. Бу ҳолат кўпинча ижтимоий установакалар орқали тушунтирилади. Ижтимоий установака – у ёки бу гуруҳларга нисбатан шахснинг баҳолари, ҳаракат қилишга ҳозирлиги ва идрок усуллари дир.<sup>77</sup>

Демак, тадбиркорлик фаолияти мотивациясини шакллантириш ва уни ишлаб чиқаришга қўллаш психологик қарашларда маҳаллий шароитда тор доирадагина ўрганилган тадқиқот муаммоларидан биридир.

## 6-§. Замонавий тадбиркор психограммаси ҳамда профессиограммаси

Ҳозирги замон тадбиркорининг фаолиятини таҳлил қилишдан аввал, илгариги бўлимларда таҳлил этилган назарий манбалар асосида тадбиркорга хос бўлиши лозим бўлган сифатлар хусусида тўхтаб ўтиш керак.

### *Психограммаларни тузиш босқичлари*

Психограмма атамаси фанга XX аср бошида немис психологи *В.Штерн*<sup>78</sup> томонидан киритилган. *Психограмма* – фаолиятнинг психологик жараёнлари таснифи. Мазмунига кўра, бу методика аниқ шахснинг психологик портретини ўрганишга йўналтирилган. Шунингдек, *Штерн*, шахснинг барча қирраларини эмас, балки фаолиятга йўналтирилган муҳим

<sup>77</sup>Каримова В.М., Акрамова Ф.А. Психология. Маърузалар матни. – Т.: 2000. – Б. 126.

<sup>78</sup>Каримова В.М., Ҳайитов О.Э., Умарова Н.Ш. Бошқарув соҳасидаги профессионал компетенция асослари: Монография. / Проф. В.М.Каримова таҳрири остида. – Т.: ТДИУ «Талаба», 2007. – Б. 46.

томонларини қамраб олувчи психограмманинг қисман (бошланғич) тузилишини ҳам таклиф қилади. Профессионал муваффақиятини таъминловчи зарурий касбий сифатлар (ЗКС)ни умумлаштириш орқали, унинг психограммаси тузилади. Бу ерда гап бирор касбда фаолият юритаётган шахс хусусида эмас, балки малакали мутахассис портрети намунаси ҳақида кетмоқда.

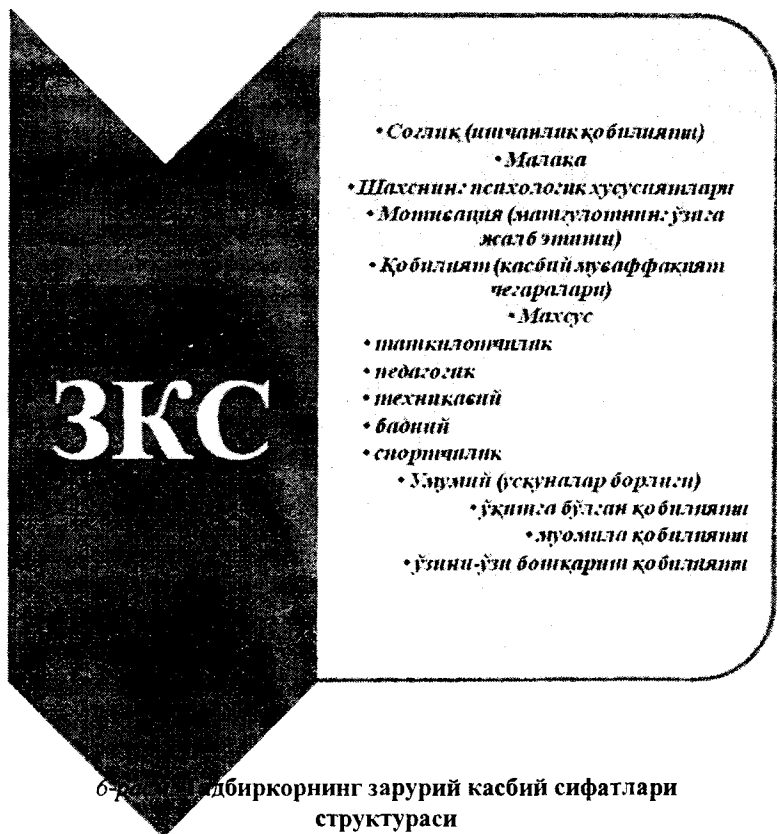
Психограмма таркиби – ҳар томонлама чуқур ўрганилган зарурий касбий сифатларнинг баҳоланишлари йиғиндисидир. Фанда бу жараён профессиографлаш, деб аталади. Мутахассисларнинг таъкидлашларича психограммаларни тузиш босқичлари қуйидагича бўлади: (1) Мутахассис томонидан энг биринчи ўринда бажарилиши шарт бўлган вазифаларни аниқлаш; (2) Мақсадга эришиш ҳаракат дастурини қайта кўриб чиқиш (ички ва ташқи бажарилиши лозим бўлган ҳаракатлар режасини таҳлил қилиш); (3) Етакчи касбий фаолият ҳаракатида тез-тез учрайдиган аҳамиятли психик функциялар, жараёнлар, қобилиятлар ва уларнинг иштирокини таъминлаш.

Шу тарзда тадбиркорнинг психик ишчи функционал моделини ташкил этувчи талаб даражасидаги ривожланишини куйида келтириладиган касбий сифатлар (ЗКС) орқали тузиш мумкин.

### *Зарурий касбий сифатлар*

Зарурий касбий сифатлар (ЗКС) – тадбиркорнинг мустаҳкам индивидуал-шахсий хусусиятлар шаклланишига зарар кўрсатмайдиган касбий фаолиятга, билим, малака ва укувларни самарали ўзлаштиришга таъсир кўрсатувчи сифатлар (психик функциялар) мажмудир (6-расмга қаранг). Масалан, ҳозирги замон тадбиркорининг ЗКСи таҳлил қиладиган бўлсак, у ўз навбатида куйидаги учта: [1] соғлиқ (ишчанлик қобилияти); [2] малака; [3] шахснинг психологик хусусиятлари каби блоклардан ташкил топганлигини кўриш мумкин. Шахснинг психологик хусусиятлари блоки тадбиркорлик фаолияти *мотивацияси* ҳамда тадбиркорлик *қобилиятини* ўрганиш ҳисобига аниқлаштирилади. Шахсдаги тадбиркорликка бўлган қобилиятни мутахассислар иккига [1] махсус [2] умумий

қобилиятларга ажратиб кўрсатишади. Тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш, шакллантириш учун энг аввало, ташкилотчилик, педагогик, техникавий, бадий ва спортчилик каби махсус қобилиятлар бўлиши шарт ҳисобланса, кўшимча равишда ўқишга, муомала қилишга, ўз-ўзини бошқаришга ёрдам қилувчи умумий қобилиятлар компонентлиги ҳам зарур саналади.



### Психик функцияларнинг турлари

Психология фанида психик функцияларнинг куйидаги асосий турлари фарқланади: (1) сезги органлари (кўриш, эшитиш, таъм

билиш, хид билиш) орқали амалга ошириладиган *қабул қилиш ҳаракатлари*; (2) хотирага асосланадиган *мнемик ҳаракатлар*; (3) тасаввурлар жараёни (тизими)га асосланадиган *имажинатив ёки образли ҳаракатлар*; (4) тафаккур ва фикрлашга асосланувчи (техник, мантиқий-сўзли, ижтимоий) *оддий ёки мураккаб мантиқий образли ҳаракатлар*; (5) касбий мулоқотлар асосини ташкил қилувчи *интерперсонал (шахслараро) ҳаракатлар*; (6) анланган касбий хулқ-атворни назорат қилувчи *ҳаракатлар бошқаруви ва ўз-ўзини бошқариш*; (7) танани (кўл бармоқлари, оёқлар, юз ифодалари ва б.) мақсадли бошқаришни асослайдиган *психомотор ёки касбий хатти-ҳаракатлар*.

### *Зарурий касбий сифатларнинг баҳоланиши (3 баллик шкалада)*

5-жадвалда<sup>79</sup> бир қатор соҳа мутахассислари, жумладан, «дилер-ташкilotчи», «радио-аппаратуралар тузатувчиси», «гид-таржимон», «сартарош-визажист», «дизайнер-интерьер» ҳамда «кийимлар бўйича модельер-конструктор»нинг зарурий касбий сифатлари (ЗКС) 3 баллик шкалада баҳоланишини ўз ифодасини топган ва бу, ўз навбатида, мутахассис психограммасини асослашга хизмат қилади.

5-жадвал

### Психограммага мисоллар

| Т.р. | ЗКС номи                                 | Дилер-ташкilotчи | Радио-аппаратуралар тузатувчиси | Гид-таржимон | Сартарош-визажист | Дизайнер-интерьер | Кийимлар бўйича модельер-конструктор |
|------|--|------------------|---------------------------------|--------------|-------------------|-------------------|--------------------------------------|
| 1    | <i>қўриш орқали қабул қилиш (сезги)</i>  | 1                | 3                               | 2            | 3                 | 3                 | 3                                    |
| 2    | <i>эшитиш орқали қабул қилиш (сезги)</i> | 2                | 2                               | 3            | 1                 | 1                 | 1                                    |
| 3    | <i>хотира (мнемик)</i>                   | 3                | 3                               | 3            | 3                 | 3                 | 3                                    |

<sup>79</sup>Каримова В.М., Ҳайитов О.Э., Умарова Н.Ш. Бошқарув соҳасидаги профессионал компетенция асослари: Монография. / Проф. В.М.Каримова тахрири остида. – Т.: ТДИУ «Талаба», 2007. – Б. 51.

| 5-жадвалнинг давоми |   |   |   |   |   |   |   |
|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|
| 4                   | диққатлилик (ташқи назорат)                             | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 5                   | тасаввур (имажинатив)                                   | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 6                   | техник интеллект (мантқиқий)                            | 1 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 |
| 7                   | мантқиқий-сўзли интеллект (мантқиқий)                   | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| 8                   | ижтимоий интеллект, ташкилотчилик қобилияти (мантқиқий) | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 9                   | оғзаки нутқ (интерперсонал)                             | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 10                  | муомалалик (интерперсонал)                              | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| 11                  | ҳис-туйғули бошқарув (ўз-ўзини бошқариш)                | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 |
| 12                  | психомоторика (харакатли)                               | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |

### Профессиограмма мазмунига чизгилар

(А) Касбий меҳнат. Меҳнат объекти. «Трудограмма» (касбий меҳнатга чизгилар, 6-жадвалга қаранг)

«Трудограмма» мазмунини қуйидагилар: (1) касб «миссия»си ва унинг жамиятда тутган ўрни; (2) касбнинг жамиятга татбиқ этилганлиги; (3) касбга доир меҳнат предметлари; (4) касбий билимлар; (5) касбий фаолиятда самарага эришиш учун зарур жараёнлар, хусусиятлар ва ҳолатлар; (6) меҳнат воситалари; (7) меҳнат шартлари; (8) ташкилот ва корпорациялар меҳнати; (9) меҳнат маҳсулотлари; (10) касбга доир малакали разрядлар, категориялар ва тўловларнинг профессионаллик даражаси; (11) иш берувчининг касбга доир ҳуқуқлари; (12) иш берувчининг касбга доир мажбуриятлари; (13) касбнинг инсонга нисбатан позитив таъсири; (14) касбнинг негатив томонлари қабилар ташкил этиши мумкин.

(Б) Касбдаги инсон. Меҳнат субъекти. «Психограмма» (инсоннинг касбий меҳнатига чизгилар)

Касбдаги ўсиш, қийин вазиятларни енгиб ўтиш ва касбий фаолиятни самарали бажариш учун керак бўладиган психологик сифатлар мажмуи «Психограмма»ни ташкил этади ва унинг

мазмунини қуйидагилар:

[1] мутахассиснинг ҳиссий-иродавий, мотивацион соҳасига оид тавсифлар: (1) мотивлар, мақсадлар, вазифалар, эҳтиёжлар, қизиқишлар...; (2) касбий эътирозлар, касбий ўз-ўзини баҳолаш, мутахассис сифатида ҳис этиш;

(3) ҳиссиётлар, психик ҳолатлар; (4) инсоннинг меҳнат жараёни натижаларидан қониқиши.

[2] мутахассиснинг ташкилий (операцион) соҳасига оид тавсифлар: (5) меҳнат ва касб тўғрисидаги психологик билимлар; (6) лаёқат, усул, услуб, укув, психотехниканинг психологик таъсири (ўзига ва атрофдагиларга йўналганлик); (7) касбий ўсишга хизмат қилувчи қобилиятлар; (8) касбий тафаккур; (9) касбий шаклланиш (ўсиш); (10) психологик қарама-қаршилиқлар; (11) мутахассиснинг касбий фаолият доирасида ўсиш ва пасайиш йўналишлари.

6-жадвал

### Профессиограмма

| Касбнинг меҳнат вазифалари (рол, касбнинг жамиятда тутган ўрни, касбнинг жамиятда тарқалганлиги) | Касблар модули |         |               |
|--|----------------|---------|---------------|
|  | 1-модул        | 2-модул | 3-модул ва б. |
| <b>1. Касбий меҳнат. Меҳнат объекти. «Трудограмма»</b>   |                |         |               |
| Меҳнат предмети  |                |         |               |
| Касбий билимлар  |                |         |               |
| Зарурий касбий ҳаракатлар  |                |         |               |
| Меҳнат воситалари  |                |         |               |
| Меҳнат шартлари  |                |         |               |
| Ташкилот ва корпорациялар меҳнати  |                |         |               |
| Меҳнат маҳсулотлари (натيجا, мақсад), меҳнатнинг самарадорлик кўрсаткичлари                      |                |         |               |
| Касбга доир малакаларда профессионализмнинг ижтимоий қабул қилинган даражаси                     |                |         |               |
| Иш берувчининг касбга доир ҳуқуқлари   |                |         |               |
| Иш берувчининг касбга доир мажбуриятлари   |                |         |               |

## 6-жадвалнинг давоми

| Шахснинг таплаган касбига нисбатан меҳнатни объектив таъсири |  | позитив                                       |   |                 |  |  |
|--|--|---|---|-----------------|--|--|
|  |  | негатив                                       |   |                 |  |  |
| <b>2. Касбдаги инсон. Меҳнат субъекти. «Психограмма»</b>     |  |   |   |                 |  |  |
| Инсоннинг зарурий касбий сифатлари – ЭКС                     | инсоннинг касбий меҳнатда ўсишига ва фаолиятини самарали бажаришига таъсир килувчи омиллар (психологик кўрсаткичлар) | инсоннинг максадлари, вазифалари ва мотивлари | мотивацион соҳа   |                 |  |  |
|  |  | касбий эътирозлар                             |   |                 |  |  |
|  |  | психик ҳолатлар, эмоциялар                    |   |                 |  |  |
|  |  | меҳнатдан қониқиш                             | операцион соҳа  |                 |  |  |
|  |  | меҳнат тўғрисидаги психологик билимлар        |   |                 |  |  |
|  |  | психологик ҳаракатлар, лаёқат, усуллар, уқув  |   |                 |  |  |
|  |  | касбий қобилият, касбий уқувлилик             |   |                 |  |  |
|  |  | касбий тафаккур                               |   |                 |  |  |
|  |  |   | касбий шаклланиш  |                 |  |  |
|  |  |   | инсоннинг касбий меҳнатда ўсишига ва фаолиятини самарали бажаришига таъсир килувчи тўсиқлар (психологик қарама-қаршиликлар) | мотивацион соҳа |  |  |
|  | операцион соҳа   |   |   |                 |  |  |
| инсоннинг касбга доир меҳнатдаги субъектив хатти-ҳаракатлари | касбий ижодкорлик  |   |   |                 |  |  |

Хулоса қилиб айтганда, касбий фаолиятнинг юқоридаги

тарзда таснифланиши (6-жадвалга қаранг)<sup>80</sup>, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектларига дахлдор ҳар қандай соҳа мутахассисининг профессиограммасини тузишга асос бўла олади.

Шу боис, мавзу муаммоси юзасидан олиб бориладиган асосий тадқиқотлар икки йўналишда олиб борилади: *биринчидан*, замонавий ўзбек тадбиркорига хос бўлган ижтимоий-психологик сифатлар мажмуасини ишлаб чиқиш ва касб профессиограммасини яратиш, *иккинчидан*, махсус дастур асосида ёшларда, хусусан, талабаларда шу профессиограммага мос келувчи касбий ва шахсий сифатларни шакллантириш, таълим дастурини ишлаб чиқиш ҳамда уни амалиётда синаб кўриш. Бу эса ўз навбатида қуйидаги илмий хулосаларга таяниб иш юритишни тақозо этади: (1) тадбиркорликда ақлий салоҳият, интеллектуал хусусиятлар ривожланган бўлиши лозим. Бу сифатлар яна бир қатор сифатлар билан боғлиқ: билимдонлик, муаммо ва тўсиқ, қийинчиликларни олдиндан кўра олиш лаёқати, ривожланган ҳаёт жараёнлари, олдиндан кўп сабаб ва оқибатларни тасаввур қила олиш, реал фантазия, тафаккурдаги креативлик (яъни ижодий ёндаша олиш қобилияти) ва бошқалар. Бу сифатларнинг барчаси, энг аввало, тадбиркорнинг ўз олдига реал мақсадлар қўйиш ва ўз фаолиятини режалаштира олишга имкон беради; (2) тадбиркорга коммуникатив сифатлар зарур, яъни тадбиркорлик кўпинча амалда кўпчиликнинг биргаликдаги ҳаракатлари бўлгани учун ҳам тадбиркорга одамлар билан тўғри ва ўринли муомала қилиш маҳорати зарур. Бу блокдаги хусусиятларга, аввало, кўпчилик фикрини мувофиқлаштира олиш, беғоналарга нисбатан ижтимоий нуқтан назардан сабр-тоқатли бўлиш, баъзан оқимга қарши бора олиш, яъни агар манфаат талаб қилса, охиригача ўз нуқтаи назарини ва қизиқишларини ҳимоя қила олиш, турли тоифа, жинс ва ёш хусусиятли инсонлар билан гаплаша олиш ҳамда ўз фикрини тушунтира олиш каби қатор сифатлар қиради; (3) тадбиркор кўпинча таваккал қилишга мажбур бўлгани учун, унга ўзига хос иродавий сифатлар керак. Уларга даставвал, таваккал қила олиш қобилияти, ўз ҳаракатлари, истаклари ва эҳтиёжларини назорат

<sup>80</sup>Маркова А.К. Психология профессионализма. – М.: “Знание”, 1996. – 308-с.



кила олиш, курашиш, ғалаба қилиш иштиёқи, ўз «мени»нинг фазилатларини кўрсатиш орқали, кўпчиликнинг эътиборига сазовар бўлиш, қатъият, талабчанлик, интилувчанлик, кўрқмаслик, дадиллик каби қатор фазилатлар киради; (4) тадбиркор ўз-ўзини ҳаддан зиёд «эзадиган», тадбиркорлик фаолиятига ўта «берилган» бўлганлиги учун ҳам унга саломатлик, куч-қувват ва келажакка ишонч зарур. Тадбиркорнинг асосий мотиви, яъни фаолиятнинг мақсади пул топиш, уни жамғариш ва фойда учун сарфлаш бўлганлиги учун ҳам, улар учун пул билан тўғри муомалада бўлиш катта аҳамият касб этади; (5) ҳам иқтисодий, ҳам психологик манбалардаги тадбиркор шахси ва фаолияти мотивациясини турли жиҳатдан ўрганиш шунини кўрсатдики, ушбу муаммо ижтимоий-психологик бўлиб, уни аниқ изланишлар доирасида ўрганишни методологик асосларидан бири – ижтимоий тасаввурлар концепциясидир. Бу концепциядаги услубий тамойиллар орқали биз тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятларини аниқ объектларда ўрганишимиз мумкин.

## 7-§. Пул мотивацияси ва унинг психологияси

Иқтисодий категорияга амал қилувчи ҳар бир мамлакат ривожланишининг асосий воситаларидан бири пул бўлиб, бозор иқтисодига ўтиш ва унда иш юритишда унинг ўрни ва аҳамияти янада ошиб боради.

Бир қатор иқтисодий адабиётлар таҳлилига қараганда, *пул* – «бозор тили» сифатида эътироф этилади.

Бозор иқтисодига ўтиш шароитида пул аҳамиятининг ортиб бориши жамиятимизда шаклланаётган тадбиркорлик (мавжуд юридик ва жисмоний шахслар) фаолияти ва унинг натижаси – даромади пул билан боғлиқ эканлигидадир. Шу боис ҳам пул барча иқтисодий ривожланиш босқичларида кишиларни ўзига жалб қилиб келган.

Австралиялик *К. Менгер*<sup>81</sup>нинг фикрича, *Аристотель* ва *Платон*дан бошлаб XX асрнинг бошигача пул тўғрисида жаҳонда беш-олти мингдан ортиқ махсус ишлар чоп этилган.

<sup>81</sup> Абдуллаева Ш. Пул, кредит ва банклар. – Т.: «Молия», нашриёти, 2000. – Б. 6.

Пул ва унинг вазифалари тўғрисида, хорижий кўлланмаларда, пулнинг келиб чиқиш хусусида куйидаги икки хил ғоя мавжуд: (1) рационалистик; (2) эволюцион.

**Рационалистик қараш**<sup>82</sup>нинг яратувчиларидан бири *Аристотель*, пул келиб чиқишининг асосини ўзаро бир-бирига тенг қийматни ҳаракатга келтирувчи бирор бир махсус «қурол», кишилар орасида ўзаро келишув натижасида қабул қилинган шартли бирликнинг топилиши айирбошлаш жараёнининг шаклланишига олиб келган, деб таъкидлайди.

Мазкур қараш тарафдорларидан ҳисобланган *Пол Самуэльсон*<sup>83</sup>, пулни сунъий шартлашиш белгиси, деб изоҳламакда. Америкалик олим *Жон Гэлбрейт*, қимматбаҳо металлларнинг пул вазифасини бажариши – кишилар ўртасидаги келишувнинг маҳсулидир, деб уқтирмакда.<sup>84</sup>

**Пул** – универсал рағбатлантириш услуги бўлиб, ҳар қандай даражадаги малакали ва маълумотли ходим учун аҳамиятли омилдир. Бироқ, бу омил доим ҳам мотивацион кучга эга бўлавермайди. *Ф.Херцберг*<sup>85</sup> фикрича, маошни ошириш доим ҳам меҳнат самарадорлиги ошишига олиб келмайди. Ойлик маошнинг паст бўлиши ёки ўз вақтида тўланмаслиги шахсда фаолиятдан қониқмасликни юзага келтириб, иш унумдорлигини камайтиради. Хорижий мутахассис олимлар ўтказган тадқиқотлар орқали аниқланишича, пул куйидаги тоифа ходимлар учун аҳамиятли омилдир: (1) *ёшлар, бир нечта жойда ишлашга қодир профессионал ходимлар ва мақсадга интилувчан кимсалар* – бундай ходимлар ташкилотда 25% ни ташкил этарканлар; (2) 19% ходимлар эса ташкилотдаги ўз мавқе ва *обрў-эътиборни* етакчи ўринга кўяди, улар учун *нуфузли ташкилотда ишлаш* муҳимдир; (3) 18% ходимлар учун жамоада *ўзини хавфсиз ҳис этиш ва дўстона муносабат* етакчи ҳисобланади.

Аниқланишича, кўп пул тўланиши яхши ва самарали меҳнат учун асос яратади, дегани эмас.

<sup>82</sup> Ҷша манба. – Б. 7.

<sup>83</sup> Самуэльсон П. Экономика: Методическое пособие. – М.: Экономика, 1996. – 198-с.

<sup>84</sup> Абдуллаева Ш. Пул, кредит ва банклар. – Т.: «Молия», нашриёти. 2000. – Б. 7.

<sup>85</sup> Frederick Herzberg, Berrard Mausn er, and Barbara Snyderman, The Motivation to Work (New York: Wiley, 1959); and Frederick Herzberg, «One More Time: How Do You Motivate Employees?» Harvard Business Review, January–February 1968. – P. 53–62.

Пул мотивация омили сифатида қабул қилинар экан, моддий тақдирлаш ҳам маълум қонуниятлар асосида амалга оширилган мақсадга мувофиқдир. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, маошнинг ошиши – иш ҳақининг 15–20% дан 40–50% гача бўлиши аҳамиятга молик ҳисобланади. Маошни кўпайтириш орқали ходим фаоллигининг ошиши ярим йилдан бир йилгача давом этиши аниқланган. Шундан сўнг, меҳнат мотивацияси яна сусая бошлайди. Маошни ҳатто 2 барабар оширган тақдирда ҳам маълум вақтдан сўнг ходимнинг меҳнат мотивация пасаяди.

Юқорида таъкидланганидек, маош ҳажми ёш ходимлар учун, шунингдек, меҳнат фаолияти қалтис ва зўриқиш шароитларида ўтувчи мутахассислар учун кучли мотивация омили бўлиб ҳисобланади. Шу боис, сарфланган куч ва ғайрат тезда тикланиш имкониятига эга бўлиши лозим.

Ижодий салоҳиятга эга ва мустақил фаолият юритишга мойил ходимлар учун маошни ошириш етакчи мотивация омили бўла олмайди.

*И.Маҳмудов<sup>86</sup>нинг фикрича, пул мотивация кучига айланиши учун у ҳақиқий меҳнат ҳақига айланиши керак. Бунинг учун эса ҳақ тўлашда қуйидаги талабларни ҳисобга олиш зарур: (1) Мутахассисларни ишхонада ушлаб туриш учун рақобатдош иш ҳақини тўлаш лозим; (2) Ҳаққонийлик тамойилига амал қилган ҳолда ҳақиқий меҳнат ҳақини ифодаловчи маошни тўлаш керак; (3) Меҳнат ҳақини бажарилган иш натижаси, унинг сифати билан боғлаш лозим, бу орқали ходим ўз интилишлари қанча туриши ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлсин; (4) Ходим ўз ҳаракати ва шунга мос тарздаги моддий рағбатлантирилиши ҳақидаги ишончга эга бўлиши керак.*

Моддий рағбатлантиришнинг маошдан ташқари турлича бошқа шакллари мавжуд. Масалан, хорижий илғор фирмаларда қуйидаги рағбатлантириш шакллари қўлланилади: (1) *Яхши ходимларнинг ҳар ярим йилда маоши ошиб боради;* (2) *Ташкilotда 5, 10 ва ҳ.к. йиллар давомида меҳнат қилганлиги учун мукофот пули билан тақдирлаш;* (3) *Йил давомида касаллик варақаси олмаган ходимга ресторанда 2 кишилик*

<sup>86</sup>Маҳмудов И.И. Бошқарув психологияси: Ўқув қўлланма / Масъул муҳаррир: А.Халбеков. – Т.: ДЖКА «Раҳбар» маркази, «YUNAKS-PRINT» МЧЖ, 2006. – Б. 170–172.

кечки овқат учун пули тўланган чипта бериш; (4) Кадрлар бўлими томонидан ходим зиммасида турган баъзи муаммоларни ҳал этиш. Фарзандлар билан бўлган муаммолар, ходимнинг банк қарзларини қисман қоплаш, ходим касал бўлган пайтда ёрдам кўрсатиш, зарур бўлган пайтда бепул юридик хизмат ва ҳ.к.; (5) Нуфузли клиникада тиббий кўриқдан ўтиши учун йўланма; (6) Ҳаёти ва соғлигини суғурталаш; (7) Фарзандларини ўқув юртида ўқитиш учун фойсиз пул кредитлари бериш; (8) Болалар боғчасига ташиқлот томонидан пул ўтказилиши; (9) Жамоавий гаражларни қуриб бериш; (10) Фирма автомашинасидан бепул фойдаланиш; (11) Шахсий автомобил ремонтти ва ёқилгиси харажатларини қоплаш ва шу каби бир қанча имтиёзлар ходимга кўрсатиладиган моддий рағбатлантириш турларига киради.

Тадбиркор фаолиятидаги асосий мотив, яъни фаолиятнинг мақсади пул топиш, уни жамғариш ва фойда учун сарфлаш бўлгани учун ҳам бу ўринда пул муомаласи психологияси хусусида ҳам тўхталиб ўтамыз. Адабиётлар таҳлилига қараганда, пул – ҳамма товарлар ва хизматлар айирбошланадиган, умумий эквивалент бўлмиш махсус товар, бозор иқтисодиётининг, энг асосий, воситаси бўлиб, пул ўзида бозор иқтисодиёти муносабатларини гавдалантиради ва унинг маҳсули ҳам ҳисобланади.

Пул ўз табиатига кўра уч хил хусусиятга эга: (1) ҳамма нарсага айирбошланадиган муҳим харид воситаси; (2) бойлик тимсоли; (3) меҳнатни қиймат шаклида ўлчаб берадиган восита.

Пул муносабатларининг амалга ошиш эволюциясини кузатсак, дастлаб пул қандайдир муҳим товар (қорамол, мўйна, тери) шаклида, кейинчалик кумуш, олтин, қоғоз пул, ниҳоят 20 асрнинг 90-йилларига келиб электрон пуллар кўринишида бўлди.

Замонавий фан таҳлилига кўра, бозор иқтисодиёти шароитида пул куйидаги вазифаларни бажаради: (1) қиймат ўлчови – меҳнатни гавдалантирадиган товарлар қиймати миқдори пул орқали ўлчанади; (2) айирбошлаш воситаси – унинг ёрдамида товарлар олди-сотди қилинади; (3) хазина тўплаш ва жамғариш воситаси – лекин бунинг учун пул

кадрининг сақланиши муҳим ҳисобланади; (4) *тўлов воситаси* – насияга сотилган товарлар ва хизматлар ҳақи тўланганда кўринади.

Адабиётлар таҳлилига кўра, пул мазмун ва моҳиятига кўра куйидаги тоифаларга бўлинади: (1) *ҳазина билетлари*; (2) *банкнот-кредит пуллари*.

Соҳа мутахассисларининг эътироф этишларича, пулни идрок этишда инсон ушбу жиҳатларига биринчи навбатда эътиборини қаратади: (1) *пул рангига*; (2) *пул расмининг мазмуни ва маъносига*; (3) *пулда ифодаланган давлат раҳбарининг юз қиёфаси ва нуфузига*; (4) *қийматни аниқ берилганлик хусусиятларига*.

Пул муомаласи металл тангалар ва қоғоз пуллар, нақд ва нақд бўлмаган кўринишлар орқали амалга оширилади. Нақд пул банкдан муомалага чиқарилгач, корхона, ташкилотлар кассасига ва аҳоли кўлига ўтса, нақд бўлмаган пуллар муомалага чек, кредит карточкаси, вексель, сертификат, облигация ҳаракати шаклида амалга ошади. Пулнинг айланма ҳаракати қанчалик тез содир бўлса, иқтисодийёт шунчалик яхши ривожланади. Лекин аҳоли кўлида пулнинг тўпланиши, пул ҳаракатидаги узилиш бўлиши хўжалик алоқаларида айрим узилишга олиб келади. Шу ўринда мамлакатдаги пулнинг инфляцияси (қадри), яъни пулнинг товар ва хизматларни харид этиш ва чет эл валюталарига алмаша олиш қобилияти ҳақида фикр билдириш ўринлидир. Пул қанчалик қадрли бўлса, у шунчалик бошқа валютага эркин алмаштирилади ва унинг валюта курси шунчалик юқори бўлади.

Шахснинг иқтидори, интилишлари меҳнат орқали пул топишга хизмат қилгани учун ҳам, қобилият даражаси ҳам пул воситасида ўлчанади. Шу нарсани келтириш лозимки, меҳнат қилаётган ишчи ҳам, иш берувчи ҳам ана шу меҳнатдан келадиган моддий бойликка, кўпинча пул кўринишидаги товар бойликка боғлиқ. Агар ишчилар, энг аввало, яшаш учун пул ишлаб топишса, иккинчиси – ўз пулини ишлатишдан ўзини тийиб, уни яна ишлаб чиқаришга сарфлайди, пулни фойда сифатида қайтишини кутади.

## **Боб юзасидан асосий тушунча ва атамалар**

Мотивация; муваффақиятга интилиш; тан олинишга интилиш; ҳокимиятга интилиш; «психосоциологик ташкилот»; эҳтиёж; эҳтиёжлар иерархияси; тадбиркор; жараёний назария; кутишлар назарияси; адолатлилик назарияси; Портер-Лоулер модели; ЗКС; психограмма; трудограмма; профессиограмма; пул мотивацияси; пул психологияси.

## **Боб юзасидан қисқача хулоса**

Хулоса қилиб айтганда, мазкур боб ўз ичига тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда ва ривожлантиришда ёрдам берадиган: муваффақиятга эришиш, мағлубиятдан қочиш мотивациялари; меҳнатга бўлган мотивация; ижтимоий кутишлар; ижтимоий меъёрлар; тадбиркор ахлоқи каби масалаларни қамраб олган бўлиб, улар Америка, Европа, Россия ва Ўзбекистонлик мутахассислар томонидан берилган ижтимоий-психологик таҳлиллар орқали баён этилган. Шунингдек, унда тадбиркорлик фаолияти мотивацияси ҳам мазмуний, ҳам жараёний назариялар ёрдамида илмий жиҳатдан ижтимоий-психологик асосланган. Бобда замонавий ўзбек тадбиркорининг профессиограммаси асоси ҳисобланган психограмма ва трудограммани ташкил қилувчи зарурий шахсий ҳамда касбий сифатлар тўғрисида муфассал маълумотлар берилган. Пул мотивацияси, унинг тадбиркор психологиясида тутган амалий аҳамияти хусусидаги қарашлар ўз ифодасини топган.

## **Боб юзасидан ўз-ўзини назорат ва муҳокама қилиш учун саволлар**

1. Д.Маккеланд ва Ж.Аткинсонлар мотивацияни ўлчашда нечта омилга эътибор беришган ва улар қайсилар?
2. Маслоу эҳтиёжларнинг иерархик моделини қандай қилиб таҳлил этган?
3. Мотивацияга оид назариялар неча хил ва уларни қисқача

- тушунтириб беринг?
4. Қандай назариялари мотивациянинг жараёний назариясини ташкил этади?
  5. Инстинкт назарияси нимани асослашга хизмат қилади?
  6. А.Крилов ўз қарашлари орқали мотивация феноменини қандай асослаган?
  7. Портъер-Лоулер модели нима?
  8. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг бевосита ва билвосита соҳалари деганда нимани тушунасиз?
  9. Замонавий тадбиркор шахси профессиограммаси шахснинг қандай сифатлари ва хусусиятларига қараб яратилади?
  10. Пул ва унинг вазифалари тўғрисида фикр-мулоҳазалар фанда қандай гоялар орқали ёритиб берилган?

### **Боб юзасидан фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

- Абдуллаева Ш.** Пул, кредит ва банклар. – Т.: «Молия», нашриёти, 2000.
- Вебер М.** Избранные произведения / Пер с нем.; Сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990.
- Каримова В.М., Абдиғаффоров Б.Т., Акрамова Ф.А.** Ташкилий ҳуққ: Маърузалар матни. – Т.: 1999.
- Каримова В.М., Акрамова Ф.А.** Психология. Маърузалар матни. – Т.: 2000.
- Каримова В.М., Ҳайитов О.Э., Умарова Н.Ш.** Бошқарув соҳасидаги профессионал компетенция асослари: Монография. / Проф. В.М.Каримова тахрири остида. – Т.: ТДИУ «Талаба», 2007.
- Карпов А.В.** Психология менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Гардарика, 1999.
- ЛИДЕРСТВО.** Психологические проблемы в бизнесе. – Дубна: Издательский центр «Феникс», 1997.
- Липатов С.А.** Методы социально-психологической диагностики в организациях // Введение в практическую социальную психологию / Под общ. ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровский, О.В. Словьевой. – М: Наука, 1993.
- Макс Вебер.** Проместакатся этика и дух капитализма. – М.: Прогресс, 1990.

- Маркова А.К.** Психология профессионализма. – М.: «Знание», 1996.
- Маслоу А.** Мотивация и личность. – СПб.: Евразия, 1999.
- Махмудов И.И.** Бошқарув психологияси: Ўқув қўлланма / Масъул муҳаррир: А.Холбеков. – Т.: ДЖҚА «Раҳбар» маркази; «YUNAKS-PRINT» МЧЖ, 2006.
- Психология. Учебник. / Под. ред. **А.А.Крылов.** – М.: «ПРОСПЕКТ», 1998.
- Самуэльсон П.** Экономика: Методическое пособие. – М.: Экономика, 1996.
- Arkes H.R., Garske Y.P.** Psychological Theories of Motivation. – Monterey, 1982.
- Atkinson J.W.** An Introduction to Motivation – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1964.
- Clayton P. Alderfer,** Existence, Relatedness, and Growth – New York: Free Press, 1972.
- David McClelland,** The Society – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961.
- Frederick Herzberg,** Berrard Mausner, and Barbara Snyderman, The Motivation to Work (New York: Wiley, 1959); and Frederick Herzberg, «One More Time: How Do You Motivate Employees?» Harvard Business Review, January-February 1968.
- Hebb D.O.** Textbook of psychology. Philadelphia: W.B. Saunders Company; London-Toronto, 1972.
- Kreitner, Robert.** Organizational behavior / Robert J. Kreitner, Angelo J. Kinicki. – BPI/IRWIN, Homewood, IL 60430. – Boston: MA 02116, 1989.
- McClelland, D.C., Atkinson, J.W., Clark, R.A., and Lowell, E.L.** The achievement motive. – New York: Appleton, 1953.
- Victor Vroom,** Work and Motivation – New York: Wiley, 1964.
- Weiner B.** Theories of Motivation. – Chicago: 1972.



## ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ИЖТИМОЙ ПСИХОЛОГИЯСИ

Бобнинг қисқача мазмуни

**Тадбиркорлик ва унинг мотивацияси муаммосини ижтимоий тасаввурлар концепцияси доирасида ўрганилиши.** Ғарб ва рус ижтимоий психологлари S.Moscovici, J.Jodelet, А.Донцов, Т.Емельянова ва бошқалар томонидан ижтимоий тасаввурлар илмий феномен сифатида ўрганилиши. В.Каримова ва унинг шогирдлари томонидан мазкур феноменнинг ўлчанишига оид илмий қарашлар мазмуни. Ижтимоий тасаввурлар тизимининг уч ўлчовли модели.

**Локус назорат.** Ж.Роттернинг инсонларни ўз хулқ-атворлари ва уларга алоқадор воқеалар устидан назорат омилларида устуворликка эга бўлиш бўйича айрим мулоҳазалари.

**Тадбиркорлик фаолияти ва таваккалчиликка муносабат.** Ноаниқлик ва таваккалчилик шароитларида олиб бориладиган иқтисодий фаолият тадбиркорлик фаолиятида ажралиб туривчи хусусиятлардан бири сифатида. Маҳаллий шароитда олиб борилган дастлабки ижти-

моий-психологик тадқиқот (О.Хайитов, 2005) мазмунида тадбиркорлик фаолияти ва таваккалчиликка бўлган муносабатларнинг ифодаланиши.

**Ўзбекистонда янги тадбиркорликнинг ижтимоий-иқтисодий таҳлили.** Маҳаллий шароитларда олиб борилган тадқиқотлар қўлами ва уларнинг объектлари ҳақида қисқача маълумот.

**Яхши иқтисодий шарт-шароит – тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг бош омили сифатида.** 1999–2007 йиллар оралигида ўтказилган тўртта қиёсий таҳлиллар баёни. Эмпирик натижаларнинг ижтимоий-психологик таҳлили.

**Муваффақиятли тадбиркорлик фаолиятини баҳоловчи вазиятчи сўровномалар (МТФБС) тавсияси.** 1999–2007 йиллар оралигида ўтказилган тўртта қиёсий таҳлиллар баёни. Эмпирик натижаларнинг ижтимоий-психологик таҳлили.

## 8-§. Тадбиркорлик ва унинг мотивацияси муаммосини ижтимоий тасаввурлар концепцияси доирасида ўрганилиши

Маълумки, шахс – *ижтимоий воқелиқ*дир. Унинг ижтимоий-лиги кундалик хулқ-атворида, ўзига ўхшаш инсонлар билан бўладиган мулоқотларида, ўзидан-ўзи ва ўзгалардан ижтимоий таъсир олишида намоён бўлади. Ҳозирги кунда тадбиркорлик фаолиятнинг ижтимоий моҳиятини тушуниш, тадбиркорнинг ижтимоий хусусиятларининг шаклланиш ва ўзгариш механизмларини билиш ҳамда уларни замонавий усулларда тадқиқ этиш ижтимоий психология соҳасининг долзарб вазифаларидан бири ҳисобланади.

Шахсдаги энг муҳим афзалликлардан бири у ташқи муҳитни билиши, турли вазиятларда унга мослашиши ҳамда барқарор хулқ-атвор меъёрларини ўзида тарбиялай олишидадир. Чунки инсон жамиятнинг ижтимоий-иктисодий ютуқларини билиши ва кадрлаши, уларни ақлан ҳис қила олиши керак. Бу нарса унга ўз замонасини тўғри идрок қилиш ва тушуниш имкониятини бериб, шахс тасаввурлари дунёсини мазмунли қилади. Бу эса тасаввурлар ва уларнинг шаклланганлик даражасига оид илмий-назарий тушунчаларга таъриф беришни тақозо этади.

Тадбиркорлик фаолияти ҳақидаги ижтимоий тасаввурларнинг ижтимоий-психологик ҳамда этнопсихологик моҳиятини илмий тадқиқ этиш, уларни фанда илмий феномен сифатида ўрганилишига диққат қараталишини талаб қилади. Бу ходиса охириги йилларда Фарб ва рус ижтимоий психологлари *S.Moscovici*<sup>87</sup>, *J.Jodelet*<sup>88</sup>, *А.Донцов*<sup>89</sup>, *Т.Емельянова* ва бошқалар томонидан ўрганила бошланган илмий феномендир. Биз хорижий тадқиқотчиларнинг фикрларини умумлаштириб, ижтимоий тасаввурларга қуйидагича таъриф беришни маъқул топдик.

*Ижтимоий тасаввурлар* – ҳар бир шахс томонидан

<sup>87</sup>Moscovisi S. Sur les representations jociles. – Paris: 1979. – V. 632.

<sup>88</sup>Jodelet J. Reresentation sociali; phenomenes, concert et theorei // Moscovici S. (ed) psychologie socialr. – P.: 1984. – 360-v.

<sup>89</sup>Донцов А.И. Концепция социальных представлений во французской социальной психологии. – М.: 1987.

ижтимоий борлиқни ўзига хос тарзда қайд этиш воситаси бўлиб, субъектив реалликни объективлик билан боғловчи психологик механизмдир.<sup>90</sup>

Бу таъриф орқали биз ижтимоий тасаввурларнинг қуйидаги бир неча муҳим хусусиятларини ажратишимиз мумкин: (1) ижтимоий тасаввурлар фаол ижтимоий мулоқотлар маҳсули; (2) улар шахс учун муҳим бўлган ижтимоий объектларга нисбатан, унинг онгли муносабатларини таъминлайди; (3) ижтимоий тасаввурлар билиш воситасидир; (4) жамиятда қабул қилинган турли ижтимоий меъёрлар, хатти-ҳаракат шакллари, кадриятлар ва баҳоларнинг интериоризациясини таъминлайди; (5) ижтимоий тасаввурлар шахс ижтимоий тажрибасининг негизидир.

Шундай қилиб, тадбиркорлик билан боғлиқ тасаввурларнинг шаклланишини тушунишимизда, Ғарб мамлакатларида, биринчи навбатда Франция ҳамда Россияда таклиф этилган ижтимоий тасаввурлар ва субъектив образлар ҳақидаги назариялар асос қилиб олиниши мумкин. Ижтимоий тасаввурлар концепциясининг Ғарбдаги асосчиси ҳисобланган *S. Moscovici*, унга қуйидагича таъриф берган эди: “Ижтимоий тасаввурлар – бихевиористлар таърифлаган механик образ ҳам, ташқи ва ички муҳит ўртасида зиддият туғдирадиган нарса ҳам бўлмай, балки ... фаол равишда объектив борлиқни ижтимоий-психологик тарзда қайта ўзлаштириш жараёнининг маҳсулидир”.<sup>91</sup>

Франция мутахассисларининг яна бир ёрқин вақили *J. Jodelet* эса ижтимоий тасаввурларга шундай таъриф беради: «Ижтимоий тасаввурлар қанчалик содда ёки мураккаб мазмунга эга бўлмасин, улар доимо одамнинг кундалик ҳаёт тарзини англаш ва ўзига хос тарзда баён этиш усулидир. Шунингдек, ижтимоий билимнинг маълум шакли сифатида индивидлар ёки гуруҳлар фаоллигини, уларнинг ўзларига қарашли, аҳамиятли бўлган вазиятлар, ҳодисалар, объектлар ва хабарларга нисбатан тутган мавқеини ҳамда муносабатини билдиради».<sup>92</sup>

<sup>90</sup> Хайитов О.Э. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2005. – 145-6.

<sup>91</sup> Moscovici S. Sur les representations sociales. – Paris: 1979. – V. 632.

<sup>92</sup> Jodelet J. Représentation sociale; phénomènes, concert et theorie // Moscovici S. (ed) psychologie sociale. – Paris: 1984. – V. 360.

Ушбу назария тарафдорларидаги умумий фикрлар шундан иборатки, *биринчидан*, улар ижтимоий тасавурларни ижтимоий-психологик жараёнларни ўрганиш, таҳлил қилиш усули, воситаси, деб; *иккинчидан*, ижтимоий тасавурларнинг шаклланиши ижтимоий ҳаётнинг психологик зарурияти, деб ҳисоблашларидир.

Демак, ижтимоий тасавурлар туфайли шахс ёки яхлит гуруҳ ҳаётдаги ўзгарувчан шароитларга тез мослашади, бу нарсанинг зарурати, айниқса, шахсга етиб келаётган маълумотлар ноаниқ ёки етарли бўлмаганда яққол билинади. Масалан, ишлаб чиқарувчи (тадбиркор) ва истеъмолчи (харидор) ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг аниқ тавсифи жамият учун ноаниқ бўлганда, тадбиркор ёки харидорнинг жамиятга муносабатини аниқ билишда эҳтиёж сезади.

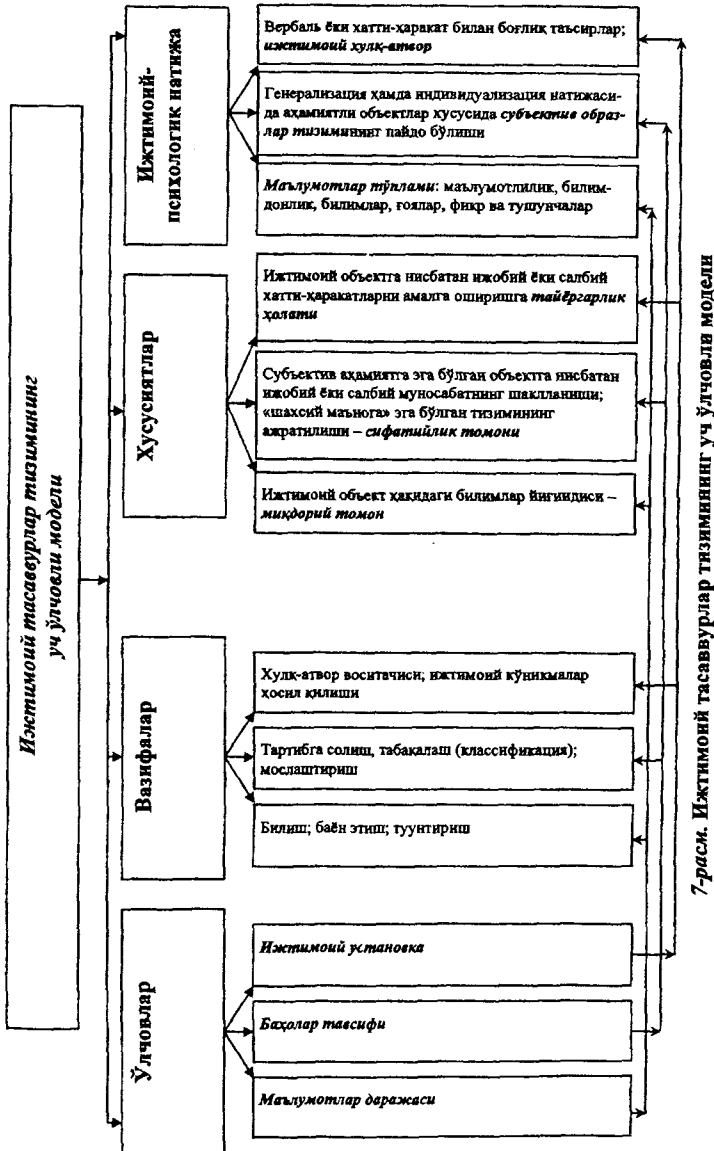
Ижтимоий тасавурларнинг хусусиятидан келиб чиқиб, биз уларнинг қандай усул билан ўлчанишига эътибор қаратамиз. Бу ўринда *В.Каримова*<sup>93</sup> ва унинг шогирдлари фикрларига таянамиз. Уларнинг таъкидлашича, ижтимоий тасавурларнинг психологик ўлчови вазифасини, тасавурлар субъектининг объекти ҳақидаги маълумотлари, унга нисбатан баҳолари, тавсифи ҳамда хулқ-атворида бевосита намоён бўладиган ижтимоий установакаларнинг шаклланганлик даражасида кўриш мумкин (7-расмга қаранг).

Бундай уч ўлчовли модел бизнинг фикримизча, ижтимоий тасавурларнинг динамик структурасига мос келади. Чунки ижтимоий тасавурлар, ҳаёт мобайнида ўзгариб турадиган шундай динамик тузилмаларки, уларнинг шаклланиш ва ўзгариш механизмлари, тасавурлар эгасининг ижтимоий борлиқни қандай идрок қилишидан тортиб, шахсий маъно касб этган объектларнинг билимлар тизимида ўрнашиш, хулқ-атворда намоён бўлиш, шахсий тажрибага айланиш жараёнларида ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Мазкур моделнинг *Moscovici* моделидан фарқи шундаки, бунда ижтимоий тасавурларни ўлчаш учун маълумот, тасавур майдони ва установакалар бир-биридан фарқланади.

---

<sup>93</sup>Каримова В.М. Ўзбек ёшларида оила тўғрисидаги ижтимоий тасавурларнинг шаклланиши: Дис. ... психол. фан. док. – Т.: 1994. – 312-б.



Чунки, тасаввурлар майдони, маълум образ ва ижтимоий-иктисодий хусусиятларга эга бўлган сифатий тавсифномалар саналиб, бу туб маънода эмпирик тадқиқотларда аниқланиши кийин бўлган катталиклардир. Шунинг учун ҳам баҳолар характерини ўрганиш лозимлиги таъкидланиб, қабул қилинган маълумотлар асосида шахснинг субъектив баҳолари (салбий ёки ижобий) ижтимоий установакаларга замин бўлишини таъкидлаш мумкин.

*Moscovici, Донцов* ва бошқаларнинг таъкидлашича, ижтимоий тасаввурлар тизимидаги маълумот даражаси деганда, улар объекти тўғрисидаги билимлар йиғиндиси назарда тутилади.

Бизнинг ёндашув концепциямиздаги ижтимоий установака эса ижтимоий тасаввурлар объектига нисбатан субъектнинг муносабатларини билдиради ва у баҳолар тизими билан узвий боғлиқ бўлади. Мазкур установаканинг ижобий ёки салбий бўлиши баҳолар натижасидан келиб чиқади. Аҳамиятли томони шундаки, кўпинча баҳолар дифференциаси ёки маълумотлар даражаси етарли бўлмаганда, установака у ёки бу тарзда ҳам намоён бўлиши мумкин.

Масалан, корхонанинг бирор аъзоси, унинг барча қадриятлари, муносабатлари, сир-асрорларини тўлиқ билмасанда, корхона фаолияти ҳақида фикр билдиришга тайёр бўлиши ва ҳаттоки, ўзини тадбиркорлик фаолияти муносабатларини ўзлаштирган қилиб кўрсатиши мумкин.

Шундай қилиб, яхлит олинганда ижтимоий тасаввурлар индивиднинг онгидаги когнитив белгилар билан хулқ-атвор ўртасида воситачи ролини бажаради. Бу хусусда биз яна бир француз олими *J.Codol*<sup>94</sup> фикрига қўшилаемиз. У шундай ёзади: «Объект ҳақидаги янги маълумот субъектнинг когнитив соҳасида табақаланади, аниқроғи ана шу соҳанинг маълум тизимида, тасаввурларга айланган бўлагиде қайта ишланиб, ўзига хос хулқ-атворни келтириб чиқаради. Маълумотлар танлови айни шу дақиқада унинг индивид учун муҳимлик, зарурлик (прегнантлик) тамойилида амалга ошади».

Ниҳоят, биз ижтимоий тасаввурларнинг аниқ вазибалари

<sup>94</sup> Jodelet J. Reresentation sociali; phenomenes, concert et theorei // Moscovici S. (ed) psychologie sociair. – P.: 1984. – V. 360.

ҳақида фикр юритишимиз мумкин: (1) асосий вазифа – *билимдир*. Бошқача айтганда, ижтимоий тасаввурларнинг бу вазифаси баён этиш, тартибга солиш (тасниф этиш) ва тушунтиришдан иборатдир. Демак, тасаввурлар шундай назариялар ролини ўйнайдик, улар ташқи муҳитни маълум когнитив тизимлар доирасида тушунтиради. Инсон онгида борлиқнинг ўзи шундай тизимга солинадик, у тасаввурларга асосланиб туриб – бўлаётган ҳодисалар қанчалик реал эканлигига жавоб излайди. Бошқача қилиб айтганда, одам ташқи муҳитни айнан қандай бўлса шундайлигича эмас, балки ўз хоҳиш, истаклари ва тасаввурлари таъсирида идрок этади; (2) муҳим вазифа – *хулқ-атворнинг воситачиси эканлигидир*. Яъни ижтимоий тасаввурлар хулқ-атвори ташкил этишда ва ижтимоий мулоқот жараёнида бевосита иштирок этади. Бу фикр эса *J.Codol, I.Abric, М.Плон, В.Дуаз* ва бошқаларнинг илмий тадқиқот ишларида ўз исботини топган. Уларнинг ишларида тасаввурлар хулқ-атвори таъминловчи ўзгармас қийматлар талкин қилинган. Турли муаммоли вазиятларда қарор қабул қилишда (*J.Codol*), зиддиятларни ечишда (*I.Abric*), бирлашманинг махсулдорлигини ошириш ва бошқариш масалаларида тасаввурларнинг бевосита роли ўрганилган; (3) *мослаштириш* вазифаси. На фан, на мафкура ўз ҳолича, бевосита инсоннинг жамиятдаги хулқ-атворини белгилаб бера олмайди. Ижтимоий тасаввурларнинг вазифаси шундан иборатки, улар бўлаётган ижтимоий-иқтисодий, мафкуравий, илмий, сиёсий ҳодисаларни бўлиб ўтган, илгаридан қабул қилинган фикрлар, қарашлар ва баҳоларга таққослаган ҳолда мослаштиради, мувофиқлаштиради. «Ҳар бир гуруҳ – деб ёзади бу ҳақда *J.Jodelet* – ўзининг айнан шу гуруҳлигини тасаввурларида сакланган маъно-мазмунлар орқалигина англайди».<sup>95</sup>

Тадбиркорлардаги ижтимоий тасаввурларнинг динамик табиатини таҳлил қилиш жараёнида, уларнинг шаклланиш босқичларини қуйидагича ажратиш мақсадга мувофиқдир: (1) *Идрок қилиш* босқичи, унда онгда бевосита акс этадиган

<sup>95</sup> *Jodelet J. Représentation sociale: phénomènes, concert et théorie // Moscovici S. (ed) psychologie sociale. – P.: 1984. – V. 360.*

маълумотларнинг қабул қилиниши ва тадбиркор учун аҳамиятлилиги нуктаи назаридан сараланиши рўй беради; (2) *Ассоциатив боғланишлар* босқичи, бунда онгдаги янги хабарлар эскилари билан солиштирилиб, ассоциатив ва маънавий боғланишлар ўрнатилади; (3) Юқоридаги икки босқич хусусиятларининг умумлаштирилиши – объект ҳақидаги тасаввурларнинг *генерализациясидир*; (4) Кейинги босқичлар кўпроқ *тафаккур* ва *тушунчалар* соҳасига тааллуқли бўлиб, унда ҳар бир маълумот ёки хабар дифференциал ҳолда тадбиркор учун аҳамиятlilik даражасида ажратилади ва шу асосда маълум установакалар шаклида унинг хулқ-атвори йўналишини белгилайди.

Бизнинг менталитетимизда миллий кадрятларга бўйсуниб билан бир қаторда, обрў-эътиборга эга шахслар ва гуруҳлар фикрига эргашиш, уларни танқидсиз қабул қилишга бўлган мойиллик кучлидир.

Шундай қилиб, ижтимоий тасаввурларнинг ўзгариши, аввало, ташқи омиллар таъсирига боғлиқ бўлиб, мутахассислар бу жараёни тушунтирувчи қатор босқичларни ажратишади: **(1-босқич)** Маълумотлар оқимининг идрок қилиниши ва улардан шахс учун аҳамиятлисини ажратиб олинishi; **(2-босқич)** Ажратиб олинган маълумотларнинг эскилари билан солиштирилиши ва улар орасида ўзаро боғлиқликнинг ўрнатилиши; **(3-босқич)** Когнитив тизимда янги маълумотларнинг табақаланиши ва таснифланиши. Ҳар бир табақада энг аҳамиятли, маъноли «мағиз» маълумотларнинг ажратилиши ва унга аҳамиятсизларини қарама-қарши қўйилиши, қиёсланиши; **(4-босқич)** Тасаввурлар «ядроси», «мағзи»нинг ташкил топиши ва унинг хулқ-атвор шаклларида мустаҳкамланиши.

Шундай қилиб, тасаввурларнинг шаклланиш даврида тадбиркор номаълум аҳборотларни маълумларга ўхшатиб, одатдаги тасаввурлар қаторига қўшади (*генерализация*) ҳамда субъектив жиҳатдан, уларни ўзига хос ва ягона борлик эканлигини англашга (*индивидуализация*) ҳаракат қилади.

Ижтимоий тасаввурларнинг шаклланиши ва динамикасини таҳлил қилиш орқали, уларни қуйидаги қатор муҳим хусусиятларини ажратиш имкониятига эга бўламиз: (1)



ижтимоий тасаввурлар, унинг субъекти ҳисобланган шахс, синф, гуруҳ ёки миллатнинг атрофидаги ижтимоий-иқтисодий шарт-шароитларга боғлиқ тарзда шаклланади; (2) улар маълум маънода умумлаштирилган образлар бўлиб, бунда тасаввур субъектининг образ объектини тушуниши ва сўз билан ифодаланишида муҳим рол ўйнайди; (3) доимо ижтимоий тасаввурлар англаган аҳамиятга эга; (4) ижтимоий тасаввурлар ўзгарувчан ва динамик тузилмалардир; (5) бу тасаввурлар доимо репродуктив образлар ҳисобланиб, маъно ва мазмун касб этган образлар хотирада сақланиб, ҳар қандай ижтимоий вазиятда шахс хулқ-атворида, нутқида, ҳаракатларида, ишларида ва мулоқотида намоён бўлади; (6) ижтимоий тасаввурлардан турли гуруҳлар психологиясини ўрганишда фойдаланиш мумкин.

Ижтимоий тасаввурлар шахс ва гуруҳ психологиясидаги турли стереотиплар асосини ҳам ташкил этади. Чунки шахс ўз ҳаёти мобайнида турли билимлар, қарашлар ҳамда тушунчаларни “тайёр”, “ўзгармас” маънолар сифатида қабул қилади. Масалан, жамият, иқтисодиёт, ишлаб чиқарувчи-истеъмолчи, бозор, сотувчи-харидор, тадбиркор-бозор муносабатлари. Турли жараёнлар ҳақидаги фикрлар қайтарилиши ва уларнинг авлоддан-авлодга ўтиши туфайли ижтимоий-иқтисодий стереотип тасаввурлар ҳосил қилади ҳамда онгда сақланишига сабабчи бўлади.

Шунингдек, ижтимоий тасаввурлар стереотип қарашларнинг жамиятда ҳам сақланишига сабабчи бўлади. Тасаввурларнинг бу каби кўплаб сифат хусусиятлари бир қатор рус олимлари диққатини ҳам жалб этган.

Жумладан, *В.Агеев, Г.Андреева, А.Асмолов, А.Бодалев, А.Донцов, А.Леонтьев* ва бошқалар ташқи дунё образлари тўғрисидаги тасаввурларнинг ижтимоий ва атрибутив, яъни хулқ-атворга таъсир этувчи тавсифини алоҳида таъкидлаб ўтишган. Улар хулқ-атвори шахс ижтимоий муносабатлари тизимида тутган ўрни, мавқеи, фаолият мақсадларининг ўзгариши ҳамда уни ўзгартириш юзасидан мавҳумликларга учраш мумкинлиги ҳақида фикр юритганлар. Шу боис шахс ижтимоий мавқеини ўзгартириши муносабати билан, унинг ўзга объектлар (биринчи навбатда ижтимоий объектлар) тўғрисидаги тасаввурлари ҳам ўзгаради. Бунда предметга нисбатан

шаклланган, шахсий мазмун касб этган тасаввурларда ўзгариш жараён рўй беради. Бу ҳолат турли ёш даврлари, фаолият турларини алмашинуви, бир миллий ҳудуддан иккинчисига ўтиб, унинг ижтимоий, иқтисодий, мафкуравий ва маънавий қадриятларини қабул қилиш жараёнларида сезиларли бўлади.

Шундай қилиб, тадбиркорларда бозор муносабатларига боғлиқ бўлган ижтимоий тасаввурларни ўрганиш учун назарий ва методологик асос сифатида ижтимоий тасаввурлар концепциясининг асосий тамойилларини ўрганиб чиқдик. Ушбу концепция ва ундаги асосий тушунчалар ва ўрганиш қоидалари илмий изланишимиз учун назарий манба бўлиб хизмат қилади.

Хулоса тарзида Гарвард тадқиқотчилар маркази асосчиси, тадбиркорлик соҳасини тадқиқ қилиш борасидаги машҳур мутахассис *А.Коул* тадбиркорликни аниқлашни қуйидагича таърифлайди:

«Қарорларни эркин қабул қилиш имконини берувчи жамиятни ривожлантириш, одатда, иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий шарт-шароитлар билан ўзаро бирдамликда амалга ошириладиган муваффақиятли пуллик ҳаракатлар ёки фойдага элтувчи ресурслар, капитал, ахборот ва меҳнатнинг йиғиндиси ҳисобланган, мўлжалланган фойдани яратиш, саклаш ҳамда кўпайтириш мақсадида тузиладиган ташкилий бирлашмалар, ассоциациялашган индивидларнинг мақсадга мувофиқ фаолиятлари орқали юзага чиқарилади».<sup>96</sup>

## 9-§. Локус назорат

Илмий изланишлари асосида, америкалик психолог *Ж.Роттер (Rotter)*,<sup>97</sup> инсонларни ўз хулқ-атворлари ва уларга алоқадор воқеалар устидан назорат омилларида устуворликка эга бўлиш бўйича айрим мулоҳазаларини баён этган. Фикримизча, тадбиркорлар ташқи локус назоратга (экстернал) эга бўлишлари биланок фаолиятларида ташқи вазиятлар орқали

<sup>96</sup> Коул А., Маклин Х. Руководство для ловцов сновидений. The Dream Catchers Handbook: Learn to Understand the Personal Significance of Your Dreams. – Мн.: Издательство София, 2004. – 240-с.

<sup>97</sup> Rotter, J.B. Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable. American Psychologist. – 1989. – #45. – P.489–493.

<http://psych.fullerton.edu/jmearns/rotter.htm>

содир бўладиган асосий воқеликлар (ташқи шароитнинг яхшилигини, бошқа тадбиркорларнинг таъсири, таъсодифий вазиятлар) ни англаб етадилар. Тадбиркорларнинг ички локус назоратга эга бўлиши (интервал) эса, аксинча, ўзига тегишли ходисаларни юқори даражада назорат қилишга хизмат қилиб, ўз навбатида у муваффақиятга эришиш каби мағлубиятдан қочиш мотивацияларининг таъсири доирасида масъулиятни қабул қилишга мойиллигини аниқлашда қўл келади.

Бу борада олиб борилган қатор ижтимоий-психологик тадқиқотлар (*Р.Брокхаус, М.Кете де Врис, Д.Миллер* ва б.)<sup>98</sup>нинг натижаси, ютуққа эришиш мотивацияси билан интерналлик алоқасини ижобий эканлигини тасдиқлайди. Маълумотларнинг асосланганлиги профессионал-нотадбиркорликка нисбатан юқори интерналлик даражаси билан тавсифланади.

## **10-§. Тадбиркорлик фаолияти ва таваккалчиликка муносабат**

Тадбиркорлик мотивациясининг тадбиркордаги таваккалчиликка мойиллик даражасига боғлиқлиги тежамкорлик тамойилидир.

Бу илмий тамойил бўлиб, унга кўра ягона феноменни изоҳловчи иккита назариядан ҳар бири бир хил ишончлилик даражасига эга бўлган бўлса, унда афзаллик соддарок бўлган назарияга берилади. Бу тамойилнинг психологияда қўлланилиши аниқ фанлардагига нисбатан анча қийинчиликларга дуч келади. Ундан ташқари, “оддий” ёки «мураккаб» бўлган назариянинг баҳоланиши бизни англашилмовчиликка олиб келиши мумкин. Агар хулқ-атворни ўрганишга урғу берувчи бихевиоризм, турли ходисаларни тежамкор ҳолда тушунтира олганлиги учун юқори баҳоланган бўлса, *З.Фрейд (Zigmund Freud)*<sup>99</sup> психологик таълимотида эса ўзининг инстинктив эҳтиёжлари ва жинсий ҳиссиётларни жиловлаш орқали инсон фаолиятининг соҳаларини тушунтиришда ўта мураккаб ҳолда амалга оширилган, деб

<sup>98</sup><http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm>

<sup>99</sup><http://www.zhurnal.ru/magister/library/philos/freud/freud200.htm>

танқид остига олинган. Назариянинг оддийлиги туфайли қабул қилишимиз мумкин бўлганда, мураккаб назариянинг валидлиги муаммоси уни бой бериб қўйиш хавфини туғдиради.

Шахсдаги тадбиркорлик мотивацияси ҳамда таваккалчиликнинг шаклланишидаги боғлиқликларни ўрганар эканмиз, ундаги таваккал (хатарли) қарорларни қабул қилишдаги оғишларни ўрганмаслик мумкин эмас.

Гуруҳий табақаланишни ўрганиш жараёнида шундай нарса кашф этилдики, инсонлар бир ўзлари бўлганларидагига қараганда, гуруҳ орасида бўлганларида таваккал қарорларни кўпроқ қабул қилишга мойил бўлар эканлар. Шунинг билан биргаликда баъзи тадқиқотларнинг натижасига кўра, гуруҳ ичида яна ўта юқори эҳтиёткорлик туфайли оғиш ҳоллари ҳам бўлиши мумкин экан. Умуман олганда, гуруҳлар гуруҳий қарорларни қабул қилишга қадар, қатнашувчиларнинг установакаларига мувофиқ табақаланадилар, шу аснода, агар умумий муҳокамадан олдин гуруҳ аъзоларининг кўпчилик қисми таваккал қарорни қабул қилишга мойил бўлсалар, у ҳолда таваккал томонига нисбатан оғиш содир бўлади. Бунга қарама-қарши, агар гуруҳ аъзоларининг кўпчилик қисми умумий муҳокамадан олдин эҳтиёткорлик талаб этиладиган қарор қабул қилсалар, унда гуруҳий қарор эҳтиёткорлик позициясини ўзида акс эттиради.

Ноаниқлик ва таваккалчилик шароитларида олиб бориладиган иқтисодий фаолият тадбиркорлик фаолиятида ажралиб турувчи хусусиятлардан бири ҳисобланади. Шу боис ҳам, тадбиркорларнинг таваккалчиликка муносабатини ўрганишга бағишланган изланишлар психологик тадқиқотларнинг катта қисмини ташкил қилади. Тадбиркорларнинг таваккалчиликка муносабатини ўрганиш учун таниқли мутахассис *Р.Брокхауз (Brockhaus)*<sup>100</sup> ўз даврида Когана-Уоллача услубидан фойдаланган. Менежерлар ва тадбиркорлар устида олиб борилган қиёсий тадқиқотларида у таваккалчиликка нисбатан ҳар иккала тоифа синалувчилари орасида сезиларли фарқ йўқлигини аниқлаган (раҳбарлар – фирма мулкдорлари). Бироқ олим натижаларни ўртача аҳамият билан қиёслаганда эса

<sup>100</sup><http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsv/12.htm>

иккала гуруҳ ҳам таваккалчиликка мойиллигини яққол кўрсатган. Ушбу субъектив баҳо кўпинча, уларнинг қулай шарт-шароитларни субъектив баҳолашлари ва шу орқали муваффақиятга эришишларида шахсий имкониятларидан қай даражада фойдаланишларига боғлиқ. Тадбиркорликнинг психологик хусусиятлари феноменининг илмий таҳлили ҳозирда унинг иқтисодий фикрлар тараққиёти каби ривожланиб бормоқда. Сўнгги йилларда ушбу феномен муаммосининг долзарблигини тушунтириш маҳаллий олимлар олдига қатор вазибаларни кўндаланг қилиб қўймоқда.

Шу боис, бу борада 1999–2007 йиллар оралиғида қатор ижтимоий-психологик тадқиқотлар олиб борилди. 7-жадвалда келтирилган натижаларнинг икки кутбини, яъни жуда эҳтиёткор ва таваккалчиликка мойиллик мезонлари тадқиқотимиз учун аҳамиятли ҳисобланади.

7-жадвал

**ARs, TR, MR, BR гуруҳларидаги «Таваккалчиликка тайёрлик даражаси»ни аниқланганлигининг умумий таҳлили (n=200)<sup>101</sup>**

| Т.р. | Таваккалчиликка тайёрлик даражаси | Оралик баллар кўрсаткичи | ARs n=50 | TR n=50 | MR n=50 | BR n=50 |
|------|-----------------------------------|--------------------------|----------|---------|---------|---------|
| 1    | жуда эҳтиёткор                    | – 30 дан паст            | 2        | 1       | 3       | 2       |
| 2    | ўртача кўрсаткич                  | – 10дан +10 оралиғи      | 24       | 26      | 15      | 25      |
| 3    | таваккалчиликка мойиллик          | + 20 дан юқори           | 7        | 4       | 6       | 3       |

Шу нуқтаи назардан қараганда, эҳтиёткорлик борасида фарқли кўрсаткич яқка тартибда фаолият олиб борувчи тадбиркорларда кўринади. Ўйлашимизча, тадбиркорликнинг бу тури кўп жиҳатдан шахснинг ўз имкониятлари ва ҳаракатига асосланганлиги туфайли ҳамда шахсий сармоя ҳисобига ривожлантирилиши орқали, улар эҳтиёткорлик билан фаолият

<sup>101</sup>Жадвалда –29 ва –11 ҳамда +11 ва +19 оралиғидаги жавоб вариантлари келтирилмаган. Унга кўра: –29 ва –11 оралиғидаги ARs дан 10 нафар, TRдан 12 нафар, MR дан 22 нафар, BR дан 9 нафар иштирокчининг жавоблари таҳлил учун олинмаган. Шунингдек, +11 ва +19 оралиғидаги ARs дан 7 нафар, TRдан 7 нафар, MR дан 4 нафар, BR дан 11 нафар иштирокчининг жавоблари таҳлил учун олинмаган.

юретишга мойилдирлар. Шу билан бирга таваккалчиликка мойиллик ҳам айнан якка тартибда фаолият олиб борувчи тадбиркорларда кўпроқ учраяпти.

Бозорнинг ўзгарувчанлиги унда турғунликнинг мавжудмаслиги тадбиркордан таваккалчилик асосида иш юритишни тақозо қилади. Кўп жиҳатдан тадбиркорликдаги муваффақият таваккалчилик орқали ҳам белгиланади. Бизнесмен респондентлар (кейинги ўринларда жадвалда – TR) гуруҳидаги тадбиркорлар орасида таваккалчиликка мойилликнинг кам кўрсатилиши, улар фаолиятининг хусусиятлари билан белгиланади. Жамоавий тартибда ишлаш, якка ташаббуснинг чекланганлиги ва хўжалик юритиш фаолиятининг аниқ режасига риоя этиш таваккалчиликка қарама-қарши бўлган ҳолатлардир. Маълумки жамоавий тартибда иш юритиш, қарор қабул қилишда гуруҳий услубларни йўлга қўяди ва муваффақиятли натижа эҳтимолини оширади. Иқтисодий соҳадаги жамолар фаолиятини ўрганишга бағишланган ижтимоий-психологик тадқиқотлар, гуруҳий қарор қабул қилиш, иложи борича кам таваккаллик хусусиятига эга эканлигини эътироф этган.

Ўтказилган тадқиқот қуйидагиларни бизга аниқлаш имконини берди, яъни тадбиркорларда, одатда, ёш ўтиши билан таваккалчиликка мойиллик пасайиб боради; тажрибали тадбиркорларда таваккалчилик кўрсаткичи анча паст бўлади; тадбиркор аёлларнинг таваккалчиликлари тадбиркор эркеклардан фарқли ўлароқ айрим ҳоллардагина намоён бўлди, бу миллий менталитет билан изоҳланиши мумкин. Юқорида шартли равишда ажратилган икки тоифа вакилларининг ўзаро қиёсий таҳлили яна шуни аниқлаш имконини бердики, унга кўра сараланган эркин тадбиркорлар (ARs) бизнесмен (TR) респондентлар гуруҳидагилардан, магистрант (MR)лар бакалавр (BR) гуруҳидагилардан таваккалчиликка мойиллик даражаси юқорироқ экан. Масалан, рад этилган шахслар, ички конфликт борларда таваккалчиликнинг юқорилиги аниқланиб, бу тадбиркорлар ўртасида рақобатбардошлиқдан дарак беради; гуруҳ шароитида якка ҳоллардан фарқли таваккалчилик қилишга мойиллик камроқ ва секинроқ намоён бўлди. Бу эса иккинчи томондан гуруҳий кутишларга ҳам боғлиқлиги

тадқиқот натижаларига кўра ўз ечимини топди. Буни биз бизнесмен (TR) гуруҳи синалувчиларида аниқладик. Бунга сабаб ушбу гуруҳ вакилларининг сармояси давлат органлари ҳамда хориж сармоядорлари томонидан кафолатланганлиги, хўжалик фаолиятини юритишда аниқ стратегик режанинг мавжудлиги билан изоҳланади.

Бизга маълумки тадбиркорлик фаолиятида таваккалчилик тадбиркорнинг асосий эмоционал-иродавий хусусияти сифатида ўрин тутди. Кўп ҳолларда мағлубиятдан қочишга бўлган эҳтиёжни сезиш, тадбиркорда таваккалчиликка нисбатан мойилликларни чекланишига олиб келади. Шу сабабли ARs гуруҳи тадбиркорларида таваккалчилик билан мағлубиятдан қочиш мотивацияси бир-бири билан тескари муносабат ҳосил қилиши кузатилади ( $r=-0,55$ )<sup>102</sup>. Қанчалик таваккалчиликнинг ошиши мағлубиятдан қочиш мотивациясига нисбатан заруратни кам талаб қилади. Шунингдек, таваккалчиликка мойиллик муваффақиятга нисбатан ижобий боғланиш ҳосил қилиб ( $r=0,51$ ), бу тадбиркорда хўжалик фаолиятини юритишда ва стратегик мақсадларни амалга ошириш вақтида янгидан-янги ғалабаларга замин яратади.

Демак, ҳимояга нисбатан юқори мотивацияли кишилар кўпинча бахтсизлик ва тушқунлик ҳолатларига тушиб қолишаркан. Мағлубиятлардан кўрқадиган одамлар, одатда, таваккалчиликнинг юқори даражадаги кўрсаткичини намоён қилиб, яъни ўйламасдан фаолиятни амалга ошириб қўйишар эканлар. Тадқиқотнинг аниқланишича, тадбиркор хулқида намоён бўладиган ҳимоя установакиси учта омилга боғлиқ экан: (1) таваккалчиликнинг тахминий даражасига; (2) кучли мотивацияга; (3) ишда мағлубиятга учраш тажрибасининг мавжудлигига.

Шунингдек, иккита ҳолат тадбиркордаги иқтисодий хулқнинг ҳимоявий установакисини кучайтиради: (1) таваккал қилмай туриб исталган ниятга етиш; (2) таваккалчилик мағлубиятни келтириб чиқарган бўлса.

Агар тадбиркор муваффақиятга эришишнинг анчагина юқори

<sup>102</sup>Хайитов О.Э. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2005. – 145-б.

мотивациясини ўзида мужассамлаштирган бўлса, бу унда эҳтиёжнинг ўзини такомиллаштириш мезонини келтириб чиқаради. Шунингдек, булар ўз навбатида тадбиркордаги ўрта кўрсаткичдаги таваккалчилик ва мағлубиятдан қочиш мотивациясини шакллантиради. Таваккал қилган шароитда муваффақиятга эришавериш, аксинча, ҳимояга нисбатан установага салбий таъсир кўрсатади, яъни мағлубиятдан қочиш мотивациясини камайтиради. Тадқиқотда аниқланишича жуда эҳтиёткор ҳисобланган тадбиркорларда ҳимояга нисбатан қуйи мотивация аниқланиб, бу эса тадбиркорда муваффақиятга эришишда жуда паст мотивацияни келтириб чиқаради. Натижада, ушбу тадбиркорларда жамиятда ўз ўрнини топиш, обру-эътиборга сазовор бўлиш учун, тан олинисига нисбатан эҳтиёжи ўсиб боради.

Демак, тадбиркорлик фаолияти жараёнида муаммони ечиш ҳеч қачон осон кечмаган, лекин маълум тажрибага эга бўлиш мақсадга эришиш жараёнини тезлаштириб, мағлубиятдан қочишга ёрдам беради. Бунинг учун мағлубиятдан қочиб, мақсадга эришишнинг учта эҳтимолий йўлини айтиб ўтиш мумкин: (1) муаммони ечишга тизимли ёндашишдан фойдаланиш; (2) ҳар хил муаммоларни ечишга мос келадиган услубларни танлаш; (3) одамлар ва манбалардан муаммоларни ечишда фойдаланиш.

Агар мақсадлар мажмуи мавжуд бўлиб, муваффақиятга эришиш мотиви ривожлантириш билан боғлиқ бўлган муаммолардан бири саналса, бир вақтда уларни ягона мезон билан ўлчаб бўлмайди. Бундай мақсадлар мажмуига эришишни баҳолаш босқичма-босқич олиб борилади.

Бизнингча, қуйида келтирилган еттита босқич, мағлубиятдан қочиб муваффақиятга эришишда назорат воситаси бўлиб хизмат қилади: (1-) *босқич* – тайёргарлик; (2-) *босқич* – аниқ мақсад; (3-) *босқич* – муваффақият мезони; (4-) *босқич* – ахборотлар; (5-) *босқич* – режалаштириш; (6-) *босқич* – амалий иш; (7-) *босқич* – амалий ишнинг тўлиқ таҳлили.

Ниҳоят, тадқиқот дастурида илгари сурилган ишчи фаразлар тўлиғича исботланди, яъни тадқиқотнинг кўрсатишича, муваффақиятга интилишлари анча яхши бўлганларнинг таваккалчиликка мойилликлари ўртача бўлди. Мағлубиятдан



кўрқадиганлар эса таваккалчиликнинг ё ўта куйи, ё ўта юқори даражасини танлади. Синалувчиларда муваффақиятга интилиши қанчалик кучли бўлса, унинг таваккал қилиши камроқ бўлди, албатта, ютиб чиқишига ишончи ҳам унчалик кучли бўлмади. Мотивацияси жуда кучли бўлган одамлар таваккалчилар бўлиб, улар бахтсиз ҳодисаларни жуда кам бошдан кечирадилар, чунки уларда мағлубиятдан қочиш масаласи ҳам кучли бўлди. Ҳимоя инстинкти юқори бўлса, бу унинг муваффақиятга эришишига кўпинча ғов бўлади, натижада тадбиркор олдига юқори мақсадли масалалар қўя олмайди.

Демак, ноаниқ шароитларда иш олиб бориш, таваккалчилик билан боғлиқ қарорларни қабул қилиш ҳамда улар устидан шахсий жавобгарликни ҳис этиш тадбиркорлик хусусиятини ажратиб турувчи алоҳида сифат ҳисобланади. Хулоса қилиб айтганда, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишнинг ўзи таваккалчилик қилиш билан боғлиқ ҳолат, деб баҳолаш мумкин.

### **11-§. Ўзбекистонда янги тадбиркорликнинг ижтимоий-иқтисодий таҳлили**

Ўзбекистонда жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий шарт-шароити ўзгариши муносабати билан ҳозирда ишбилармон кишилар, бизнесменлар, тадбиркорлар каби атамаларни умумтушунча сифатида аниқлаб берадиган янги ижтимоий гуруҳ шаклланди. Ушбу гуруҳ вакилларининг фаоллиги мамлакатнинг иқтисодий ва сиёсий ҳаётига катта таъсир кўрсатади. Шу боис ҳам, замонавий ўзбек тадбиркорлари бугунги кунда жиддий психологик тадқиқотлар объекти ҳисобланади. Профессор *В.Каримова* раҳбарлигидаги Тошкент давлат иқтисодиёт университетида ўтказилган тадқиқотларнинг мақсади бўлиб, тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлигини таъминловчи омилларнинг аниқ ижтимоий-психологик шарт-шароитларга, шахсдаги устувор мотивация ҳамда установакаларга боғлиқлигини илмий усуллар ёрдамида тадқиқ этиш ва шу асосда бугунги ёшлардаги тадбиркорлик фаолияти мотивациясини ижтимоий тасаввурлар доирасида ўрганишдан иборат бўлди. Шунингдек, тадбиркорлик фаолиятининг асосини

ташқил қилувчи таваққалчилик, рақобат ва муваффақиятсизликка муносабат, ютукка эришишда шахсий имкониятларни баҳолаш, талаб даражаси ҳамда иқтисодий фаолият доирасидаги мақсадлар мотиви каби ижтимоий-психологик феноменлар тадқиқ этилган.

Эмпирик тадқиқотлар объекти сифатида, асосан, шахсдаги тадбиркорликка оид тасаввурлар, мотивация ва шахс сифатларини ўрганиш учун ҳам ўқиш, ҳам тадбиркорлик билан шуғулланаётган Тошкент Давлат иқтисодиёт университети (ТДИУ)нинг магистрант тингловчилари, Қарши Давлат университети (ҚарДУ)нинг сараланган бакалавр талабалари, яқка тадбиркорлар, бир қатор йирик компания (қорхона) раҳбарлари, менежерлар, хом ашё етказиб берувчи ва тайёр хом ашёдан маҳсулот ишлаб чиқарувчи тадбиркорлар танланди. Эмпирик изланиш ва сўровларда иштирок жами респондентларнинг сони бир неча минг нафарни ташқил этди. Магистрант, бакалавр талабалар, 35 ёшгача бўлган бизнесменлар ва эркин тадбиркорлар вакилларининг тадқиқот объекти қилиб танланишининг асосий сабабларидан бири – бу даврнинг инсон шахсининг ижтимоий шаклланишида аҳамияти, айнан шу ёшда қизиқишлар доираси маълум маънода торайиб, касбий йўналиш шаклланганлиги, ижтимоий тасаввурларнинг мақсадга йўналганлиги ва булар шахс тараққиётида етакчи ўрин эгаллаши билан тушунтирилади.

Объектнинг *репрезентативлиги* ва уларда тўпланган маълумотларнинг ишончлиги танланган методикаларнинг типиклиги, уларнинг ўзбек тилига ўгирилиб, юзлаб респондентларда синаб кўриб, мослаштирилганлиги, тадқиқотнинг кўпбосқичлилиги, танланган таҳлил методининг *релевантлиги* билан белгиланди.

Тадқиқотнинг асосий методлари *Т.Элерс*нинг «Муваффақиятга эришиш мотивациясини диагностика қилиш» ва «Мағлубиятдан қочиш мотивациясини диагностика қилиш» тестлари, *Шуберт*нинг «Таваққалчиликка тайёрлик даражасини аниқлаш» тести, *А.Маслоу* иерархияси бўйича «Шахсдаги асосий эҳтиёжлардан қониққанлик даражасини аниқлаш» методикаси ва тадбиркорлик фаолияти мотивациясини аниқловчи ижтимоий-психологик сўровнома (ИПС)лардан

иборат бўлди. 1999 йилдан бошлаб ягона дастур бўйича ҳозирги кунгача 2 йил оралиқ билан 4 мартаба қиёсий таҳлиллар (2001, 2003, 2005, 2007 йй.) бажарилди. Ундан ташқари 2005 йилда мазкур дастур бўйича, минтақавий ўзига хосликни ҳисобга олган ҳолда маҳаллий тадбиркорликнинг ривожланиш даражасини ёритувчи ижтимоий-психологик тадқиқот натижалари кенг китобхонлар ҳукмига ҳавола этилди (О.Ҳайитов, 2007).

## **12-§. Яхши иқтисодий шарт-шароит – тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг бош омили сифатида**

Тадбиркорлик фаолиятида шахснинг муҳим ижтимоий-психологик сифатлари қаторига, уларнинг воқеаларга бўлган, яъни катта талофат, муваффақиятсизлик, хонавайрон бўлиш ва ҳоказоларга бўлган муносабатлари киради. Айниқса, тадбиркорлар ўз муваффақиятсизликларини қандай баҳолайди, бу уларда қай тарзда кечади ва бундай ҳолатларда қандай ҳаракат қилишади – айнан шуниси катта аҳамиятга молик.

Тадқиқот натижаларига кўра шундай хулосага келиндики, мағлубиятни бошидан кечирган ҳамда муваффақиятсизликка ҳали дуч келмаган тадбиркорлар, реал даражадаги таваккалчиликка деярли бир хилда баҳо беришади. Фақатгина қийинчиликларни босиб ўтишда ўз имкониятларини баҳолаш бўйича баъзи бир тафовутлар аниқланди, лекин бу ҳали охиригача исбот этилмаган. Шу боис ҳам катта муваффақиятсизликнинг мавжудлигини тадбиркор олдида турган қийинчиликларни ечиш имкониятига таъсир кўрсатади, деб бўлмайди.

Шунингдек, иқтисодий муваффақиятсизлик шароитларида тадбиркорлар ўзларини қандай тутишлари мумкинлигини билиш ҳам ўта муҳим ҳисобланади. Айни мақсадда тадбиркорга: «Катта муваффақиятсизлик, омадсизлик шароитида Сиз қандай иш тутар эдингиз?» – деб мурожаат этилганда, атиги 17% тадбиркорлар тадбиркорликни ташлаб, бошқа фаолият билан шуғулланишларини билдиришди. 51% тадбиркорлар юқори мустақилликни, фаолликни, ўз кучларига

ишончни намоён этиб, ўзларини рўёбга чиқаришларини таъкидлашди. 31,4% тадбиркорлар эса муваффақиятсизлик ҳолатида ишончли шерик кидириб топишга ҳаракат қилишларини билдиришди.

Тадбиркорликнинг ривожланиши бевосита тадбиркорларнинг ўз фаолияти муваффақиятига берган баҳоларига, яъни олдиларида турган муаммоларни ечишларидаги шахсий имкониятларга ва қийинчиликларни босиб ўтишларига боғлиқдир. Тадбиркорлар орасида ўтказилган сўров натижаларига кўра, 80% тадбиркорлар ўз имкониятларини юқори баҳолаган бўлсалар, 20%и ўз имкониятларига аниқ баҳо беришга иккиланишган. Тадқиқот натижаларининг кўрсатишича, тадбиркорлар аксарият қисми ўз имкониятлари ва муваффақиятларини бир-бирига яқин, ўхшаш баҳолашди. Бу эса тадбиркорда фаолиятдаги муваффақиятга эришиш мотивацияси ўз имкониятларини кўра билиш ва мустақилликнинг муҳим ўрин тутишидан далолат беради.

Муваффақиятни юқори баҳолаш ижобий ҳолат ҳисобланиб, бу статистик жиҳатдан тадбиркорларнинг ишончлилик ва рақобатбардошлилигини баҳолаш билан боғлиқдир.

Шунингдек, тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш учун яхши иқтисодий шароитни баҳолаш 7 балли шкала бўйича ўтказилди. Шу билан бирга, ушбу масала бўйича 5% даражадаги ишончли фарқлар топилди. Ўзбекистоннинг марказий шаҳарларидан келган тадбиркорлар тошкентликларга нисбатан яхшироқ тадбиркорлик фаолиятини ташкил қилиш ва ривожлаништириш учун асосий омил сифатида яхши иқтисодий шарт-шароитни баҳоладилар. Корреляцион таҳлил натижалари ҳам бизнеснинг самарали ривожланиши ушбу омилга, яъни ижтимоий-иқтисодий шароитларни яхши ташкиллаштирилишига боғлиқлигини кўрсатди.

Ўтказилган тўртта қиёсий таҳлилларнинг барчаси тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишга жалб қилувчи ҳамда ундовчи (мотивловчи) психологик омиллар орасида тадбиркорлар ўзини *такомиллаштириш, мустақиллик, моддий таъминланганлик, атрофдагилар орасида обрў-эътиборга, мавқега эга бўлиш, бошқа инсонлар учун ишнинг фойда келтириши*, шунингдек, ушбу фаолият турининг тамомила янги

эканлигини санаб ўтишди. Шунингдек, ўтказилган таҳлил куйидаги хулосаларни илгари суриш имконини ҳам берди: *Биринчидан*, кишиларда ўзларининг хусусий бизнесини ташкил этишга туртки берадиган яна бир мотив давлат тасарруфидаги ҳамда бюджет томонидан молиялаштириладиган корхона ва ташкилотлардаги иш ҳақининг пастлиги ҳисобланади. 2000 йилда 46%, 2008 йилда 80% респондент тадбиркорлик фаолиятини шакллантиришга туртки бўлган дастлабки омиллардан бири деб эътироф этган бўлсалар, 2007 йилга келиб, бу кўрсакич, 84% ўсган. Буни жорий йилда ҳам пулнинг қадрсизланиши, инфляциянинг ўсиши, жойлардаги айрим корхона ҳамда ташкилотларнинг банкротлик эълон қилиши ва натижада мажбурий ишсизликнинг ошиши билан изоҳлаш мумкин. 2005 йилга келиб эса ҳукумат томонидан амалдаги қонун-қоидаларга жиддий ўзгартиришлар киритилиши, яъни бозорни, яқка тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланаётган жисмоний шахсларнинг фаолиятини маълум тизимга солиниши, импорт ва экспорт операцияларига қатъий талабларнинг жорий этилиши, бу соҳада ҳам айрим ўзгаришларни юзага келтириб чиқарди. Шунингдек, 2007 йил августида ЎЗР Президентининг «Давлат тасарруфидаги корхоналарнинг чет эл ҳамда маҳаллий инвеститорларга сотиш тўғрисида»ги Фармони сабаб бўлса керак, жорий йилга келиб 24,6%гина тадбиркорлар давлат секторидан хусусий секторга ўтиб фаолият юритишдан бош мақсад бу иш ҳақи эканлигини етакчи омил сифатида эътироф этишди; *иккинчидан*, яна юқоридаги фикрларга таянган ҳолда, бозордаги ушбу устувор ўзгаришлар айрим тадбиркорларимизда ўз имкониятларини тўлақонли намоёиш этиш хусусиятини яққол намоён этди. Қиёсий таҳлил натижаларига кўра, ушбу мотивни 2001 йилда 25% тадбиркор, 2003 йилда 31% тадбиркор, 2005 йилда 36,5% тадбиркор ва ниҳоят 2007 йилда 48% тадбиркор жавобларида мотивлар ичида ушбу мотив энг юқори омил эканлиги эътироф этилган. Бу эса ўз навбатида тадбиркорлар орасида ушбу фаолиятнинг шахсий қийматга айланиб бораётганлигининг далолатидир; *учинчидан*, аниқланишича 2005 йил тадбиркорлар бир неча бошқа сабабларни, яъни хусусий бизнесни ташкил этиш – бу тадбиркорга мутахассисликни ошириш имкониятини (7%),

кўпроқ ўз вақтига эга бўлиш имкониятини (16%) ва яхши жамоада ишлаш имкониятини (21,5%) беради, деб алоҳида таъкидлаб ўтишган бўлишса, 2007 йилга келиб, тамомила янги мотив мулкдор бўлиш имконияти (36%) борлигини ҳам эътироф этишган. Бу эса юқорида келтирилган фикр ва мулоҳазаларимизни яна бир тасдиқлайди.

Ҳар бир мотивларнинг мавжуд аҳамиятини текшириб кўриш мақсадида, текширилувчиларни худди шу мотивларга ўзларидан келиб чиққан ҳолда эмас, бошқа тадбиркор ва бизнесменларни тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишига нима ундаганини айтиб беришлари асосида салмоқли маълумотларга эга бўлинди. Уларнинг фикрича, иқтисодий омиллар – тадбиркорлик фаолиятида деярли биринчи даражали мотив ҳисобланар экан. Бошидаёқ у инсонни ушбу фаолият доирасини танлашга ундар экан, шундан сўнггина, фаолият жараёни мобайнида, инсон бошқа томонларни кўра билади. Бунда биринчи даражали эҳтиёжларнинг қондирилиши натижасида, моддий таъминланиш мотиви мотивацион структуранинг пастки даражаларига сиқиб туширилади.

Хулоса қилиб айтганда ўрганилган респондентларнинг 45%ини фикрича, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишидан асосий мақсад – бу иқтисодий моддий таъминланиш эмас, балки мамлакатни модернизациялаш жараёнида мулкдор сифатида ўзини *такомиллаштириши* ва *рўёбга чиқариши* имкониятининг мавжудлиги экан. Мазкур тадқиқот натижаларининг кўрсатишича 30% (2005), 25% (2007) респондентларимиз учун ижтимоий муносабатларга киришиш муаммоси қолган ҳар қандай эҳтиёждан устун экан. Бу ўринда моддий эҳтиёж 2005 йилда 10%ни, 2007 йилда эса 11%ни ташкил этиб, бизнесни ташкил этиш ва уни раванқ топтиришда мос равишда 8%, 12% респондент хавфсизлик чораларини кўришни мақсадга мувофиқ алоҳида эътироф этдилар. Тадбиркорликда муваффақиятга эришишда тан олинмиш эҳтиёжи 2005 йилда 7%, 2007 йилда 15% респондентда устунлик қилди. Бу эса, ўз навбатида, хусусий тадбиркорлик субъектлари онгида «менинг мулким», «мен мулкдорман» каби мантиқий хулосаларни шаклланганлиги орқали ҳам изоҳланади.

Ҳозирги бозор иқтисодиёти шароитида мустақил

Ўзбекистонимизда тадбиркорлик асосий ўринлардан бирини эгаллаган, тадбиркор эса иқтисодий қобилда асосий таянч нуқтаси бўлиб қолмоқда. Уларнинг масъулияти бутун бир мамлакат мақсадларини рўйбга чиқаришдир. Тадбиркор деганда, биз бозор иқтисодиётида ишлаб чиқариш учун маълум бир муаммоларни ечишда таъсир кўрсатувчиларни тушунишимиз лозим. Ҳозирги замон тадбиркорининг асосий иш мазмуни шундан иборатдир.

Иродавий мотивация тўпламида тадбиркорлар учун хизмат қиладиган бир қатор сифатлар мавжуд бўлиб, жамиятда тадбиркор ва нотадбиркорлар гуруҳи мавжуд эмас. Балки ҳар бир инсон тадбиркорлик фаолияти орқали ўз фаоллигини кўрсатиш имкониятига эга.

### **13-§. Муваффақиятли тадбиркорлик фаолиятини баҳоловчи вазиятли сўровномалар (МТФБВС) тавсифи**

Тадқиқотда, асосан, тадбиркорликка салоҳиятлилар (келажакда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошироқчи бўлган Тошкент Давлат иқтисодиёт университети талабалари, ТДИУ) ҳамда тадбиркор бўлишни истамайдиганлар (Низомий номидаги Тошкент Давлат педагогика университети талабалари, ТДПУ) қатнашишди. Вазиятларнинг кўпчилиги тадбиркорнинг мотивлар блоки соҳасидаги қарорлар қабул қилиш жараёнини ўрганишга қаратилди. Чунки ҳозирги кунда жамиятимизда тадбиркорларга белгиланган мавқе ва этнопсихологик стереотиплар юқори ижтимоий мавқега эга. Респондентлар ихтиёрига тақдим этилган вазиятларда тадбиркорлар томонидан амалга ошириш лозим бўлган вазифалар ёки тадбиркорларнинг фаоллиги қайд этилади. Масалан, биринчи вазият қуйидагича баён этилади:

[1] «Қурилиш компанияси директори янги магазин (Супер маркет)ни қуриш ва таъмирлаш учун фойдали буюртма олди. Шартноманинг асосий шартларидан бири, бу объектни ўз вақтида фойдаланишга топшириш эди. Аммо ноқулай об-ҳаво шароити туфайли қурилиш бироз чўзилиб кетди. Шу боис, объектни ўз вақтида топшира олмаслик муаммоси пайдо бўлди.

Шундай вақтда қурилиш компанияси директори қандай қарор қабул қилиши керак?»

Матндан кўриниб турибдики, қарор қабул қилиш компания директорининг тадбиркорлик фаолияти билан бевосита тааллуқли ҳисобланиб, ушбу вазиятга бўлган респондентнинг муносабати орқали эса талаба-ёшлар тасавуридаги қарор қабул қилиш соҳасида юз берадиган ўзгаришлар қайд этилади.

[2] Иккинчи вазият ҳам юқоридагига ҳамоҳанг бўлиб, унинг давоми сифатида баён этилади. Сизнинг фикрингизча қуйидаги ҳолатлардан қайси бирида таваккалчилик ўзини оқлайди?

Методик жиҳатдан, ушбу вазиятларни муҳокамага тақдим этиш респондентларнинг демографик тавсифига (тадбиркор ва нотадбиркорлигига) асосланади. Адабиётлар таҳлили ва илмий мушоҳада асосида таъкидлаш мумкинки, йигит ва қизлар тадбиркорликка оид ролларни классификация этиш ва жамият (бизнес олами)даги таваккал билан боғлиқ у ёки бу муаммоли вазиятларга нисбатан мотивациясини аниқлашда иқтисодий онгдан ўрин олган ва этник аҳамият касб этадиган ҳамда миллатга дахлдор анъанавий тасавуруларга асосландилар. Лекин таваккалчилик шароитларида қарорлар қабул қилиш инсоннинг ижтимоий муносабатлар тизимида кескин ўзгаришларни юзага келтириб, шахснинг ижтимоий тасавурулар тизимига янги ўзгартиришлар киритиш билан бирга, субъектнинг нафақат установакалари, балки унинг қадриятлари тизими, эътиқоди ва ишончи соҳаларида ҳам янгидан-янги тузилмалар шаклланишига асос бўлади.

[3] Респондентлар ихтиёрига тақдим этилувчи 3-вазиятда тадбиркорнинг ташқи таъсирга жавоб бера олувчи ҳамда мақсадлари йўлига хизмат қилувчи ижтимоий роллар соҳасидаги қарорлар қабул қилиш жараёни ўрганилди ва бу билан боғлиқ вазият қуйидагича баён этилди:

Тўйхона (чайхона) эгаси тушган фойда ҳисобига шунга ўхшаш яна бир иншоот қурилишини бошлади. Лекин шароит ўзгариб, қурилишни охирига етказиш учун унга маблағ етмай қолди. Бу вазиятда у қандай йул тутиши зарур?

Бир қарашда қурилиши битмаган бинони сотиш ёки қурилишни битказиш учун маблағ излаш доимо тадбиркорлик фаолияти мотивацияси билан узвий боғлиқ жараёндек туюлади.



Лекин ҳаётий тажрибамизнинг кўрсатишича, баъзида қариндошлар маслаҳатига қулоқ солиш ёки қурилишни қулай вақт келгунига қадар қолдириш зарурияти қарор қабул қилиш жараёнини мақсадли амалга оширишни тўла таъминлайди.

[4] Тўртинчи вазият ҳам тадбиркорлик фаолиятини амалга оширилиши учун ностандарт тафаккурга асосланадиган фикрлашларни тақозо этадиган қарор қабул қилиш жараёнини тадқиқ этишга қаратилди. Шу муносабат билан респондентларга қуйидагича муаммоли вазиятга жавоб бериш сўралди:

Тадбиркор сауна сотиб олди. Ундан фойдаланиш давомида шу нарса аён бўлди-ки, мулк эгаси саунани меъёрида ишлаши учун сув-иситиш тизимини тузатишга катта маблағ сарф қилиши лозим экан. Тадбиркор нима қилиши керак?

Ушбу вазият талқини ҳам, ўз моҳияти жиҳатидан аввалгисига ўхшаб кетади, яъни тадбиркор анъанавий тасаввуридан фарқли ўлароқ саунани сотиб олиш жараёнида қабул қилган қарорига «қарши иш»лар билан шуғулланади.

Тақдим этилган кейинги учта вазият муваффақиятли тадбиркорлик фаолиятини таъминлашга хизмат қилувчи тадбиркорнинг ресурслар блокига дахлдор бўлган установакалар соҳасидаги ўзгаришларни қайд этишга бағишланди. Шу муносабат билан респондентларга тадбиркорнинг «ташаббускорлиги»ни аниқлашга ёрдам берувчи қуйидаги савол билан мурожаат этилди:

[5] Бизнесмен майонез ишлаб чиқариш корхонасини очди. Энди у келажакда қандай иш юритиши лозим?

Навбатдаги вазият эса тадбиркор раҳбарнинг стратегик фикрлаши асосида қабул қиладиган қарорлари моҳиятини очиб беришга хизмат қилди:

[6] Муваффақият билан ишлайдиган туристик компаниянинг доимий мижози, мижозларни жалб қилувчи анча қиммат турадиган реклама пештоқини таклиф қилди. Тадбиркор қандай йўл тутиши лозим?

[7] Ва ниҳоят охириги вазият бу – тадбиркордан «ишчанлик қобилияти»ни намоён этувчи фаолиятини баҳоловчи вазиятли сўровнома саналади ҳамда унинг мазмуни қуйидагича:

Суғурта агентининг ишонган ва жуда ҳам керакли бўлган мижозини рақобатдошлари «илиб» кетишди. Бу ҳолат унинг

жуда ҳам жаҳлини чикарди ва ҳаттоки, руҳини ҳам тушириб юборди. Суғурта агенти сизга ўхшайдими?

Бу каби вазиятли сўровнома ўз ичига қуйидаги уч блокни қамраб олади: биринчи блок – «мотивлар», иккинчи – «мақсадлар», учинчи – «ресурслар». «Ресурслар» блоки учта таркибий қисмларга бўлинади: «ташаббускорлик», «стратегик фикрлаш» ва «ишчанлик қобилиятлари». Тадбиркорларда янгиликлар киритишга мойиллик, ижтимоий фаоллик ва фикрлаш қайишқоқлиги каби бошқа ижтимоий-психологик тавсифлар тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг махсус ресурслари сифатида кўриб чиқилмаган, чунки тажрибавий тадқиқот тадбиркорлар ва бошқа йўналиш мутахассисларида, уларнинг долзарблаштириш даражасида статистик тўғри фарқларни аниқламаган (*Г.Очилова, 2008*).

### **Боб юзасидан асосий тушунча ва атамалар**

Тадбиркор; мотивация; ижтимоий тасаввурлар; концепция; феномен; уч ўлчовли модел; Локус назорат; хулқ-атвор; тадбиркорлик фаолияти; таваккалчилик; ижтимоий-иқтисодий таҳлил; яхши иқтисодий шарт-шароит.

### **Боб юзасидан қисқача хулоса**

Бир қатор адабиётлар таҳлили ва тадқиқотлар натижаларига кўра, ижтимоий тасаввурлар тадбиркор ва унинг жамоаси психологиясидаги турли стеротиплар асосини ташкил этади. Чунки тадбиркор ўз ҳаёти мобайнида турли билимлар, қарашлар ҳамда тушунчаларни «тайёр», «ўзгармас» маънолар сифатида қабул қилади. Масалан, жамият, иқтисодиёт, ишлаб чиқарувчи-истеъмолчи, бозор, сотувчи-харидор, тадбиркор-бозор муносабатлари. Шу сабабли, турли жараёнлар ҳақидаги фикрлар қайтарилиши ва уларнинг авлоддан-авлодга ўтиши туфайли ижтимоий-иқтисодий стереотип тасаввурлар ҳосил қилади ҳамда онгда сақланишига сабабчи бўлади. Тадбиркорлар ташки локус назоратга (экстернал) эга бўлишлари биланоқ фаолиятларида ташки вазиятлар орқали содир бўладиган асосий

воқеликлар (ташки шароитнинг яхшилигини, бошқа тадбиркорларнинг таъсири, таъсодифий вазиятлар) ни англаб етадилар. Уларнинг ички локус назоратга эга бўлиши (интервал) эса, аксинча, ўзига тегишли ҳодисаларни юқори даражада назорат қилишга хизмат қилиб, ўз навбатида, у муваффақиятга эришиш каби мағлубиятдан қочиш мотивацияларининг таъсири доирасида масъулиятни қабул қилишга мойиллигини аниқлашда ҳам кўл келади. Ушбу назоратлар таъсирида тадбиркорлик мотивациясини тадбиркордаги таваккалчиликка мойиллик даражасига боғлиқлиги тежамкорлик тамойили сифатида эътироф этиш мумкин. Демак, ўтказилган қатор тадқиқотлар натижаларига кўра, ноаниқ шароитларда фаолият юритиш, таваккалчилик билан боғлиқ қарорларни қабул қилиш ҳамда улар устидан шахсий жавобгарликни ҳис этиш тадбиркорлик хусусиятини ажратиб турувчи алоҳида сифат ҳисобланади. Хулоса қилиб айтганда, мутахассисларнинг бу борадаги қарашлари асосида, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишнинг ўзи таваккалчилик қилиш билан боғлиқ ҳолат, деб баҳолаш мумкин.

### **Боб юзасидан ўз-ўзини назорат ва муҳокама қилиш учун саволлар**

1. Нима учун шахс ижтимоий воқелик деб юритилади?
2. Қандай тасаввурлар ижтимоий тасаввурлар деб аталади?
3. Ижтимоий тасаввурлар концепциясининг асосчилари кимлар?
4. Фанда ижтимоий тасаввурларнинг қандай муҳим хусусиятлари ажратилади?
5. Ижтимоий тасаввурлар тизимининг уч ўлчовли модели ким томонидан тузилган ва у нимани асослашга хизмат қилади?
6. Тадбиркорлардаги ижтимоий тасаввурларнинг динамик табиати қандай шаклланиш босқичларини ўзида қамраб олган?
7. Локус назорат нима?
8. Таваккалчилик тушунчасини қандай изоҳлайсиз ва уни тадбиркорлик фаолиятида тугган амалий аҳамияти

- нималарда кўринади?
9. Ўзбекистон янги тадбиркорлигининг ижтимоий-иқтисодий таҳлили қандай натижаларга таянади?
10. Нима учун мутахассислар, яхши иқтисодий шарт-шароит – тадбиркорлик фаолияти ривожланишининг бош омили сифатида, деб таъкидлашади?

### **Боб юзасидан фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

- Болотова А.К.** Прикладная психология: Учебник для вузов / *А.К. Болотова.* – М.: Гардарики, 2006.
- Гмурман В.Е.** Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике: Учебное пособие. – 11-е издательство, перераб. – М.: Высшее образование, 2006.
- Джон М.** Библиотека избранных трудов о стратегии бизнеса. Пятьдесят наиболее влиятельных идей всех времен / пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.
- Донцов А.И.** Концепция социальных представлений во французской социальной психологии. – М.: 1987.
- Как сбалансировать работу и личную жизнь / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
- Каримова В.М.** Ўзбек ёшларида оила тўғрисидаги ижтимоий тасавурларнинг шаклланиши: Дис. ... психол. фан. док. – Т.: 1994.
- Коул А., Маклин Х.** Руководство для ловцов сновидений. The Dream Catchers Handbook: Learn to Understand the Personal Significance of Your Dreams. – Мн.: Издательство София, 2004.
- Кошкина К.** Деловой преферанс (для богатых и солидных, а также для всех желающих). – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М. 2006.
- Райзберг Б.А.** Психологическая экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2005.
- Роик В.Д.** Профессиональный риск: оценка и управление. – М.: Анкил, 2004.
- Свенцицкий А.Л.** Социальная психология: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.
- Семенов А.К., Маслова Е.Л.** Психология и этика менеджмента

- и бизнеса: Учебное пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006.
- Хайитов О.Э.** Психологик иктисод: Ўқув қўлланма / Проф. *В.М.Каримова* тахрири остида. – Т.: ТДИУ, 2006.
- Хайитов О.Э.** Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2005.
- Найитов О.Е.** Psixodiagnostika: O'quv qo'llanma / Prof. *V.M.Karimova* tahriri ostida. – Т.: TDIU, 2007.
- Jodelet J.** Reresentation sociali; phenomenes, concert et theorei // *Moscovici S.* (ed) *psychologie socialr.* – P.: 1984.
- Moscovisi S.** Sur les representations jociles. – Paris. 1979.
- Rotter, J.B.** Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable. *American Psychologist.* – 1989. – #45.
- <http://psych.fullerton.edu/jmearns/rotter.htm>
- <http://www.zhurnal.ru/magister/library/philos/freud/freud200.htm>
- <http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm>
- <http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm>

## ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ ГЕНДЕР ЖИХАТЛАРИ

Бобнинг қисқача мазмуни

**Кичик бизнес доирасидаги аёллар интеграцияси.** «Ўзбекистон жамиятида аёлларнинг тугган ўрни» деб номланган гендер тадқиқот натижалари. Адаптив (кўникувчилар) гуруҳ ва у тўғрисида умумий маълумот. Индифентли (бефарқ) гуруҳнинг моҳияти. Фрустрация (тушқунлик) гуруҳи таҳлили. Ишсизлар гуруҳи ҳақида маълумот. Ҳўтказилган гендер тадқиқотлар асосида маҳаллий шароитдаги кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари доирасидаги аёллар интеграцияси масаласининг мазмун ва моҳияти. Ушбу масала юзасидан Россия ва Ўзбекистон тадбиркорлари фаолиятининг таққосий таҳлили.

**Аёллар тадбиркорлигининг ижтимоий жиҳатлари.** Аёлларнинг бозор шароитига киришга ҳалақит берувчи ички ва ташқи тўсиқлар мазмуни. Бу борадаги жамоатчилик фикри ва блиц сўров натижалари. Хорижий тадқиқотлар натижаларининг ижтимоий-психологик таҳлили.

**Замонавий ўзбек тадбиркор аёли ва унинг имижиси муаммоси.** И.Каримовнинг оила, давлат ва жамият қурилишларида аёлларнинг ролини ошириш борасидаги амалий ишлари. Замонавий ўзбек тадбиркор аёли ва унинг имижиси муаммосининг маҳаллий шароитда

тадқиқ этилиши ҳамда тадқиқотлар натижаларининг ижтимоий-психологик таҳлили.

**Бозор муносабатлари шароитида жянсий тафовутларни иқтисодий самарадорликка кўрсатадиган таъсири.** И.Кон Ҳўтказган тадқиқотлар улар орқали аниқланган турли хил фаолиятларда эркаклар ва аёлларда намоён бўладиган жинсий хўсусиялар мазмуни. Ишдан қоникшиш (Иқ) ва қасдан қоникшиш (Ққ) ўртасидаги жинсий тафовутлар ёки А.Китовнинг бу борадаги тадқиқотлари моҳияти. Эркак ва аёллар меҳнат мотивацияси. Устун тип. Ситуатив тип. Қонформ тип.

**Оилавий тадбиркорлик.** Оилавий бизнес масаласи ва унинг фанда ўрганилганлик даражаси. Дехқон ва фермер хўжалиқлари оилавий бизнеснинг асоси сифатида. Ўзбек аёлининг оилавий бизнесдаги роли ва улуши. Гомогин, доминант, мўжароли ва формал оилаларнинг бизнесда тугган ўрни.

**Оила бизнесининг ҳуқуқий жиҳатлари.** Оилавий бизнесда учраб турадиган айрим долзарб ҳуқуқий масалаларнинг психологик аспектлари. Ниқоҳ шартномаси ва унинг бизнес оламидаги аҳамияти. Бу борада олиб қорилётган тарғибот ва ташвиқот ишлар моҳияти.

## 14-§. Кичик бизнес доирасидаги аёллар интеграцияси

Бозор иқтисодиётини ривожлантириш йўлида соҳадаги ислохотлар кўламини кенгайтирувчи асосий куч сифатида тадбиркорлар синфи хизмат қилади.

Ўзбекистоннинг бозор иқтисодиётига ўтиши ва демократик тузум сифатида шаклланиши билан боғлиқ мураккаб ўтиш даври шароитларида, давлатимиз ва жамиятимиз диққат марказида, мамлакатнинг ижтимоий-сиёсий ҳаётида аёлларнинг фаол қатнашишига эришиш масаласи алоҳида аҳамият касб этмоқда.

Ҳозирги кунда мамлакатимиз иқтисодини ислоҳ қилиш жараёнида аёллар фаол иштирок этишиб, лозим бўлганда меҳнат фаолияти шаклларини ўзгартирадилар. Аёллар оммавий равишда ўзларининг ижтимоий ва касбий ҳақ-ҳуқуқларини ўзгартирибгина қолмай, балки аксарият вазиятларда уларни пасайтиришга уринмоқдалар. Яъни сунъий ҳолатда, ўзларини ишсизга айлантиришиб бошқа касбга қайта ўрганишга ва таълимдан орттирилган касбий билимларни талаб қилмайдиган бандлик турларидан фойдаланишга мажбурлар.

«Ўзбекистон жамиятида аёлларнинг тутган ўрни» деб номланган гендер тадқиқот натижаларига кўра, аёлларнинг бандлик соҳасидаги ижтимоий мослашувчанлиги бўйича куйидаги типологик гуруҳларга ажратиш мумкин: [1] *Адаптив* (кўникувчилар) *гуруҳ* – ишлайдиган, яъни ўз иш жойини йўқотмаслигига ишонч ҳосил қилган оптимистик меҳнат кайфиятидаги аёллар. Бу аёллар жами респондентларнинг 21%ини ташкил қилади. Шунингдек, улар меҳнат ахлоқи ва фаоллигининг ўзгарувчанлиги бўйича динамик гуруҳ ҳам саналиб, бозор иқтисодиётининг ўтиш даври шароитига мослашган ва ижтимоий аҳволи бўйича тадбиркор ҳамда зиёли аёллар аудиториясидан иборат. [2] *Индифентли* (бефарқ) *гуруҳ* – ижтимоий аҳволи бўйича уй бекаси саналган аёллар гуруҳи ҳисобланган, улар сўровда қатнашганларнинг 21%ини ташкил этади. [3] *Фрустрация* (тушкунлик) *гуруҳи* – таҳлил натижаларига кўра энг катта гуруҳ ҳисобланиб, уни иштирокчиларнинг ярмиси (50%) ташкил этади. Психологияда ишсизлик туфайли келиб чиқадиган тушкун ва ташвишли

ҳолатларга *фрустрация* дейилади. Таҳлил натижаларига кўра, ижтимоий-демографик жиҳатдан бу гуруҳ таркибини хизматчилар, муҳандис-техник мутахассислар (60% агрофида) ташкил этади. Фрустрацион (тушкунлик) кайфиятга тушиб қолганлар аудиториясида тадбиркор аёллар (икки баравар кам) ҳам борлиги диққатга сазовор. Бу ҳолат ишсизлик туфайли эмас, балки иқтисодий вазиятнинг беқарорлиги ҳамда тадбиркорлик соҳасида амалга оширилган юқори даражадаги тавакалчилик натижасидан келиб чиққан. [4] *Ишсизлар гуруҳи* – сўровда иштирок этган респондентларнинг 8%ини ташкил этади.<sup>103</sup>

Ушбу маълумотларга таянган ҳолда, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланадиган аёлларни янги иқтисодий шароитларга мослашувчанлиги юқори аҳоли қатлами, деб ҳисоблаш мақсадга мувофиқдир.

Маълумки, тадбиркорликни ташкилий-хўжалик фаолиятининг бир тури сифатида таҳлил этиш, унинг чегараларини аниқлашни талаб қилса-да, буни мақсад сифатида ўз олдига қўймайди.

Бизнинг фикримизча, тадбиркорлар деганда, фақатгина «пул топиш» билан бевосита шуғулланадиган ва ўз капиталидан мустақил фойдаланадиган қатламни тушуниш керак эмас. Балки кенгрок, ўз (ишлаб чиқариш, тижорат, молиявий) фаолиятини фойда олиш мақсадида алоҳида равишда қабул қилинадиган қарорлар асосида амалга оширадиган барча инсонлар бу тоифа вакиллари ҳисобланиши лозим.

Шу боис, айнан кенг маънодаги тадбиркорлик фаолиятигина олдинги иқтисодий тизимга хос аёлларнинг иқтисодий юриш-туришидаги хусусиятлардан (пассивлик, сустлик, тараддудланувчанлик, боқимандалик) муқобиллашган бўлиши шарт.

Мамлакатимизнинг қатор иқтисодий-сиёсий ҳамда ижтимоий-психологик омиллар туфайли цивилизациялашган бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтиши мақсадга мувофиқ ҳодиса саналади.

Жамият аъзоларининг яшаш шароитини моддий жиҳатдан

<sup>103</sup>Изоҳ. Бу бордада ўтказилган кўп сонли ижтимоий тадқиқотлар асосида мазкур гуруҳни фрустрация даражаси бўйича олдингисига қўшиб қўйса ҳам бўлади.



тўлақонли эмаслиги ҳамда давлат корхоналари томонидан тўланадиган паст даражадаги маош тезкор даромад манбаи саналадиган тадбиркорлик фаолиятини юритишни тақозо этади. Шу боис, ушбу қатлам вакилларининг кўпчилиги кам миқдордаги моддий, жисмоний ва касбий сарфланишларни талаб қиладиган ҳамда оз вақт ичида катта даромад келтирадиган *воситачилик* фаолияти билан шуғулланмоқдалар. Оммавий ахборот воситалари томонидан бериладиган эълонлар таҳлилига кўра, товар ишлаб чиқарувчилар ва воситачилар орасида, афсуски, сезиларли даражадаги тафовут борлиги аниқланмоқда.

Ўтказилган маркетинг психологиясига оид тадқиқотларнинг кўрсатишича, катта ва ўрта корхоналар бошлиғи лавозимида фаолият юритаётган 80%лик ҳолатларда аёллар, бизнесни танлаш ва унда етакчи ўринни эгаллашни маъсулият юзасидан амалга оширишган. Масалан, аёллар раҳбар бўлган магазин, ошхона ва сартарошхоналар мулкчилик шаклини ўзгариши хисобига ғайрихитиёрый равишда тадбиркор бўлишга мажбур эдилар.

Статистик маълумот натижаларига кўра, Россия бизнеси аънанавий равишда *«эркаклар қиёфаси»*ни сақлаб қолмоқда. «Жамоатчилик фикри» номли жамғарма маълумотларига кўра, ҳозирда бизнес билан шуғулланадиган эркакларнинг сони 83% гача етган. Рус аёллари эркакларга қараганда, хусусий фаолиятни анча эҳтиёткорлик билан бошлайдилар. *«Ўз хусусий бизнесимни очишим керак»*, деган мақсад билан рус эркакларидан 10%и ва аёлларидан 4%и ҳаракат қилишади.<sup>104</sup>

Маҳаллий шароитда эса бу борада олиб борилаётган ижтимоий тадқиқотлар кўлами жуда кам. Шу боис, уни иқтисодий ҳамда ижтимоий-психологик жиҳатдан тўлақонли ўрганиш ҳозирги жамиятнинг олдида турган долзарб вазифалардан биридир.

Статистик натижаларга кўра, тадбиркорлар орасида (кичик бизнесдан ташқари) эркаклар сони аёллардан беш барабар кўпроқ. Кичик бизнесда эса эркаклар, уларнинг тўртдан уч

<sup>104</sup> Алан В. Бизнес-план. Учебн.-практ. пособие / пер. с англ. Алмазовой Н.И., Булиной И.Ю. – 3-е изд. – М.: Изд-во Проспект, 2005. – 232-с.

қисмини ташкил этадилар. Шунингдек, тадбиркорлик фаолиятини ёлланма иш билан биргаликда олиб борадиган эркаклар сони 55–60%ни ташкил этади. Ишлаб чиқариш соҳасида раҳбарлик ва менежерлик лавозимларида фаолият юритаётган эркаклар ва аёллар нисбати эса 3:2 га тенг. Аниқланилишича, аёллар 5:4 нисбатида кўпчиликни ташкил этадиган биринчи гуруҳ – бу илм-фан, таълим, соғлиқни сақлаш муассасаларининг раҳбарлари, яъни ижтимоий соҳани бошқариш аппаратининг ўрта бўғини.<sup>105</sup>

Россия Давлат статистика қўмитасининг маълумотларига кўра, маъсулиятли чекланган жамиятларда фаолият юритаётган аҳолининг 39%ини, кооператорларнинг 23%ини, ёлланма хизматдан фойдаланадиган тадбиркорларнинг 17–19%ини, фермерларнинг 20%ини ҳамда индивидуал меҳнат билан шуғулланадиганларнинг 30%ини *аёллар* ташкил этади.<sup>106</sup>

Замонавий психологик тадқиқотларнинг кўрсатишича, ижтимоий-демографик хусусиятлар бўйича, фирма раҳбарлари ва уларнинг яқин ёрдамчиларини – асосан – 30–40 ёш орасидаги эркаклар ташкил этади. Аёллар одатда, эҳтиёткорлик, пухталиқ, тафсилотларни билиш орқали иш юритиш талаб қилинадиган иш ўринларида фаолият юритадилар. Шунингдек, ёши 30дан кичик бўлган аёлларнинг аксарияти котиба, референт, оператор лавозимларида меҳнат қилмоқдалар.<sup>107</sup>

Маълумки, эркак ва аёл бир-бирдан қатор психологик хусусиятлари ҳамда сифатлари орқали ҳам фарқланади. Замонавий фан, эркак ва аёл турларининг намоён бўлишини жинси билан эмас, балки шахсий хусусиятлари орқали белгиланиши лозим, деб ҳисоблайди.

Бизнес оламига кадам қўйилиши сабаблари доирасида ҳам эркак ва аёллар орасида жиддий фарқлар мавжуддир. Аёллар бизнеси йўналиши, ўзларининг маъсулиятида бўлган яқин одамлари мулки томон қаратилган. *Ички ҳиссиёт* (интуиция)га берилувчанлик тадбиркор аёл потенциалини тартибга солиди ва

<sup>105</sup> Атоновский В.Е. Интеграционные процессы в реальном секторе Российской экономики (на примере промышленных и банковских структур). Спец. 08.00.05. // Автор. ... кан. экон. наук. – М.: 2002. – 29-с.

<sup>106</sup> Маркхам У. Когда женщина на пределе: о пользе и вреде стресса. – М.: 1998. – С. 75.

<sup>107</sup> Тарасов В.К. Технология жизни. – М.: 1990. – С. 36.

бошқа одамлар мулки нисбатан сезувчанликни оширади.

Ижтимоий сўровлар ва тадқиқотларда иштирок этган аёл тадбиркорларнинг таъкидлашларича, фаолиятни амалга оширишдан асосий мақсад – бу ўзини рўёбга чиқариш (40%), қизиқишларини аниқлаш (35%), моддий ишончликка, яъни пул жамғармасига эга бўлишлик (30%), яқин одамлари ҳақида гамхўрлик қилиш (25%), касбий камолот (20%) ҳамда шахсияти аҳамияти ва қийматини юксалтириш (15%) имкониятларининг мавжудлигидир.<sup>108</sup>

Аёл тадбиркорларда ўз шахсияти аҳамияти ва қийматини юксалтириш имкониятини синаб кўриш эркакларга қараганда бироз мўътадилликка эга. Одатда, моддий манфаат доимо шахсий сабаблар билан рақобат қилади ва тадбиркорнинг молиявий фаровонлиги учун хавф туғдиради. Аниқланилишича, ўзини баҳолашга уриниш амалга оширилаётган вазиятларда пулга (моддий) бўлган эҳтиёж кўламини пасайишига хизмат қилади.

Шунингдек, бизнесда етакчи ўринларни эгаллайдиган аёллар эркакларга қараганда, юқори даражадаги тортувчан хусусиятга эга. Тадбиркорлик билан шуғулланадиган 32–45 ёшли аёлларда, одатда, касбий камолот ҳамда юксак даражадаги замонавий касбий технологиялар доирасида фаолият юритишга интилиш борган сари аҳамиятга молик ҳисобланади.

Хорижий тадқиқотларнинг кўрсатишича, эркак ва аёл тадбиркорларнинг фаолиятни амалга ошириш жараёнидаги ахлокий позиялари ҳам хилма-хилдир. Ушбу жараёнда иштирок этаётган аёл ҳаракати кўпроқ атрофдаги бошқа кишиларга боғлиқ бўлиб, юксак даражадаги одоб тамойилига амал қилишни тақозо этади. Оқибатда, аёлларнинг ижтимоий маъсулияти эркакларникидан кўра, юқорироқ бўлади.

Самарали бизнесни ташкил қилишга ёрдам берадиган шахсий хислатларнинг 20–25%и умумий хусусият касб этиши билан аҳамиятга молик ҳисобланади. Масалан, тадбиркорликни

<sup>108</sup> **Очилова Г.О., Ҳайитов О.Э.** Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришдаги жинслар интеграцияси масаласи // «Иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш шароитида корхоналарда маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва бизнес стратегияларини ишлаб чиқиш» республика илмий-амалий анжумани маърузалари тўплами (16–17 октябрь 2007 йил). – Т.: ТДИУ, 2007. – Б. 101.

ривожлантиришга кўмаклашувчи муҳим шахсий хислат сифатида эркалар «*ғайриоддий қарорлар қабул қилиши*»ни эътироф этишса, аёллар «*мулоқотга қодирлик*»ни алоҳида ажратиб кўрсатадилар.<sup>109</sup>

Айнан аёллар ўзларининг мулоқотмандлиги, миждозга нисбатан жўшқин муомаласи, ишончли муносабат куриши ҳамда билимга таяниб корпоратив масалалар ечишда эркалардан анча устундирлар. Жамиятдаги мавжуд кадриятларга нисбатан қарашлардаги ўзгариш, яшашнинг демократик услубларига ўтиш одатдаги «кучли етакчилардан» фарқли равишда янги «илҳомлантирувчи харизматик етакчилар» аудиториясининг шаклланишига ёрдам бермоқда.

## 15-§. Аёллар тадбиркорлигининг ижтимоий жиҳатлари

Иқтисодий, ижтимоий муҳит каби, шахс ҳам аёлларнинг тадбиркорлар доирасига киришига ёрдам берадиган ёки тўсиқ бўладиган хусусиятлар мажмуига эгадир.

Бошқа сўз билан айтганда, аёлларнинг бозор шароитига киришга тўсиқлар ички ва ташқи бўлиши мумкин. Шу боис, ҳақ-ҳуқуқ, маълумот ёши, медицина, жисмоний хусусиятлар, шахсга аҳамиятли кадриятлар таркиби, шахсий хусусиятлар мажмуи каби ички тўсиқлар мавжуд бўлиши ёки бўлмаслиги тадбиркорлик фаолиятини бошламоқчи бўлган аёлнинг ўзигагина боғлиқ. Мутахассисларнинг фикрича, бу соҳанинг ривожланишига таъсир кўрсатувчи ташқи тўсиқлар сирасига – мамлакатдаги соф иқтисодий, ҳуқуқий ва жамиятда устувор бўлган кадриятларни қамраб оладиган ижтимоий-иқтисодий вазиятлар киради.<sup>110</sup>

Илмий тадқиқотнинг илк босқичларидан бирида маҳаллий аҳолининг тадбиркор аёлларга нисбатан қандай муносабатда эканлигини билиш мақсадида «*блиц сўров*» ўтказилди. Сўров учта саволдан иборат бўлиб, респондентлардан тўлиқ мазмундаги ихтиёрий жавоблар варианти талаб этилди. Саволлар қуйидагилардан иборат: [1] *Замонавий тадбиркор*

<sup>109</sup>Изоҳ: Мазкур статистик таҳлил тадқиқотчи Г.О.Очлова томонидан ўтказилган тадқиқотлар натижалари ҳисобланади.

<sup>110</sup> Михайлов В.И. Азбука бизнеса (Как начать свое дело). – СПб.: Питер, 1998. – С. 57.

аёлларга бўлган муносабатингиз қандай? [2] Сизнингча, тадбиркор раҳбар аёл қандай бўлиши керак? [3] Фикрингизча, давлатимиз равнақи йўлида ишбилармон, тадбиркор бўлган раҳбар аёллар керакми?

Билич сўровда иштирок этган респондентлардан 40%и давлат хизмати бошқарувида фаолият юритаётган эркак раҳбарлар, қолган 60%и 18 ёшдан 70 ёшгача бўлган эркин фуқаролардир. Демак, бу борадаги қўлга киритилган жамоатчилик фикри куйидагилардан иборат бўлди:

Биринчи мурожаатга сўралувчиларнинг 70%и ижобий баҳо беришди, яъни бир сўз айтганда «тадбиркор аёлларга муносабатимиз яхши» деб эътироф этишди. Демак, олиб борилган тадқиқоти ишининг биринчи босқичидаёқ аҳолининг тадбиркор аёлларга нисбатан ижобий муносабатда эканликлари аниқланди.

Иккинчи мурожаатга берилган жавоблар эса ёш, жинс ва аҳолининг ижтимоий мавқеи жиҳатидан олганда ўзаро тафовутланади. Яъни 18–20 ёшгача бўлган ёшлар кўпроқ замонавий тадбиркор аёлнинг ташқи кўринишига баҳо беришга ҳаракат қилишган. Уларнинг фикрича, биринчи ўринда – тадбиркор аёл – чиройли, яхши, замонавий кийинган, сочи чиройли турмакланган бўлиши шарт. Шундан кейингина, у интеллект, ақли, яхши ишлайди хусусиятлар соҳибаси бўлиши лозим. Уларнинг ҳаётий тажрибасизлиги ҳамда ёшликлари боис, масалага бирёклама муносабатда бўлишди. Ушбу мурожаатимизга давлат хизматида фаолият юритаётган эркак раҳбарларнинг берган жавоблари алоҳида аҳамият касб этади. Бу масалага, улар анча масъулият билан ёндашишиб, фикрларини тўлиқ ва аниқ ифода этишди. Уларнинг эътироф этишларича, тадбиркор аёл ишбилармон, ҳалол, меҳнатсевар, таваккалчиликка мойил, доно, уддабурон, етти ўлчаб бир кесадиган ва қатор сифатларга эга бўлишлари керак. Шунингдек, айрим эркак ва аёл эркин фуқароларнинг берган жавоблари ўртасида ҳам тафовутлар мавжуддир. Баъзи кам фоида эркакларнинг фикрича, аёл киши тадбиркорлик билан шуғулланмай, уйда уй бекаси сифатида ўтириши шарт, яъни қисқача айтганда аёл кишининг ўрни уйда белгиланади.

Учинчи мурожаат бўйича олинган жавобларнинг фақат

30%игина ижобий баҳоланди холос. Аҳолининг фикрига кўра, жамиятимиз равнаки йўлида тадбиркор аёлларнинг қўшаётган ҳиссаси жуда камдир. Чунки тадбиркор аёл деганда, бозорда тадбиркорлик билан бевосита шуғулланувчи, шахсий манфаат кўзловчи аёлларни эмас, балки жамиятимиз, давлатимиз тараққиётида фаол иштирок этувчи ҳамда фойда келтирувчи ишбилармон аёлларни тушунмоғимиз керак. Ҳақиқатан ҳам, мамлакатимиз статистика ходимлари маълумотига кўра, ишлаб чиқариш соҳасининг ўзигагина 51% аёл меҳнат қилади. Шундай бўлишига қарамай, уларнинг ичида тадбиркор, ишбилармон аёллар аудиторияси озчиликни ташкил этади.

Аёлнинг бозор шароитига мослашишига таъсир кўрсатадиган ҳуқуқий жиҳатларни кўриб чиқайлик. Нима даставвал аёл кишига тадбиркорлик фаолияти шуғулланишига ҳалакит беради? Ушбу савол – иш жойида муаммоси бўлган, ишсиз, ҳозирги меҳнат бозорига мослашишга қийналаётган ва бўш иш ўринлар ярмаркасига келган аёллар ўртасида, одатда, бандлик хизмати томонидан ўтказиладиган сўровда берилди.

Сўровдан ўтганларнинг учдан бирида, бозор иқтисоди соҳасида билимлари йўқлиги ҳамда керакли касбий тайёргарлик мавжуд эмаслигини кўрсатди. Истисно тариқасида, бу ўринда, ўзбекистонлик аёлларнинг таълим даражасини юқорилиги бозор иқтисоди шароитида ҳам самарали ўқитишга ёрдам бериш мумкинлигини алоҳида қайд этиш жоиздир. Бу ҳолатда керакли шарт-шароит ҳамда касбий тайёргарлик тармоғини ривожлантиришни яратиш ҳисобигагина муаммони тез ва осон ечиш имкониятини борлигига ишонса бўлади. Чунки аёлларнинг ўзлари ҳам муваффақиятли тадбиркорлик билан шуғулланишга ёрдам берадиган таълим сифатида катта аҳамият берадилар. Сўровда қатнашганларнинг 65%и бунинг учун олий маълумот кераклиги ҳақида эътироф этган бўлсаларда, 20%и муваффақиятли ишлаш учун таълимнинг аҳамияти йўқ деб ҳисоблайдилар.

Сўровда қатнашганларнинг 30%и ижтимоий алоқаларни йўқлиги ҳам мазкур турдаги фаолиятни амалга оширишда тўсик бўлиб хизмат қилиши мумкин, деган фикрни билдирдилар. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, мослашишда қийинчиликни ҳис қилаётган аёлларнинг аксарияти паст даражадаги меҳнат

мотивациясига эга, кўп йиллар давомида бир жойда, яъни фаолиятини тўхтатган йирик давлат корхоналарида ишлаганлар ҳамда эски ижтимоий алоқаларни йўқотганлар ҳисобланишар экан.

Шундай қилиб, билим ва ижтимоий алоқалар етишмаслиги ҳуқуқий жиҳатдан ҳал қилиниши лозим бўлган асосий тўсиқлар сирасига қиради. Ёш, оилавий аҳвол каби ижтимоий-демографик омиллар эса бу тоифанинг фикрича, тадбиркорлик фаолиятини бошлаш арафасида турган аёллар учун паст даражада тўсиқ бўлиши мумкин.

Асосий ҳаётий қадриятлар тизими кўламадан олиб қараганда ҳам, жамият аъзоларининг аънанавий жинсларга бўлиниши, аёлларнинг янги ҳаётий қадриятларга мослашишига ва тадбиркорлик фаолиятига кириб келишига ўз таъсирини кўрсатади.

Чунки аёллар табиати бўйича, шошилиш равишида ҳаёт йўл-йўриқларини ҳамда ижтимоий-маданий қарашларини ўзгартиришга мойил эмаслар. Аёлларнинг консерватизми ва кўпроқ тақдирга ишонишлари сабабли, улар эркаклардан кўра ахлоқий қарашларда барқарордирлар. Шу жиҳатдан, аёллар консерватизмини (эскиликни ёқлашини) салбий ҳодиса сифатида баҳолаш керак эмас, аксинча, ижтимоий моҳият бўйича уларнинг эскиликни ёқлаши – бу ижобий ҳодисадир. Бу ҳодисанинг асосий мақсади кўп ҳолатларда – ҳаёт билан синовдан ўтказилган маънавий (оила, болалар, барқарорлик каби) қадриятларни ҳимоя қилишга қаратилган бўлади. Аёллар консерватизми камдан-кам ҳолларда тажовузкор ва чидаб бўлмас даражада намоён бўлиши мумкин. Ахлоқсизлик ва маънавийсизлик ҳужуми остида, маданиятни коммерциялаш ҳамда маънавий таназзул шароитларида аёлларнинг «оммавий онгида» сақланувчи «жинсий куч» ишга тушади.

Вақт ўтиши билан радиал давр таъсири остида аёллар ижтимоий мавқеининг ўзгариши кўплаб баҳс-талаб, мунозарали тадқиқотлар объекти ҳамда предметига айланиб бормоқда.

Охириги фикрлар юзасидан олиб борилган тадқиқотлар натижасининг кўрсатишича, 2000–2007 йиллар оралиғида ўтказилган сўров маълумотлари солиштирилганда, ҳозирги пайтда жамиятимизда содир бўлаётган ўзгаришлар қисқа вақт

ичида аёллар ижтимоий мавқеининг эволюциясига таъсир қилганини билиш имконини беради. Бу тадқиқотнинг қуйидаги илмий янгилиги, яъни «шахс эркинлиги»га қизиқиши даражасини ортиши алоҳида аҳамиятга молик воқеъликдир. Агар 2000 йилда ўтказилган сўров иштирокчиларининг 55%и «шахс эркинлиги» мотивини бахтнинг ажралмас қисми, деб билишган бўлишса, 2005 йилда эса бу кўрсаткич 22%га ўсган.

Шахс эркинлиги – бу ижтимоий моҳиятга эга бўлиб, хулқ шаклини ўз хоҳишича танлаш, имкониятларига мос равишда жамиятда ўрнини топа олиш мотивациялари йиғиндисидир. 2005 йилда сўровларда иштирок этганларнинг 29%и оғир ҳаётий вазиятларда фақат ўз кучларига ишонишларини билдиришган. Бу натижа, охириги йилларда ўзбек аёллари онгида мустақилликка бўлган интилишни нечоғлик ўзгарганлигини кўрсатиши баробарида, иқтисодий фаолликнинг асосини ҳам ташкил этади.

Шу боис, охириги илмий тадқиқотлар хулосасига таянадиган, аёллар профессионал карьерасидаги кескин ўзгаришларни ижобий ҳолат сифатида эътироф этиш мумкин. Агар 2000 йилда сўралганларнинг 19%и карерадаги омадни «бахт» сифатида тасаввур қилишган бўлсалар, орадан беш йил ўтгач, бу тоифадаги аёллар сони икки баробар ошди (38%). 2005 йилда 40% сўралганлар «хусусий фаолият»га эга бўлиш имкониятини ўз бахтининг муҳим қисми деб билганлар.

Хулоса қилиб айтганда, ўзбек аёлларининг янги иқтисодий шароитларга мослашиши оқибатада, уларни объектив шароитларининг яхшиланиши тадбиркорлик фаолияти мотивациясида ҳам муваффақиятларга эришиш мумкинлигидан далолат бермоқда.

Хорижий тадқиқотлар натижаларига кўра, баъзи аёллар меҳнат фаолиятининг фақатгина инновацион шаклларидагина, ўзларини тадбиркорликка қобилиятли, деб ҳисоблашади. Агар 1995 йилда сўроқ қилинган аёлларнинг 14%игина тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишни хоҳлаган бўлсалар; 22%и буни эп кўрмаганлар; 64% синалувчи эса бу саволга жавоб беришга қийналганлар. 2005 йилда қайта ўтказилган сўровларнинг кўрсатишича, ижтимоий меҳнат билан банд бўлган 49% аёллар – бу фаолиятни ўзлари учун аҳамиятли деб ҳисоблаганлар.



Аёллар тадбиркорлигининг ривожланишига тўсқинлик келувчи омиллардан яна бири – бу аввалги жамият томонидан шахсий тадбиркорликни рағбатлантириш тизимининг бўлмаганлигидир. Шу боис ҳам, давлат тадбиркорлик фаолиятининг ривожланишида муҳим роль ўйнайди. Чунки ҳукумат тадбиркорлик маданиятини кенгайтириш учун оммавий ахборот воситалари, санъат ва бошқа қатор ҳаракатлантириш кучларига эга. Бу омилларнинг исталган ижтимоий иқтисодийни барқарорлаштиришдаги ўрни бекиёсдир. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, охириги йилларда бу йўналишда етарлича ютуқларга эришилмоқда.<sup>111</sup>

Хулоса қилиб айтганда, жамиятимизнинг 50,1%ни аёллар ташкил қилади, шулардан 44% бевосита ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этади.<sup>112</sup> Энди ўйлаб кўрайлик тадбиркорликни, ишбилармонлик сифатларини нафақат раҳбарларда, балки барча аёлларда ривожлантириш, шакллантириш бизга керакми ёки йўқми. Албатта керак ва ҳатто шарт ҳам. Бунинг учун: (1) Оилавий тарбияни тадбиркорликка йўналтириш керак. Яъни оила шароитида она ўз қизига тадбиркорлик сифатларини шакллантирувчи ишбилармонлик, тежамкорлик, ҳисоб-китоб каби ўқувларни тарбиялаб, ўргатиб бориш лозимдир. Ҳамма нарса оиладан, тарбиядан бошланади ва агар бундай сифатлар ёшлиқдан хотин-қизларда шакллантирилиб борилса, кейинчалик бу катта ютуқ ва нағжаларга олиб келиши мумкин; (2) Таълим муассасаларида (мактаб, академик лицей, касб-хунар коллежи, олий ўқув юртлири) ҳам ёшларда иқтисодий тафаккурни, тежамкорлик психологиясини шакллантирувчи фанлар киритиш. Шунингдек, тадбиркорлик сифатларини тарбиялашга эътиборни қаратиш керак. Бунинг учун психология, педагогика, иқтисодий фанларига тадбиркорлик фаолияти мотивациясини ёритувчи мавзулар киритилиши лозим; (3) Бевосита ишлаб чиқариш соҳаларида тадбиркорликнинг психологик асосларини аниқлаш ва бу борада гендер (жинсий тафовутлар) тадқиқотларини ўтказиш зарур; (4) Жамият аъзолари

<sup>111</sup>Хайитов О.Э. Психологик иқтисод: Ўқув қўлланма. / Проф. В.М.Каримова таҳрири остида. – Т.: ТДИУ Босмаҳонаси, 2006. – Б. 121.

<sup>112</sup><http://www.statistics.uz/> / (c) UNDP CO in Uzbekistan, 2007. All Rights Reserved.

тафаккурида янгича қарашларни шакллантириш, хусусан, аёллардаги тадбиркорликни ривожлантириш муаммосига барчани диққат-эътиборини қаратиш керак.

## 16-§. Замонавий ўзбек тадбиркор аёли ва унинг имижи муаммоси

Ҳокимиятда аёллар ролининг тан олинishi, давлат ва нодавлат секторларни ўз ичига олган барча даражаларда қарорлар қабул қилиш жараёнида аёллар иштирокининг муҳимлиги ортиб бормоқда. Олиб борилаётган сиёсат, айниқса, давлат ва жамият ишларида аёллар иштирокини таъминлаш учун ҳуқуқий ва ташкилий шароитларни вужудга келтиришга, раҳбар аёлларни раҳбарлик лавозимларига кўтаришга ҳамда нодавлат ва халқаро ташкилотлар фаолиятларида аёлларнинг иштирок этишларига катта аҳамият берилмоқда.

Президентимиз *И.Каримов* раҳнамолигида ҳукуратимиз томонидан оила, давлат ва жамият қурилишларида аёлларнинг ролини кучайтириш, уларнинг ҳуқуқий, ижтимоий-иқтисодий ва маънавий манфаатларини ҳимоя қилиш тизимини такомиллаштириш мақсадида 2004 йил 25 майда имзолаган «Ўзбекистон хотин-қизлар қўмитаси фаолиятини қўллаб-қувватлашнинг кўшимча чора-тадбирлари тўғрисидаги» Фармони ва ҳукуматнинг бу борада 299-сонли қарори қабул қилиниб, уларда ижтимоий-гуманитар фанлар, жумладан, психология фани олдига долзарб муаммо сифатида гендер муаммоларини илмий ва амалий жиҳатдан тадқиқ қилишни йўлга қўйиш вазифаси белгиланди.

Ўзбекистонда аёл тадбиркорлигини рағбатлантириш, тадбиркорлик учун шарт-шароитлар яратиш мақсадида, фаол тадбиркор аёллар ташкилотлари, палаталари ташкил этилган. Бундай ташкилотларда аёллар билим олиш, ўз-ўзини ҳурмат қилишни, йўлбошчилик ҳамда тадбиркорлик кўникмаларини ривожлантириш, умуман олганда фаол иш юритиш билан бандирлар.

Республикаимиз аёллари аслида улкан ижтимоий фаоллик потенциалига эга бўлиб, юртимизда ана шу имкониятларни

рўёбга чиқариш, ўз салоҳиятлари ва кучларини намоён этиш учун шарт-шароитлар, воситалар ва имкониятлар яратилмоқда. Аёллар иқтидори ва салоҳиятидан жамиятнинг тўла маънода фойдаланиши учун имкониятлар кўп.

Ўзбекистонда ҳозирги бозор иқтисодиётига ўтиш даврида кўлаб иқтисодий ҳамда ижтимоий омиллар борки, уларнинг тўла ишга туширилиши мамлакат тараққиёти ва халқнинг фаровонлигини таъминлайди. Ана шундай ҳам иқтисодий, ҳам ижтимоий омиллар қаторига аёлларнинг тадбиркорликка мойилликлари, иқтисодий тафаккурларининг ортиб бориши ва ушбу фаолиятга улардаги мотивацияни янада оширишни киритиш мумкин.

Мустақиллик даврида Ўзбекистонда аёлларнинг ишлаб чиқариш, маориф, тиббиёт, маиший хизмат соҳаларидаги улушлари етарли даражада инobatга олиниб, бундан ташқари, раҳбар аёлларнинг тадбиркорлик фаолияти ва ташаббуслари кўлаб-қувватланиб, рағбатлантирилиб келинмоқда. Лекин шуни алоҳида айтиш жоизки, аёллардаги раҳбарлик ва тадбиркорлик сифатларини ривожлантириш учун махсус шарт-шароитлар, ўқувлар деярли йўқ, яъни аёлларни тадбиркорлик фаолиятига ундаш (мотивация) масаласи маълум маънода стихияли тарзда кечади. Замонавий тадбиркор аёл имижини таркиб топтиришнинг асосий муаммоси ҳам айнан ана шундан иборат.

Инглиз тадқиқотчиси *Элери Сэмсон*нинг таъкидлашича: «Сиймосиз инсон бўлмайди, сизнинг тимсолингиз, сизнинг шамоилингиз бўлиб, хоҳлайсизми-йўқми, ана шу сиймони ўзингиз танлаб, ўзингиз оммага кўрсатасиз».<sup>113</sup>

Демак, тадбиркор аёл деганда, биз бозорда тадбиркорлик билан бевосита шуғулланувчи, шахсий манфаат кўзловчи аёлларни эмас, балки жамиятимиз, давлатимиз тараққиётида фаол иштирок этувчи ва фойда келтирувчи тадбиркор аёлларни ўрганишга қарор қилдик. Бу ўринда тадбиркорлик фаолиятини бевосита ишлаб чиқариш соҳасига алоқадор соҳасигина ўрганилди.

<sup>113</sup>Samson E. The image factor. – London: 1994. – P. 13.

Статистик маълумотларнинг кўрсатишича (2004), ишлаб чиқаришда 44% аёллар ва 56% эркеклар меҳнат қилади, яна 193,5 минг нафар аёл 231,5 минг нафар эркек меҳнат биржасида ишсиз сифатида рўйхатдан ўтишган. Шунингдек, кундузги умумий таълим мактабларида ишлаётган аёллар 65,8% эркеклар 34,2%; ўртама махсус, касб-хунар коллежларида аёллар 47,3% эркеклар 52,7%; олий ўқув юртлиларида аёллар 41,2% эркеклар 58,8%ни ташкил этади.<sup>114</sup> Лекин уларнинг ичида тадбиркор, ишбилармон аёллар аудиторияси озчиликни ташкил этади. Бизнингча, тадбиркорлик хусусиятига ҳар бир аёл эга бўлиши керак, чунки уларда жонқуярлик, меҳнатқашлик сифатлари мужассамдир.

Кейинги пайтларда аёлларимиз онгида содир бўлаётган ўзгаришлар, уларни худди эркеклар сингари жамиятда тенг ўринларни эгаллаб келишлари катта ютуқлардан биридир. Албатта, аёлларнинг жамиятда тутган ўрни ҳақидаги сақланиб қолинган эски анъанавий стереотиплар бу ерда ўз таъсирини ўтказмай қолмайди. Лекин нима бўлган тақдирда ҳам, аёлларимизнинг ҳукумат тизими ва қарор қабул қилиш даражаларида тенг қатнашишлари, шунингдек, раҳбарлик лавозимларини эгаллашлари йил сайин ўз кўрсаткичларини ошириб келмоқда. Ушбу олинган натижалар ҳам аёлларни бу борада қўшмоқчи бўлган ҳиссаларини, ҳаракатларини яққол далилидир.

Бу борада ўтказилган тадқиқотимизнинг кўрсатишича, ҳозирги замонавий тадбиркор аёлларимиз биринчи даражада моддий эҳтиёжларни, ижтимоий эҳтиёжларни ёки бировларнинг ёрдами билан боғлиқ бўлган жиҳатларни эмас, балки ўз шахсий қобилиятлари билан боғлиқ бўлган эҳтиёжларни танлашган. Бундай эҳтиёжни қондириш, амалга ошириш эса ушбу шахсдан куч ва қобилиятни, интеллектуал потенциални, иродавий сифатларни, ишдаги ижодиётни, ташаббускорлик, интилувчанлик ҳамда ишбилармонликни талаб этади. Бундан кўриниб турибдики, аёлларимиз ўзларига ҳамда келажакка ишонувчи дадилдирлар.

<sup>114</sup><http://www.statistics.uz/> / (c) UNDP CO in Uzbekistan, 2007. All Rights Reserved.

Хулоса қилиб айтганда, жамиятимизнинг 50,1%ни (2004) аёллар ташкил қилади, шулардан 44%и (2004) аксарияти бевосита ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этади. Энди ўйлаб кўрайлик тадбиркорликни, ишбилармонлик сифатларини «Замонавий тадбиркор аёл имижи»ни нафақат раҳбарларда, балки барча аёлларда ривожлантириш, шакллантириш бизга керакми ёки йўқми. Албатта керак, ҳатто шарт. Бунинг учун: (1) Аёллар ва эркекларнинг меҳнатга ва ундан келадиган даромад, ишнинг ижодийлигига муносабатларида фарқлар ва тафовутлар мавжуд. Бу ҳолат иккала жинс вакилини у ёки бу фойдали меҳнат турига тайёрлаш ва ўқитишда ушбу фарқларни инобатга олиш кераклигини тақозо этади. (2) Аёллардаги тадбиркорликка мойиллик ундаги ижтимоий-психологик установакаларга ва меҳнат мотивацияларига боғлиқ бўлиб, уларнинг аниқ фаолиятлар мисолида ўрганиш катта илмий-амалий аҳамиятга эга бўлади. (3) Тадбиркор аёллардаги тадбиркорлик мотивацияси билан ишнинг унумдорлиги ўртасида бевосита алоқа бўлиб, бу ундаги қатор ижтимоий-психологик сифатлар билан, хусусан, таваккалчилик ва ишга ижодий ёндашув билан изоҳланади. (4) Аёллардаги тадбиркорлик мотивацияси ҳар бир ижтимоий-иқтисодий ҳудудда ўзига хос намоён бўлиши мумкин ва бу аниқ тадқиқотларнинг предмети бўлиши мумкин. (5) Оилавий тарбияни тадбиркорликка йўналтириш керак. Яъни оила шароитларида она ўз кизига тадбиркорлик сифатларини шакллантирувчи ишбилармонлик, тежамкорлик, ҳисоб-китоблилик каби ўқувларни бериб, ўргатиб бориш лозимдир. Ҳамма нарса оиладан, тарбиядан бошланади ва агар бундай сифатлар ёшлиқдан хотин-қизларда шакллантирилиб борилса, кейинчалик бу катта ютуқ ва натижаларга олиб келиши мумкиндир. (6) Таълим муассасаларида (мактаб, лицей, коллеж, олий ўқув юртлари) ҳам ёшларда иқтисодий тафаккурни, тежамкорлик психологиясини шакллантирувчи фанлар киритиш. Шунингдек, тадбиркорлик сифатларини тарбиялашга эътиборни қаратиш керак. Бунинг учун психология, педагогика, иқтисодиёт предметларига тадбиркорлик мавзуларини киритиш лозим. (7) Бевосита ишлаб чиқариш соҳаларида тадбиркорликнинг психологик асосларини ва бу борада Гендер (жинсий тафовутлар) тадқиқотларини ўтказиш зарур.

## **17-§. Бозор муносабатлари шароитида жинсий тафовутларни иқтисодий самарадорликка кўрсатадиган таъсири**

Маълумки, ишлаб чиқариш жараёнларининг иштирокчилари бир-бирларидан кўпинча жинсий тафовутлари билан ҳам фарқ қиладилар ва бу фарқ иқтисодий самарада ўз аксини кўрсатади. Айрим мутахассисларнинг фикрича, ишчи-ходимларнинг жинсига алоқадор фарқларнинг улар бажарадиган иш операцияларга умуман алоқаси йўқ, шунинг учун ҳам, уларга бир хил даражадаги талаб қўйиш мумкин. Лекин бошқа тоифали мутахассислар, жумладан, психологлар – шахснинг жинсий ўзига хослигини инobatга олиш ва буни функцияларни тақсимлашда, меҳнатнинг шарт-шароитларини таҳлил қилаётганда, албатта, ҳисобга олиш кераклигини эътироф этадилар. Айниқса, шу муносабат билан аёлларнинг ўзига хос хусусиятлари ва улар психологиясига хос энг муҳим жиҳатлар илмий асосда ўрганилган. Бу муаммонинг ечими ижобий ҳал этиш ҳозирги бозор муносабатларига ўтиш шароитида янада долзарбдир. Чунки реал иқтисодиётда ижтимоий фойдали меҳнатга банд бўлганларнинг деярли ярмидан ортиғи хотин-қизлардир.

Тарихдан шу нарса маълумки, Марказий Осиё шароитида аёлларнинг ўрни ва мавқеи фақат оила доирасида қаралган ҳамда улар «ишламайдиганлар» тоифасига киритилган. Лекин Ўзбекистон ҳудудида яшаган аёлларнинг XX аср бошидаги ҳолатлари таҳлил этилганда, мутахассисларга шу нарса аён бўлдики, хотин-қизлар хўжалик бюджетига келадиган даромаднинг 70–75%ини ўз меҳнатлари ҳисобига келтирган эканлар. Бозорларда сотиладиган хом ашё ва товарларнинг деярли 80%ида аёлнинг меҳнат улуши бўлган экан. Бу далиллар аёлларнинг ҳар доим ҳам ижтимоий меҳнатнинг ва ундан ҳосил бўладиган товар-бойликларнинг асосий яратувчиларидан бири бўлганликларини исбот қилади.

Маълумки, XX аср бутун дунё миқёсида хотин-қизлар меҳнатидан фойдаланиш, унга холис баҳо бериш имкониятларини яратди. Хотин-қизларнинг эркаклар билан

тенглиги ва тенг ҳуқуқлиги ҳақидаги қоидалар умумжаҳон Декларацияларида, давлатларнинг қонунларига белгилаб кўйилди. Бу янгиликлар, эмансипация ва озодликдан тўла фойдаланган аёллар ишлаб чиқаришнинг барча жабҳаларида эркаклар билан баб-баравар, ҳаттоки, улардан ортиқроқ ҳам меҳнат қиладиган бўлиб қолишди.

Чет мамлакатларда ўтказилган айрим тадқиқотларда, аёллар ва эркаклар меҳнатидаги фарқланишларни келтириб чиқарувчи айрим индивидуал-психологик хусусиятлар таққосий жиҳатдан ўрганилган. Масалан, улар ўртасидаги бундай фарқни оддий хат ёзиш, хуснихат орқали текширишган. Маълум бўлишича, ёзувнинг кимга тааллуқли эканлигини – эркак ёки аёл киши ёзганлигини ҳар икки кишидан биттаси аниқ айтиб бера олади. Чунки бу фаолиятда анчагина фарқ қилувчи белгилар ва хусусиятлар мавжуд экан. Масалан, эркаклар шошилиб, хатолар билан, беғамлик билан, ҳарфлардаги белгилар (айниқса, тиниш белгиларни)ни ташлаб, ёйиб, қаттиқ босиб, учли қирралар билан, нотекис ёзишаркан. Аёллар ёзувидаги хусусиятларда эса равон, бир текисда, аниқ, тўғри, ҳарфлардаги белгилар, чизиклар, кўп ҳарфлар юмалоқ, стандарт, олдинга эгилган, ҳарфлар бир-бирига яқин, тигиз жойлаштирилган ва ҳоказолар фарқланар экан. Худди шундай фарқлар, деб фараз қилади *К.Юнг*, бошқа операцияларни амалга оширишда ҳам намоён бўлишида кузатиш мумкин деб таъкидлайди.

Таниқли рус психологи *И.Кон* ўтказган тадқиқотларда турли фаолият турларида эркаклар ва аёлларда намоён бўладиган жинсий хусусиятлар аниқланган. Унинг фикрича ҳар қандай сифат ҳам «эркаклик» ёки «аёллик» сифати, деб аниқ, қатъий фарқланмас экан. Масалан, рақобат, қатъият, муросасизликни фақат эркаклар сифати дейиш кийин экан, чунки аёллар фаолият жараёнида айнан шу сифатларни соф аёллик сифати саналмиш майинлик, юмшоқлик, нозиклик билан уйғунлаштиришлари мумкин эканки, натижада ишда юқори самарага эришиш мумкин бўларкан. Бу уйғунликни, айнақса, спортнинг турли мусобақаларида қатнашиб, яхши кўрсаткичларга эришган аёллар мисолида исботлаган.

*А.Китов* келтирган маълумотларга кўра, бевосита ишдан қониқиш (Иқ) ва касбдан қониқиш (Кқ) ўртасида ҳам жинсий

тафовутлар мавжуд экан. Масалан, агар олий маълумотли муҳандис эркакларда касбдан қониқиш 74,8% ва ишчи эркакларда бу кўрсаткич 72,5%ни ташкил этса, муҳандис аёллар билан ишчи аёлларнинг касбдан қониқишларидаги фарқ 20,6%ни ташкил этаркан. 22–25 ёшли эркакларда касбдан қониқиш 61,8% ни ташкил этса, шу ёшли аёлларда бу кўрсаткич – 43,6%ни, ўз касбини ўзгартиришни истаганлар мос тарзда 5,9% ва 15,1%ни ташкил этаркан. Бу натижалар ўша муҳандислик касбининг эркаклар ёки аёллар руҳий имкониятларига мос келиши жуда яқин (76,8 ва 74,3%) бўлса-да, рақамлардан кўриниб турибдики, аёлларга ўзлари бажараётган ишнинг ёқиши қийинроқ бўларкан.<sup>115</sup> Маълумотлардан яна шу нарса аён бўлдики, эркакларнинг аёлларга нисбатан касбий маҳорат кўрсаткичлари ҳам юқорироқ бўларкан. Балки, бу ҳолат ҳам хотин-қизларнинг ишларидан қониқишлари даражасига таъсир кўрсатиши мумкиндир.

Лекин ўтказилган кўплаб тадқиқотлардан яна шу нарса маълум бўлдики, аёллар эркакларга нисбатан бир хил, зерикарлироқ ишларга анча чидамли бўлишаркан. Масалан, бир гуруҳ эркакларга ишлари қизиқарли бўлишига қарамай, ундан қониқишлари даражаси 56,8%ни ташкил этади, худди шу ердаги аёллардаги айнан шу ишдан қониқиш даражалари – 72,7% эканлиги маълум бўлди.<sup>116</sup>

Аникланишича, аёллар фақатгина зерикарли меҳнатдагина эмас, балки қониқарсиз меҳнат шароитларида ҳам анча чидамли ҳисобланадилар. Бу ҳолатни, айниқса, маҳаллий шароит мисолида ҳам кўриш мумкин. Том маънода ўзбек аёлига шундай даражадаги сабр-тоқатлилик хос бўлиб, буни айримларнинг даладаги оғир жисмоний ишга чидаши, чидабгина қолмай, балки яратилган шарт-шароитлардан нолимаслиги билан ифодалаш мумкин. Ёки бўлмаса, томорқа хўжаликларида, аксарият вазиятларда бевосита оғир жисмоний ишлар кўпинча аёллар зиммасига тушиши орқали ҳам изоҳласа бўлади. Шу жараёндаги оғир, монотон, зерикарли ишларни аёллар бажаришса, тайёр сабзовот маҳсулотларини бозорда сотиб пулга айлантириш ва

<sup>115</sup> Китов А.И. Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987. – С. 66.

<sup>116</sup> Ўша мақба. – Б. 66.



пулни ишлатишга эркаклар жавобгар бўлган ҳолатларни кузатиш мумкин. Бунга ўхшаш яна қатор иш турлари борки, ўз навбатида аёллардаги мавжуд сабрлилиқ хусусияти ҳисобга олинган ҳолда улар ҳам ушбу меҳнат субъекти зиммасига юклаб қўйилган. Замонавий тадқиқотларнинг кўрсатишича, техника, янги технология ва автоматизация билан боғлиқ кўплаб ишларда эса, асосан, эркаклар банд. Бу ҳолат кўпинча, анъана сифатида ишлаб чиқариш жараёнига сақланиб келинаётганлигини алоҳида эътироф этиш мумкин. Айниқса, муаммоли экологик шароитлар (чанг ва гигиенага зид ишлаш) аёлларга ёқмайди, лекин шундай бўлишига қарамай, айнан шундай вазиятларга чидаш, матонат кўрсатиш хотин-қизларда эркакларга нисбатан кўпроқ намоён бўлади.

Мустақиллик йилларида бутун дунёда бўлгани каби, Ўзбекистонга ҳам янги технологиялар кириб келди. «Интернет», компьютер тизимлари орқали алоқалар ўрнатилган бир даврда ҳар бир ишчи-ҳодимдан ижодий имкониятлар, янгича фикрлаш талаб қилинмоқда. Бу борада хотин-қизлар ва эркаклар тафовутлари масаласи қандай? Тадқиқотлар шуни кўрсатдики, эркаклар орасида импульсив ва таваккалчилар аёлларда нисбатан кўпроқ учраркан (мос тарзда 63% ва 26%), эҳтиёткор ва инерт шахслар эркаклар орасида 37%ни ташкил этса, аёллар ўртасида 74% ни ташкил этган. Демак, ижодий ёндашувни талаб қиладиган меҳнат билан банд аёллар орасида импульсив шошқалоқ аёллар кам учраркан. Шу боис бўлса керак, Фанлар Академияси тизимидаги лабораторияларда мураккаб, узок синчков текширувларни амалга оширадиган ишларда банд аёллар кўпроқ. Замонавий психологиянинг эътироф этишича, қизлар ва ўғил болалар тарбиясининг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб, шу нарсани ҳам айтиш жоизки, бугунги кунда кўпчилиқ қизлар «эркакча фикрлаш, улардай иш тутишга мойилдирлар», ёки аксинча, йигитларда айрим ҳолларда анъанавий эркаклик сифатларидан чекинишлар кузатилмоқда. Демак, юқоридаги фикрларни абсолют тарзда қабул қилмай, йигит ва қизларнинг профессионал йўналтириш ва касбга тайёрлаш, иш билан таъминлашда бу хусусиятларини ҳам инобатга олиб, ўрганиш керак.

Шахснинг профессионал маҳорати ундаги фаолият

мотивларига боғлиқ бўлгани учун ҳам эркак ва аёллар меҳнат мотивацияларига кўра уч типли шахслар сифатида фарқланишади: (1) *доминант* – устун тип; (2) *вазиятга боғлиқ* – ситуатив тип; (3) *суггестив* – конформ тип.

Агар аёлда доминант типга хос сифатлар устун бўлса, унда биринчидан, техника фанларига кизиқиш юқори бўлади, ёшлиқдан илмий тадқиқотга интилиш кузатилади. У доимо нималарнидир таҳлил қилади, ўта синчков бўлиб, кейинчалик илмий тадқиқот институтлари, конструкторлик ва лойиҳалаш масканларида муваффақиятли ишлайди. Бундай типли аёлларда ижодий салоҳият юқори бўлса-да, барибир унинг кўрсаткичи айнан шу тоифали эркакларникидан сал пастроқ бўлади. Аёллар бундан ташқари, ижтимоий фаоллик нуқтаи назаридан ҳам эркаклардан тафовутланишида. Ижодий иш аёларни руҳлантирса-да, олдида турган вазифанинг ўта мураккаблиги ёки натижанинг муваффақиятсизликка дахлдорлиги, эркакларга нисбатан уларда кўрқув, хавотирлик ҳислари яққолроқ ва кучлироқ намоён бўлишини таъминлаб, иккиланиш ҳиссини пайдо қилади.

Иккинчи тоифали аёллардаги касбга мотивация кўпроқ ўша ишнинг жозибаси, унга нисбатан лаёқат ёки эҳтиёжнинг борлигига боғлиқ бўлмай, балки ўша ишнинг шахсан аёл учун қулайлик томонлари, масалан, уйига яқинлиги, ойлик маошнинг доимийлиги, иш ўрнининг эстетик жиҳатлари ва шунга ўхшаш омилларнинг мавжудлиги орқали изоҳлаш мумкин. Бу ўринда хотин-қизлар кўпроқ интизомли ходим эканликларини кўрсатишса-да, улардаги ижодкорлик, ташаббускорлик хусусиятлари камроқ намоён бўлади. Бундай аёлларга, айниқса ўша жамоалардаги шахслараро муносабатлар, маънавий муҳит ёқади ва шу нарса уларни бу ерда ушлаб турувчи асосий мотив ҳисобланади. Эркакларда эса бундай кизиқишлар кескин фарқланишларни келтириб чиқариши билан кўшимча тадқиқот ишларини олиб боришни тақозо этади.

Учинчи тоифа аёллар касб танлашларига, аввало, уларни қуршаб турган муҳит, қариндош-уруғлар, дўстлар, обрўли шериклар, оила аъёнлари каби омиллар сабаб бўлади. Улар ана шу ижтимоий муҳит таъсири остида касб танлайдилар ва у ёки бу ишхонада ўзларига айрим ноқулай бўлган вазиятларга

парво қилмай ишлайверадилар. Ана шундай таъсир психологияда суггестив ёки конформ таъсир деб аталади. Аёл киши учун аҳамиятли, обрўли инсонлар таъсирида танланган касб бўлгани учун ҳам субъект фаолиятни қадрлайди, ишига қизиқиш билан киришиб, кўп ҳолларда ижодий ёндашади ва ўз устида тинимсиз ишлайди. Конформ таъсир ва онгли берилиш унга нисбатан касбий маҳоратга фақат ижобий таъсир кўрсатса, уни кўр-кўрона танлаш (онгсиз) кейинчалик бўлса ҳам, шахсда ички зиддиятларни келтириб чиқаради, ишдан қониқмасликка, меҳнатнинг унумсизлигига олиб келиши мумкин.

Юқоридаги типлар ҳаётга ҳар бир фаолият соҳасида ўзига хос кўриниш ва мураккабликларга эга. Ҳар нима бўлганда ҳам хотин-қизлар учун энг муҳим нарса – бу ўша касб атрофидаги эстетик қадриятлар, оила аъзоларининг касбий ўсиши ва жамиятдаги ўрнига муносабатидир.

Ижтимоий фойдали меҳнатга бевосита иштирок этадиган аёллар, айниқса, маълумоти даражаси юқори бўлганларнинг ўз-ўзини баҳолашлари ва «мен» образлари ўрганилганда, шу нарса маълум бўлдики, улар ўзларини ақллироқ, билимдонроқ, жозибалироқ, мулоқотга киришувчанроқ, деб ҳисоблашаркан. Агар аёл кишининг оиладан ташқари иши ўта сермазмун, қоникарли, ижодий бўлиб, у бундан тўлиқ қониқса, ўзи томонидан ижобий идрок қилиниб, аёл ўзини яхши она ва яхши хотин, деб ҳисоблар экан. Умуман, бизнинг ўзбек хотин-қизлари билан ўтказган кўнлаб тадқиқотлардан келиб чиқадиган умумий хулосамиз шу бўлдики, ҳозирги замон аёлининг ижтимоий меҳнати унинг шахсига ва оиладаги муносабатларига ижобий таъсир кўрсатади. Эр-хотин муносабатлари қандай эканлиги ҳам оиладаги аёлнинг профессионал мавқеи ва маълумоти даражасига боғлиқдир.

Юқоридагиларни барчаси хотин-қизлар ишлаб чиқаришнинг барча жабҳаларида эркаклар билар бир қаторда меҳнат қила олишлари, бунинг учун уларда етарли даражада ақл-идрок, салоҳият мавжудлигини кўрсатади. Лекин аёллар фикрлашидаги ўзига хослик ва улар табиатига хос ҳиссиётга берилувчанлик, зийракликни назарда тутиб, оилавий тадбиркорлик ёки оилавий бизнес ишларини тўғри йўлга қўйилишида ва улар иктидоридан

ўринли фойдаланиш кераклигини унутмаслик шарт.<sup>117</sup>

## 18-§. Оилавий тадбиркорлик

Оилавий бизнес, одатда, оиладаги мавжуд воситалар асосида ташкил этилган ва унинг қайсидир аъсоси бошчилигида қолганларини вазифаси белгилаб қўйилган кичик корхонадир. Шу боис, тадбиркорликнинг айнан ушбу шакли аёлларнинг бизнес олаmidан муносиб ўрин олишини таъминлайди. Маълумки, замонавий иқтисодий шароитларда индивидуал меҳнат фаолияти бандлик муаммосини ечишнинг самарали усулларида бири ҳисобланади. Шунинг учун у фақатгина оилавий шарт-шароитни яхшилаш воситаси ҳисобланмай, балки иқтисодиётни ривожлантириш механизми сифатида ҳам намоён бўлади.

Тарихнинг кўрсатишича, Ўзбекистонда оилавий тадбиркорликни анъанавий кўриниши, яъни фаолиятнинг отадан ўтилга («ота касб» сифатида) ўтиб бориш шакли ривожлантирилган. Шунингдек, инқилобгача мамлакатимизда деҳқончилик фаолияти оилавий хўжалик сифатида шакллантирилган.

Замонавий қишлоқ шароитида «*оилавий бизнес*» деганда – бу фермер хўжаликлари ва уларга хизмат кўрсатувчи корхоналар ҳисобланса, шаҳар жойларда эса тарбиялаш ҳамда ўқитиш муассасалари, маиший хизмат кўрсатувчи кичик фирмалар сифатида кўз олдимизда намоён бўлади.

Аслида, маҳаллий шароитимизда «*оилавий бизнес*» ҳали яхши ривож топмаганлиги учун ҳам давлат статистикасида муносиб улушга эга эмас. Хусусан, секторда олиб борилаётган амалий ишлар фақатгина деҳқон ва фермер хўжаликларнинг ҳиссасига тўғри келади. Бу борада олиб борилган илмий изланишларнинг кўрсатишича,<sup>118</sup> 1995 йилда «*оилавий хўжалик*»лар фермер хўжаликлар сонининг – 79 % ини, 2000 йилда – 87 % ини ва 2005 йилда – 89 % ини ташкил этган.

<sup>117</sup>Каримова В.М., Акрамова Ф.А. Иқтисодий психология: Маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2005. – Б. 51–57. (Изок: мазкур параграф ушбу маъбадан тўлалигича олинди).

<sup>118</sup>Хайитов О.Э., Якубов И.И. Оилавий тадбиркорлик // «Иқтисодиётни модернизациялаш ва жамиятни янгилашнинг устувор йўналишлари» мавзусидаги университет ёш олимлари, магистрантлар ва талабалари илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами (28–29 апрель 2006 йил). – Т.: ТДИУ, 2006. – Б. 86.

Статистика органларининг расмий баёнотига кўра, 2007 йилнинг 1 июль ҳолатига келиб, республика миқёсида фаолият юритаётган фермер хўжаликларнинг умумий сони 212,5 мингтани ташкил қилмоқда. Фақат бир оиладан ташкил топган хўжаликлар 1995 йилда умумий хўжаликлар сонининг 58 %ини, 2000 йилда – 64 %ини, 2005 йилда – 69 %ини ташкил этган. Аниқланишича, шаҳарда фаолият юритаётган оилавий тадбиркорликнинг бу соҳадаги улуши нисбатан пастроқ кўрсаткичга эга.

Шу боис, «*оилавий бизнес*»нинг камчиллик ва афзалликларини баҳолаш ҳамда унга таъсир этувчи иқтисодий, ижтимоий-психологик омиллар кўламини ўрганиш мақсадга мувофиқ долзарб муаммо ҳисобланади.

«*Оилавий бизнес*»нинг аниқланган асосий ижтимоий вазифаларидан бири – бу оиладаги барча меҳнатга лаёқатли аъзоларнинг профессионал малакаси, маълумоти ҳамда ёшидан катъи назар иш ўринлари билан таъминлашдир.

Тадқиқотларни кўрсатишича, «*оилавий бизнес*»нинг шаклланиши кўпроқ аёллар бандлиги муаммосини ечиш имкониятини беради. Аёлларнинг оилавий вазифаларини аниқловчи мавжуд умумий кадриятлар, замонавий шарт-шароитларда, уларни фақат бутун жамоа орасида тан олиншига хизмат қилиб қолмасдан, балки патриархал таъсир кўламини кучайишига ҳам сабаб бўлади. Маълумки, кўпчилик аёллар ўзларининг профессионал ҳаёти ва жамиятда эгаллаб турган ўрни ҳақидагина анъанавий тасаввурларга эга холос. Фарзанди бор аёл олдида оиласининг фаровонлиги ёки касбий фаолият билан шуғулланиш имкониятларидан бирини танлаш муаммоси доимо кўндаланг бўлиб туради.

«*Оилавий бизнес*»нинг тадбиркорликни бошқа турларидан асосий фарқи – бу оила ва ишнинг бир-бири билан узвий боғлиқлигидадир. Бунда, фаолиятни амалга ошириш жараёнига тўпланган барча оила аъзолари учун қулай иш графиги ва меҳнат тақсироти имконияти мавжуд.

Ўзбек аёли том маънода бутун умр «*оилавий бизнес*» билан шуғулланади. Яъни оилавий хўжалик юритишдаги минимал сарф-харажатлар даврида максимал даражадаги самарали усулларни қўллаш орқали қатор молиявий муаммоларни ҳал

килади.

Аниқланишича, эгалланган касб юзасидан олиб борилаётган фаолият келажакда шуғулланилмоқчи бўлинган «*оилавий бизнес*»нинг асоси сифатида намоён бўлади ва унинг ривожланишига ёрдам беради.

Назаримизда, «*оилавий бизнес*»ни ривожлантириш мактаб курсиси давридан бошлаб ёш авлоднинг меҳнатга нисбатан мотивациясини шакллантиришнинг ижтимоий мақбул йўлларида бири сифатида гавдаланади. Шу боис, ёшларни ижтимоий фойдали меҳнат фаолиятига жалб этиш ҳозирги бозор иқтисодиёти шароитининг ҳал этилиши мумкин бўлган нозик муаммоларидан биридир.

Меҳнат жабҳасига мустақил йўл олган ёшлар характеридаги айрим ўзгаришлар профессионал фаолиятнинг янги тамойилларини юзага келишига сабаб бўлиб, хулқ-атворнинг ноанъанавий стратегиясини намоён қилади.

Бугунги вазият касб танлаш борасида ёшларнинг ожизлиги таъсирида ижтимоий-тадқиқий ва касбий хулқ-атворнинг олдиндан айтиб бўлмайдиган «кўр-кўрона» ҳамда «тақлидга хос» шакллариининг ривож топиш имкониятини келтириб чиқармоқда. Бошқа сўз билан айтганда, ўсмирлар онгида меҳнат фаолиятига киришишнинг жиноий хавфи ва енгил пул топиш «*васваса*»си мавжуд.

Замонавий қарашларда, жамиятнинг *либерализациялашуви* жараёнида моддий бойлик тушунчаси бахтли ҳаёт кечириш гарови сифатида ва инсон онгидаги истеъмолчилик мўлжалининг ўсиши оқибатида кучайганлиги эътироф этилади. Бу соҳада олиб борилган ижтимоий тадқиқотлар натижаларидан аниқланишича, 2000 йилда «*ишламаслик, лекин хоҳлаганига эга бўлиш*» формуласини синалувчиларнинг 19 %и *бахт* ҳақидаги ўз тасаввурлари сифатида ифодалашган бўлишса, 2005 йилда эса бу кўрсаткич 34 %га ошган. Унинг асосини тор даражадаги (*ўрта ва тўлиқсиз ўрта*) маълумотли 30 ёшгача бўлган кизларнинг истеъмол мўлжали ташкил этади.<sup>119</sup>

<sup>119</sup>Хайитов О.Э., Якубов И.И. Оилавий тадбиркорлик // «Иқтисодиётни модернизациялаш ва жамиятни янгилашнинг услувор йўналишлари» мавзусидаги университет ёш олимлари, магистрантлар ва талабалари илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами (28–29 апрель 2006 йил). – Т.: ТДИУ, 2006. – Б. 87.

«*Оилавий бизнес*»да ўспириннинг ижтимоийлашуви ота-она таъсири доирасида рўй берганлиги боис, улардаги истеъмолчилик муносабатлари кўлами кичик даражада бўлиши мумкин. Шунингдек, ижтимоийлашуви жараёнида меҳнатсеварлик, масъулиятлилик, муваффақиятга эришиш мотиви каби тушунчаларни англанилиши ўспиринлардаги ижобий шахсий сифатларнинг шаклланишига асос бўлади. Бизнингча, ёшларнинг «*оилавий бизнес*»даги иштироки таълим олишга ҳалақит бермайди, аксинча, уларга пул ишлаб топиш имкониятини яратади.

«*Оилавий бизнес*» турли хил даражада цивилизациялашган тадбиркорликнинг шаклланишига туртки берувчи ижтимоий муҳитни яратиши мумкин.

Айрим ҳолларда, «*оилавий бизнес*» кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларига тааллуқли иқтисодий омилларнинг устунликлари ва камчиликларини қиёсий таҳлил қилиш имкониятини ҳам беради.

Одатда, «*оилавий бизнес*» кичик бизнес тармоқларидан бири саналиб, асосан, унинг шакллантирилиши капитал қўйилмаси мавжудлигини талаб этмайди. Яъни у оиланинг уйи (бино), шахсий транспорт, томорқаси каби мавжуд барча ресурсларидан максимал даражада фойдаланиш имконияти демакдир. Хусусан, бунда бизнеснинг яхлитлиги махсус даражадаги ишлаб чиқариш биносини талаб этмасдан, яшаш жойидан фойдаланиш имкониятини берувчи меҳнат фаолияти кўлаמידан иборат бўлади. Натижада, тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда лозим бўладиган ишлаб чиқариш воситалари уй хўжалигининг меҳнат воситалари билан бирлашиши мумкин. Бундай фирмалар маҳсулоти учун бозор қиймати (нарх)нинг шакллантирилишида жонли меҳнатнинг улуши жуда катта, чунки унда барча оила аъзоларининг меҳнат ресурсларидан максимал даражада фойдаланилган бўлади.

Ишлаб чиқариш захираси ва капитал қўйилмасининг асосини оила ресурслари ташкил этганлиги боис, «*оилавий бизнес*» шароитида битта ишчи ўрнини яратиш харажати тадбиркорликнинг бошқа шаклларидагига нисбатан анча паст кўрсаткичга эга.

Шунингдек, ўз фаолиятини ташқи ҳамкор (субъект) билан

мувофиқлаштириш ҳамда ишлаб чиқариш сафарбарлиги йўлида инновациядан фойдаланиш самарадорликка эришишнинг *ижобий омили* деб эътироф этилиши мумкин.

Лекин оддий корхона каби бу ерда ҳам кадрлар қўнимсизлигининг мавжудлиги ва меҳнат босими ҳамда иш вақтининг меъёрлашмаганлиги, асосий, *салбий омиллар* сифатида гавдаланади.

Тадқиқотларнинг кўрсатишича, аксарият оилалар «*оилавий бизнес*» билан узоқ вақт давомида шуғуллана олмайди. Бунинг асосий сабаби сифатида, оиладаги иқтисодий ҳамда инсон ресурсларини етарли даражада бўлмаслигини таъкидлаб ўтиш мумкин. Замонавий психологик ёндашувларда, «*оилавий бизнес*»нинг давомийлигини сақлаб қолиш учун оилада «психологик қобилият», яъни оиланинг бизнес билан тўлиқ шуғуллана олишига имкон яратадиган зарурий психологик омиллар мажмуаси мавжуд бўлиши кераклиги алоҳида таъкидланади.

Унга кўра оилалар шартли равишда куйидаги типларга бўлиниши мумкин: (1) *гомоген оила* – касбий фаолият яхлит баҳо тизимига мувофиқлашган бўлиб, оилавий идрок (фаолият хусусида) бир хилда намоён бўлади; (2) *доминант оила* – аъзолардан бирининг доминантлашган баҳо тизими қолганларини сўзсиз бўйсундиради; (3) *можароли оила* – ота билан она ёки ота-она ва фарзандлар ўртасида юзага келадиган қиймат можароси; (4) *формал оила* – ноаниқ оила типининг шундай қиймат тизими.

«*Оилавий бизнес*»да муваффақиятга эришиш учун умумий баҳолар тизимига эга бўлган *гомоген оилалар*нинг самарадорлик эҳтимоли юқоридир. Доминант оила вакиллари умумий хатти-ҳаракатлари даврида ташкилий, ҳуқуқий ва иқтисодий жиҳатларда бирлашиб фаолият юритсалар вазиятни қийинлаштиришлари мумкин. Бу ўз навбатида, можароли оила аъзолари фаолиятининг айрим қирраларини акс эттириб қўяди.

«*Оилавий бизнес*»нинг шаклланиши куйидаги икки муҳим омилга боғлиқ равишда амалга оширилса, самарали ҳисобланади:

*Биринчи муҳим омил*, иш боши (эркак киши бўлиши шарт эмас), яъни ишнинг боришини ташкиллаштирувчи ва назорат



килувчи *лидернинг* мавжудлиги. *Иккинчи муҳим омил*, оилада тадбиркорлик фаолиятини шакллантириш учун ақл-идроки ва зарурий потенциали бор кишининг мавжудлигидир.

Жумладан, оила аъзолари ўртасида бандликни самарали тақсимлаш, уларни ҳар бирининг қобилияти, билими, тафаккури, маълумот даражаси ва имкониятларини ижобий баҳолаш заруриятини келтириб чиқаради. Шу боис, оила аъзоларининг бирида тадбиркорлик фаолияти учун лаёқат ва ташкилотчилик қобилияти бўлиши шарт.

Тадбиркорлик фаолиятида муваффақиятга эришиш – мақсадга интилишдаги матонат, таваккалчиликка тайёрлик, ўзига ишончилилик, мослашувчанлик, қувватлилик, шахсий жавобгарлилик ҳисси, киришувчанлик, турли маълумотларни тез йиғиш ва улардан фойдаланиш қобилияти каби шахсий сифатлар мажмуасининг шаклланишига боғлиқдир.

Бунинг учун «*оилавий бизнес*» шароитида, барча шахсий сифатларни ўзида жамлаган алоҳида бир кишининг бўлиши шарт эмас. Оиладаги ҳар бир аъзонинг кучли ва кучсиз жиҳатларини ҳисобга олган ҳолда, ишлаб чиқаришда жараёнида бажарадиган ролини ҳамда шахсий салоҳиятини максимал даражада очиб беришга хизмат қиладиган бандликни мақбул равишда тақсимлаш мақсадга мувофиқдир. Шунингдек, ёш авлод куч-қуввати билан катталар тажрибасини мувофиқлаштириш ҳам самарали механизмлардан бири ҳисобланади. Хусусан, ёшлардаги тез ўзлаштириш қобилияти ва инновацион салоҳият мавжуд муаммони ҳал этиш жараёнига нисбатан стандартлашмаган ёндашувни келтириб чиқариши мумкин.

Демак, «*оилавий бизнес*» якка тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланилган тақдирдагина, оиланинг мустақамланишига кўмак берувчи ижобий ижтимоий-психологик самарадорликка эга. Бу самарадорлик, айниқса, аёллар учун муҳимдир. Чунки эркак кишининг бизнес билан шуғулланиши оиланинг моддий фаровонлиги таъминланиши йўлида ижобий хусусиятини намоён қилса-да, унинг маънавий муҳити саналган болалар тарбияси жараёнига салбий таъсирини кўрсатиши мумкин.

Лекин «*оилавий бизнес*»да муваффақият гарови сифатида юқорида санаб ўтилган барча психологик омилларнинг мавжудлигига қарамай, ижобий натижаларга эришилмаслиги

мумкин. Аксарият ҳолларда оиланинг барча аъзоларига бир хилда кафолат бера олмайдиган бизнеснинг ҳуқуқий таъминотини шаклантирилмаганлиги, бунга сабаб бўлади.

### 19-§. Оила бизнесининг ҳуқуқий жиҳатлари

«*Оила бизнеси*»ни ташкил қилмоқчи бўлган оила, аввало, ўзига тадбиркорликнинг қайси шакли тўғри келиши, уни ким бошқариши ва мулкни қандай тақсимлашни ҳал қилиши борасида катор ҳуқуқий масалалар моҳиятини ўрганиб чиқмоғи керак.

«*Оилавий бизнес*» ўз аъзоларининг ишончли ҳисобланишларига қарамасдан, меҳнат ва мулкий муносабатларни ҳуқуқий расмийлаштирилишини ҳам талаб қилади. Чунки меҳнат можаролари вужудга келган шароитларда, оилани ҳар бир аъзосининг мулкий улушини аниқлаш қийин кечади.

Агар хусусий тадбиркорлик оила аъзоларидан бирининг номига «юридик шахс» мақомисиз расмийлаштирилса (*қолганлар норасмий ишлайди*), низоли вазиятлар шароитида юридик жиҳатдан расмийлаштирилмаган аёл гарчи бизнес фаолиятида иштирок этса ҳам улушсиз қолиши мумкин. Натижада, оила аъзоларидан норасмий равишда ишлаган киши меҳнат стажига эга бўлмайди.

Агар «*оилавий бизнес*» фаолиятида иштирокчилар оила аъзоларидан иборат бўлган масъулияти чекланган жамият (МЧЖ) сифатида расмийлаштирилсагина, бу муаммодан қутулиш мумкин. Бундай вазиятда, ҳаттоки оила бузилиб кетган тақдирда ҳам, унинг барча аъзоси қатнашчи бўлиб қолаверади ва фойданинг тақсимланишида иштирок этаверади. Қатнашчилар сафидан чиққан тақдирда ҳам компенсация олиш ҳуқуқига эга бўлади.

Шунингдек, мулкий муносабатлар никоҳ шартномаси ва васиятнома ёрдами билан ҳам тартибга солинади. Бунда, ташкил этилаётган оилавий корхонанинг устав фондидаги капитал кўйилма тўғрисидаги шартнома «*Оила кодекси*»га мувофиқ ҳолда расмийлаштирилиши лозим.

Мамлакатимизда эр-хотинларнинг мулкий муносабатларини тартибга солишга хизмат қилувчи «*никоҳ шартнома*»лари

тузиш борасидаги амалий ишлар кўламини ривожлантириш замонамизнинг долзарб муаммоларида бири ҳисобланади.<sup>120</sup>

Шундай қилиб, «*оилавий бизнес*» фаолиятининг асосини: савдо-воситачилик фаолиятлари; маиший таълим ва транспорт хизматлари; кичик ишлаб чиқариш ҳамда халқ хунармандчилиги ташкил этади.

Ҳозирги кунда кичик бизнесни ривожлантиришга қизиқишни ошириш мақсадида ҳукумат томонидан олиб борилаётган тарғибот ва ташвиқот ишлари кўлами бизга қуйидаги хулосаларни илгари суриш имкониятини беради: (1) кичик тадбиркорлик – бу аёлларга мос келадиган тадбиркорлик фаолиятининг замонавий шаклидир; (2) ҳозирги жамият аёллари томонидан берилган ўз роллари ҳақидаги анъанавий тасавурлари – эркакларнинг йирик ва ўрта бизнес билан шуғулланиш имкониятини қўллаб-қувватлайди; (3) маҳаллий шаронгта инфраструктура ривожланиши даражасининг пастлиги, ҳозирча кичик бизнеснинг самарали ривожланишига, яъни айнан аёллар тадбиркорлигини тараққий этишига ўз таъсирини кўрсатмоқда; (4) бунинг олдини олиш учун, ҳукумат томонидан тузилган аёллар ташаббускорлигини қўллаб-қувватловчи ташкилотлар фаолияти кўламини кенгайтириш ҳамда инновация ярата оладиган қобилиятли аёллар аудиториясини шакллантириш мақсадга мувофиқ жараён ҳисобланади; (5) натижада, ушбу ташкилотларнинг ягона мақсади янги тадбиркорлик ва бандлик борасида инновацион кўмак, маслаҳат хизмати ҳамда молиявий ёрдам кўрсатилишига муҳтож бўлган аёллар ҳаракатини қўллаб-қувватлашга қаратилган бўлиши лозим.<sup>121</sup>

Хулоса қилиб айтганда, аёллар тадбиркорлигини ривожлантириш учун ижтимоий-психологик шарт-шароитлар секин-аста яратилмоқда, кўплаб ўзбек аёллари янги иқтисодий шароитларга анча мослашиб улгурдилар. Қатор аёллар ўзларининг маълумот даражаларига қараб тадбиркорлик

<sup>120</sup> **Очилова Г.О.** Оилавий бизнес бошқарувининг ҳуқуқий жиҳатлари / «Олима аёлларнинг фан-техника тараққиётида тутган ўрни» мавзuidaги Республика илмий-амалий конференция маърузалар тўплами: Иқтисодий ва бошқарув. Сервис ва туризм. Хизмат кўрсатиш соҳаси. IV қисм. (26 ноябрь 2007 йил). – Т.: ТДИУ босмахонаси, 2007. – Б. 163–165.

<sup>121</sup> **Karimova V.M., Hayitov O.E., Ochilova G.O.** Oilaviy tadbirkorlik: gender tadqiqotlar obyektii sifatida / Sog'lom avlod uchun. – 2007. – № 12.

фаолиятини шакллантиришда дуч келаётган объектив қийинчиликларни енгиш орқали бу борада муваффақиятга эришмоқдалар.

### **Боб юзасидан асосий тушунча ва атамалар**

Кичик бизнес; тадбиркорлик субъектлари; аёллар интеграцияси; гендер тадқиқот; адаптив (кўниқувчилар) гуруҳ; индифентли (бефарқ) гуруҳ; фрустрация (тушқунлик) гуруҳи; ишсизлар гуруҳи; аёллар тадбиркорлиги; блиц сўров; оилавий тадбиркорлик; оилавий бизнес; деҳқон ва фермер хўжаликлари; гомогин, доминант, можароли ва формал оилалар; ҳуқуқий масалалар; психологик аспектлар.

### **Боб юзасидан қисқача хулоса**

Хулоса қилиб айтганда, эркак ва аёл бир-биридан нафақат психологик хусусиятлари, балки шахсий ҳамда касбий сифатлари орқали ҳам фарқланади. Замонавий фан, эркак ва аёл турларининг намоён бўлишини жинси билан эмас, балки шахсий ва касбий хусусиятлари орқали белгиланилиши лозим, деб ҳисоблайди. Хорижий тадқиқотлар таҳлилига кўра, эркак ва аёл тадбиркорларнинг фаолиятни амалга ошириш жараёнидаги ахлоқий позиялари ҳам хилма-хилдир. Ушбу жараёнда иштирок этаётган аёл ҳаракати кўпроқ атрофдаги бошқа кишиларга боғлиқ бўлиб, юксак даражадаги одоб тамойилига амал қилишни тақозо этади. Оқибатда, аёлларнинг ижтимоий маъсулияти эркакларникидан кўра, юқорирок бўлади. Мутахассисларнинг таъкидлашича, «оилавий бизнес»нинг шаклланиши кўпроқ аёллар бандлиги муаммосини ечиш имкониятини беради. Аёлларнинг оилавий вазифаларини аниқловчи мавжуд умумий кадрятлар, замонавий шарт-шароитларда, уларни фақат бутун жамоа орасида тан олинишига хизмат қилиб қолмасдан, балки патриархал таъсир кўламини кучайишига ҳам сабаб бўлади. Демак, «оилавий бизнес» якка тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланилган тақдирдагина, оиланинг мустаҳкамланишига кўмак берувчи ижобий

ижтимоий-психологик самарадорликка эга. Бу самарадорлик, айниқса, аёллар учун муҳимдир. Чунки эркак кишининг бизнес билан шуғулланиши оиланинг моддий фаровонлиги таъминланиши йўлида ижобий хусусиятини намоён қилса-да, унинг маънавий муҳити саналган болалар тарбияси жараёнига салбий таъсирини кўрсатиши мумкин. Шу боис, замонавий ўзбек тадбиркор аёли ва унинг имижи муаммосини ижтимоий-иқтисодий ва гендер тадқиқотлар объектига айлантириш давр талаби ҳисобланади. Ва бу мақсадда кичик бизнесни ривожлантиришга қизиқишни ошириш учун ҳукумат томонидан олиб борилаётган тарғибот ва ташвиқот ишлари кўламини ошириш зарур.

### **Боб юзасидан ўз-ўзини назорат ва муҳокама қилиш учун саволлар**

1. Кичик бизнес доирасидаги аёллар интеграцияси деганда нимани тушунасиз?
2. «Ўзбекистон жамиятида аёлларнинг тутган ўрни» деб номланган гендер тадқиқот натижаларига кўра, аёлларнинг бандлик соҳасидаги ижтимоий мослашувчанлиги бўйича қандай типологик гуруҳларга ажратилган?
3. Аёллар тадбиркорлигининг ижтимоий жиҳатлари қандай омиллар орқали аниқланади?
4. Замонавий тадбиркор аёл ким?
5. Замонавий ўзбек тадбиркор аёли ва унинг имижи муаммосини қандай изоҳлайсиз?
6. Бозор муносабатлари шароитида жинсий тафовутларни иқтисодий самарадорликка кўрсатадиган қандай таъсирларини биласиз?
7. Эркак ва аёллар меҳнат мотивацияларига кўра қандай типли шахсларга тафовутланади?
8. Оилавий тадбиркорлик ёки оилавий бизнес нима?
9. “Оилавий бизнес”нинг тадбиркорликни бошқа турларидан асосий фарқи нимада?
10. Оилавий бизнеснинг ҳуқуқий жиҳатларини нима билан изоҳлайсиз?

11. Ўзбекистон тадбиркорлигида оилавий бизнеснинг улуши қандай мезонлар билан ўлчанади?

### **Боб юзасидан фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

- Алан В.** Бизнес-план: Учебн.-практ. пособие / пер. с англ. *Алмазовой Н.И., Булиной И.Ю.* – 3-е изд. – М.: Изд-во Проспект, 2005.
- Атоновский В.Е.** Интеграционные процессы в реальном секторе Российской экономики (на примере промышленных и банковских структур). Спец. 08.00.05. // Автор. ... кан.экон.наук. – М.: 2002.
- Еннкеев М.И.** Психологический энциклопедический словарь. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006.
- Как сбалансировать работу и личную жизнь / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
- Каримова В.М., Акрамова Ф.А.** Иктисодий психология: Маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2005.
- Китов А.И.** Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987.
- Клочко Л.Н.** Сельскохозяйственная кооперация: Практикум. – М.: Дашков и К, 2003.
- Кошкина К.** Деловой преферанс (для богатых и солидных, а также для всех желающих). – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М. 2006.
- Маркхам У.** Когда женщина на пределе: о пользе и вреде стресса. – М.: 1998.
- Машков В.Н.** Психология экономики. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001.
- Михайлов В.И.** Азбука бизнеса (Как начать свое дело). – СПб.: Питер, 1998.
- Очилова Г.О.** Оилавий бизнес бошқарувининг ҳуқуқий жиҳатлари / «Олима аёлларнинг фан-техника тараққиётида тутган ўрни» мавзuidaги Республика илмий-амалий конференция маърузалар тўплами: Иқтисодиёт ва бошқарув. Сервис ва туризм. Хизмат кўрсатиш соҳаси. IV қисм. (26 ноябрь 2007 йил). – Т.: ТДИУ босмахонаси, 2007.
- Очилова Г.О., Ҳайитов О.Э.** Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришдаги жинслар интеграцияси масаласи // «Иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш

шароитида корхоналарда маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва бизнес стратегияларини ишлаб чиқиш» республика илмий-амалий анжумани маърузалари тўплами (16–17 октябрь 2007 йил). – Т.: ТДИУ, 2007.

**Райзберг Б.А.** Психологическая экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2005.

**Соколинский В.А.** Психологические основы экономики: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 1999.

**Тарасов В.К.** Технология жизни. – М.: 1990.

Устойчивое развитие сельского хозяйства и сельских территорий: Зарубежный опыт и проблемы России. – М.: Т-во научных изданий КМК. 2005.

Экономическая психология. Социокультурный подход / Под ред. проф. **И.В.Андреевой**. – СПб.: Питер, 2000.

**Ясин Е.Г.** Модернизация экономики и система ценностей. – М.: ГУВШЭ, 2003.

**Ҳайитов О.Э.** Психологик иқтисод: Ўқув қўлланма / Проф. *В.М.Каримова* таҳрири остида. – Т.: ТДИУ, 2006.

**Ҳайитов О.Э.** Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2005.

**Ҳайитов О.Э., Якубов И.И.** Оилавий тадбиркорлик // «Иқтисодиётни модернизациялаш ва жамиятни янгилашнинг устувор йўналишлари» мавзусидаги университет ёш олимлари, магистрантлар ва талабалари илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами (28–29 апрель 2006 йил). – Т.: ТДИУ, 2006.

**Samson E.** The image factor. – London: 1994.

**Karimova V.M., Hayitov O.E., Ochilova G.O.** Oilaviy tadbirkorlik: gender tadqiqotlar obyekti sifatida / Sog'lom avlod uchun. – 2007. – №12.

<http://www.statistics.uz>

## Атамалар лўғати

**Акмеология** – улғайган шахснинг ривожланиш ва комилликка эришиш жараёнини ўрганувчи махсус фан. **А.** (грекча «акме – чўққи, юқори поғона, гуркиратувчи куч» маъноларини билдиради) – илму фаннинг шундай янги тармоғики, у инсонни ўз тараққиёти динамикасида, такомилли ҳамда ҳаёт-фаолиятининг турли босқичларида ўзидаги энг кучли қобилиятларини намоён қилишининг комплекс масалаларини ўрганadi. Яъни у шахсни ўз такомилли жараёнида, ана шу тараққиёт ва юксалишнинг объектив ҳамда субъектив омиллари доирасида тадқиқ этади. **А.** тушунчаси биринчи марта фанга рус олими *Н.Рибников* томонидан 1928 йилда киритилган бўлиб, унинг ўзи бу фан предметини етук инсонларнинг шаклланиши жараёнидир, деб таърифлаган эди. Лекин том маънодаги жиддий фан сифатида унинг шаклланишига яна бир рус психологи *Б.Ананьев* ва унинг издошлари бўлган петербурглик олимлар алоҳида улуш кўшишган. Уларнинг таъкидлашларича, акмеологиянинг предмети – одамнинг ижодий салоҳияти бўлиб, у инсон томонидан ўзига иноят этилган барча имкониятлар ва иқтидорни қандай қилиб, қандай шарт-шароитларда, қайси қонуниятлар таъсирида рўёбга чиқаришини комплекс тарзда ўрганadi. **А.** фанининг асосий вазифаси онгли фаолият субъекти бўлмиш шахсни турли фаолият жараёнларида, хусусан, танлаган касб-кори, ихтисослиги доирасида ўз ижодий салоҳиятини тўла очиш ва амалда намоиш этишига боғлиқ бўлган билимлар, амалий кўникмалар, малакалар, технологиялар билан таъминлаш, таништиришдир. *В.Зазикин* ва *А.Чернишов*ларнинг ёзишича: **А.** – моҳиятан бу етук, баркамол инсонларнинг ривожланиши тўғрисидаги фандир. Шунинг учун ҳам бу фан бугун биз учун жуда муҳим ва унинг имкониятлари деярли очилмаган. Миллий истиқлол ғояларида баркамол шахс, комил инсон ғояси сифатида берилган экан, биз бўлажак менежер (раҳбар)лар тарбиясида уларни ўз имкониятларини ривожлантиришга, ўзлигини англаш орқали, карьеранинг ҳар бир босқичида ўз «акме»си – баркамоллик чўққисининг нималар ва қандай омиллар ҳисобига ривожлантириш мумкинлигини ўргата



олишимиз керак.

**Антрепренер** – бу мусиқий томоша ва намойишлар ташкилотчиси; кенг миқёсли қурилиш ёки ишлаб чиқариш лойиҳаларини бажаришга жавобгар шахс. **А.** – бу давлат билан аввалдан келишилган нархи асосида шартнома тузувчи шахс. **А.** – бу янги корхона яратувчи, яъни тадбиркордан фарқли ўлароқ мавжуд бўлган корхона шароитларида ҳаракатланувчи субъект.

**Гендер** – эркаклар ва аёллар учун хос ҳисобланган жиҳатларни ҳулқ-атвордан ижтимоий кутиш. **Г.** – эркак ва аёл ўртасидаги жисмоний тафовутларни эмас, балки ижтимоий жиҳатдан шаклланидиган мардлик ва назокат сингари хусусиятларни англатади. **Г.** (*gender*) – ижтимоий жинс. Инглиз тилида ижтимоий жинс (*gender*) ва биологик жинс (*sex*) тушунчалари фарқланади. **Г.** (*умумий мазмуни*) – анатомик жинсига кўра эркаклар ва аёллар ўртасидаги фарқ. **Г.** (*социологик мазмуни*) кўпинча анатомик маънога асосланган, аммо ҳар доим ҳам унга мос келавермайдиган ижтимоий бўлиниш.

**Зарурий шахсий сифатлар (ЗКС)** – шахснинг мустаҳкам индивидуал-шахсий хусусиятлар шаклланишига зарар кўрсатмайдиган касбий фаолиятга, билим, малака ва уқувларни самарали ўзлаштиришга таъсир кўрсатувчи сифатлар (психик функциялар) мажмудир.

**Жамоа** – мақсадлари жамият мақсадига мос келадиган умумий фаолият билан бирлашган одамлар гуруҳи.

**Ижтимоий-психологик портрет** – бу шахснинг юксак салоҳият, тасаввурга бойлик, амалий фантазия, ички кечинмалар ривож, амалий ўйлар (интеллект жиҳатдан); ҳамкасблар меҳнатини кадрлаш, бошқа одам билан муомала қилиш қобилияти, ҳар доим оқимга қарши юриш учун тайёрлик (коммуникатив жабҳада); таваккалга қодирлиги, ички кечинмаларни бошқариш, тан олишга интилиш, мағлубиятга учраш мотивидан кўра, муваффақиятга эришиш мотивини юқори қўя билиш (мотивацион-иродавий жиҳатдан) каби сифатлари мажмуидир.

**Ижтимоий тасаввурлар** – ҳар бир шахс томонидан ижтимоий борлиқни ўзига хос тарзда қайд этиш воситаси бўлиб, субъектив реаллиқни объективлик билан боғловчи психологик

механизмдир.

**Имиж** – шахснинг жамият аъзолари томонидан ташқи қабул қилинувчи образи. **И.** – товар образи, унинг бирон нарсани эслатиши, ўхшаши ва акс эттириши, товар бозори иқтисодийётига чамбарчас боғлиқ бўлган ижтимоий-психологик ҳолат. **Товар имижи** товарнинг репутацияси, товар маркаси, товар ишлаб чиқарилган корхона ва мамлакат билан ассоциациялашади.

**Интилувчанлик** – яхшилик, кулайлик ҳамда доимо фойдага интилиш қобилияти.

**Ишбилармонлик** – бу доимо янги нарсани ўйлаб топиш ва бунёд қилишга, борини янада яхшилашга интилиш, уриниш.

**Иқтисодийёт** – одамларнинг хўжалик юритиш муносабатларини ўрگانадиган фан бўлиб, у буларни қанчалик даражада режалаштирилган, ўйланган, ўрганилганини рақам ва предметлар тилида баён этилишидир.

**Иқтисодий онг** – ўз қарашлари, мақсадлари, дунёқарашига эга бўлган инсон онгида бевосита ишлаб чиқариш, ўзлаштириш ва фойда олишга алоқадор объектларнинг акс этишидир. **И.о.** мураккаб психологик тузилма бўлиб, у бевосита иқтисодий вазиятлар ва шарт-шароитларнинг шахс онги, дунёқараш ва мотивларига таъсиридан ҳосил бўлади.

**Иқтисодий психология** – турли вазиятларда ишлаб чиқариш муносабатларига киришиш орқали хўжалик юритишни мақсад қилган шахслар, яхлит гуруҳ, жамоаларнинг иқтисодий тафаккури ҳамда иқтисодий хулқ-атворига алоқадор умумий қонуниятлар ва хатти-ҳаракат механизмларини, ишлаб чиқариш муносабатларининг ҳар бир хўжалик субъекти онгида акс этишини ўрگانади. **И.п.** фан соҳаси сифатида шахсни ишлаб чиқариш муносабатларининг субъекти ва объекти сифатида ўрғанар экан, аввало, меҳнатининг мазмун-моҳияти, ҳамкорлик қилаётган шахсларга нисбатан муносабатлари, баҳолари, фикр-ўйлари, ҳис-кечинмалари, ижтимоий установакалари, касбий сифатлари, нуқсонлари ҳамда меҳнат фаолияти жараёнида ўз хулқ-атворини ташкил этиш механизмларини ёритиб беради. **И.п.** – кенг маънода хўжаликни бошқарувчи субъект психологиясидир.

**Иқтисодийётдаги психологик омил** – бу одам ёки яхлит

гуруҳ томонидан моддий ҳаёт тарзининг онгда акс этишидан келиб чиқадиган ҳолатлар, оқибатлар бўлиб, у бевосита ишлаб чиқаришни бошқариш, хўжалик юритиш услубларини такомиллаштиришнинг субъектив манбаи, деб эътироф этилишидир.

**Иқтисодий тафаккур** – хўжалик муносабатларига киришган субъектларнинг иқтисодий муносабатларга оид тасаввурлари, билимлари, ғоялари ҳамда қарашларини онгдаги акси бўлиб, у амалга оширилаётган фаолиятнинг моҳиятини таҳлил қилиш, умумлаштириш, таққослаш ва хулосалар чиқариш имконини беради.

**Иқтисодий хулқ** – иқтисодий таъсиротга жавоб берувчи хулқдир. **И.п.** – ишлаб чиқариш шарт-шароитлари, воситалари ва турткилари таъсирида намоён бўладиган хатти-ҳаракат ва хулқ-атвордир.

**Касб** – фаолият шакллари бирлашмаси бўлиб, мазмун, воситалар, ташкилотлар, меҳнат натижалари ҳамда меҳнат субъектини тайёрлашга кўйиладиган талаблар мажмуини ташкил этади.

**Касб формуласи** – бу мутахассис фаолиятининг касблар классификацияси орқали профессиограммага хос равишда кодланиши.

**Меҳнат** – инсон эҳтиёжини қондириш асосида ташқи оламни ўзгартиришга қаратилган мақсадли фаолият. **М.** – физиологик нуқтан назардан айтилганда бу – организмда йиғилиб қолган ҳаёт энергияси туфайли содир бўладиган асаб ва мушаклар ҳаракати ҳамда оқсил моддаларнинг механик ишга киришуви жараёнидир.

**Меҳнат психологияси** – фаолиятнинг психологик хусусиятларини ҳамда меҳнатни илмий асосда ташкил этишнинг психологик жиҳатларини ўрганадиган фан.

**Меҳнат фаолияти психологияси** – бу психологиянинг бир соҳаси бўлиб, инсон шахсини меҳнат субъекти сифатидаги шаклланиши хусусиятларини, меҳнатнинг шарт-шароитлари, йўллари ва усулларини илмий жиҳатдан ўрганади.

**Меҳнат эгаси** – психологияни фундаментал категорияси бўлиб, у инсоннинг анланган, мақсадли, фаол ҳаракат қилишини билдиради. **М.э.** сифатида аниқ бир инсон

(индивид)гина эмас, балки ижтимоий гурух, меҳнат жамоаси ҳам олиниши мумкин.

**Миждоз** – техник савияси юкори бўлган профессионал харидор.

**Мотив** – маълум эҳтиёжларни қондириш билан боғлиқ фаолиятга ундовчи сабаб. **М.** – термини психологияда инстинктив импульслар, биологик тузатишлар, қизиқишлар, хохиш, уринишлар, ҳаётий мақсадлар, тузилиш, идеаллар ва шу каби ҳодисаларнинг моҳиятини тушунтиришда ишлатилади.

**Мотивация** – мотивларнинг биргаликдаги маълум бир иерархиясини вужудга келтирувчи ва шахснинг йўналишини кўрсатувчи омил, шахсни фаолиятга ундовчи сабаблар мажмуи. **М.** – ахлоқий хатти-ҳаракатларни аниқ мақсадга йўналтирилган турли хил мақсадлар таъсирида ўзгарувчи воқеликларни ифодалайди. **М.** сўзи грекча «move»», яъни силжитиш, ҳаракатлантириш сўзидан олингандир. Ҳозирги замонда бу сўзнинг маъноси янада кенгайиб – йўллаш, кўллаш ва илҳомлантириш каби маъноларга эришди. **М.** – инсон хулқ-атвори, унинг боғланишлари, йўналиши ва фаоллигини тушунтириб берувчи психологик сабаблари мажмуни билдиради. Шахс хулқини тушунтириб бериш учун «Нега?», «Нима учун?», «Нима мақсадда?», «Нима манфаат йўлида?» каби саволларга жавоб қидириш – **мотивацияни** аниқлаш демакдир.

**Мустақиллик ва йўналганлик** – барча ишлар ҳамда режалаштиришда мустақил фикр ҳамда интилишга эга бўлиш, кучли рақибни кўрган тақдирда ҳам, унинг ютуқларини эркин тарзда ўз манфаати нуқтаи назаридан баҳолаш ва ўз фойдасига бўйсундира олиш сифати.

**Оилавий бизнес** – бу одатда, оиладаги мавжуд воситалар асосида ташкил этилган ва унинг қайсидир аъзоси бошчилигида қолганларини вазифаси белгилаб қўйилган кичик корхонадир.

**Профессиография** – меҳнат субъектининг фаолият таркиблари (мазмун, воситалари, шароитлари, ташкилот) билан ўзаро муносабати ва боғлиқлигини ўрганиш ҳамда аниқлашга қаратилган комплекс метод.

**Профессиограмма** – у ёки бу касбга қўйиладиган талаблардан келиб чиқувчи шахсга хос билим, малака ва қўникмаларнинг уйғунлашган йиғиндисиدير. **П.** – бирор

касбнинг ижтимоий-иқтисодий, ишлаб чиқариш ва техник, санитария-гигиена, психологик ва бошқа хусусиятларини баён этиш демакдир. **П.** — касбнинг турли объектив характеристикалари таснифи.

**Профессионал** — мутахассиснинг меҳнат фаолияти жараёнида ўзига қўйилган вазифаларни юқори даражада бажаришга эришган ҳолати.

**Профессионал компетенция** — фақат касбига тааллуқли бўлган билимлардан ташқари, шу билимларнинг ҳосил бўлиш йўллари, малакаларнинг такомиллашувини таъминловчи психологик жараёнлар ва ҳолатларни билишини ифодаловчи шахс умумий маданиятининг йўналганлиги. **П.б.** — ўзи бошқараётган соҳа фаолиятини мукамал йўлга қуйиш учун ўша фаолият борасида тўла маълумотлар, билим ва малакаларга эга бўлишликдир.

**Профессионализация** — бу меҳнат кишисининг (психологик, физиологик, ҳулқ-атвор ва ишга боғлиқ) характер хусусиятларини иш жараёнида шаклланиши демакдир.

**Психограмма** — фаолиятнинг психологик жараёнлари таснифи. **П.** атамаси фанга XX аср бошида немис психологи *В.Штерн* томонидан киритилган. Мазмунига кўра, бу методика аниқ шахснинг психологик портретини ўрганишга йўналтирилган. Шунингдек, *Штерн*, шахснинг барча кирраларини эмас, балки фаолиятга йўналтирилган муҳим томонларини қамраб олувчи психограмманинг қисман (бошланғич) тузилишини ҳам таклиф қилади. Профессионал муваффақиятини таъминловчи зарурий касбий сифатлар (ЗКС)ни умумлаштириш орқали, унинг психограммаси тузилади. Бу ерда гап бирор касбда фаолият юритаётган шахс хусусида эмас, балки малакали мутахассис портрети намунаси ҳақида кетмоқда.

**Психодиагностика** — психологик ташхиснинг амалий жиҳати билан боғлиқ бўлган психологнинг махсус фаолиятидир. **П.** — амалиётда турли психодиагностик усуллардан фойдаланиш мумкин бўлган психологик билимлар доирасини ифодалайди. Шундай қилиб, диагностика ёрқин намён бўлувчи индивидул-психологик, психофизиологик хусусиятлар асосида олинган маълумотларни таққослаш билан алоҳида киши ёки маълум

шахслар гуруҳи борасида хулоса чиқариш демакдир.

**Психология** – одамнинг объектив борлиқни сезги, идрок, тафаккур, туйғу-ҳиссиёт ва бошқа психик ҳолатлар орқали акс эттириш жараёнини ўрганадиган фан.

**Пул** – универсал рағбатлантириш услуби бўлиб, ҳар қандай даражадаги малакали ва маълумотли ходим учун аҳамиятли омилдир.

**Статус** – муайян индивидлар гуруҳининг жамиятдаги бошқа аъзоларга нисбатан кўпроқ эътирофга ёки престижга эга бўлиш даражаси.

**Тадбиркор** – бу таваккалчилик шароитларида ҳаракатланувчи ва капитал тақдим этиш ҳамда тадбиркорлик вазифасида фарқланувчи инсон (1725 й., *Ричард Кантильон*). Т. – бу тадбиркорлик даромадидан капитал даромади фарқланувчи киши (1803 й., *Жан Батист Сэй*). Т. – бу янги технологияларни ишлаб чикувчи новатор (1934 й., *Йозеф Шумпетер*). Т. – бу кўзланган таваккалчилик шароитларида ҳаракатланувчи бакуват одам (1961 й., *Девид Макклеланд*). Т. – бу юқори фойда йўлида ҳар қандай имкониятдан фойдаланувчи шахс (1964 й., *Питер Друкер*). Т. – бу юқори фойда йўлида ҳар қандай имкониятдан фойдаланувчи шахс (1997 й., *Бодо*).

**Тадбиркорлик** – бу жамият ҳаётидаги ҳўжалик, ижтимоий ва бошқа соҳаларда ўзининг ташаббускорлиги, топағонлиги, мустақиллиги, ҳозир жавоблиги, ностандарт қарорга келиши, таваккал қилишга ва натижалар учун маъсулиятни ўз бўйнига олишга тайёрлиги ёрдамида муайян мақсадларга эришишга қодир шахснинг хусусиятларидан биридир. Т. – бу мулк ҳуқуқи субъектларнинг моллар ишлаб чиқариш, хизматлар кўрсатиш асосида фойда ёки даромад олишга қаратилган амалдаги қонунлар доирасида ташаббускорлик билан фаолият кўрсатишидир. Т. – бу кишининг шахсий ташаббусларига асосланган, фойда олиш ва маҳсулотлар ишлаб чиқариш мақсадида таваккалчилик билан фаолият юритишига оид ҳаракатлари мажмуидир.

**Тадбиркорлик фаолияти** – фойда олиш мақсадида таҳлика (таваккалчилик) билан ҳамда мулкий жавобгарлик асосида ва амалдаги қонунлар доирасида ўз ташаббуси билан амалга ошириладиган иқтисодий фаолиятдир... Қисқа қилиб айтганда,

тадбиркорлик фаолияти фойда олишга қаратилган фаолиятдир.

**Тадбиркорлик ёки ишбилармонлик** – бу янги ғояларни амалга ошириш билан боғлиқ бутун масъулиятни ўзига олиб, таваккал иш тутишдир.

**Тежамкорлик** – тафаккур ёки ақлнинг шундай сифати саналиб, у аини вазиятда кам вақт ва маблағ сарф этиб, натижага осонлик билан етиш имкониятидир.

**Трудограмма** – касб «миссия»си ва унинг жамиятда тутган ўрни; касбнинг жамиятга татбиқ этилганлиги; касбга доир меҳнат предметлари; касбий билимлар; касбий фаолиятда самарага эришиш учун зарур жараёнлар, хусусиятлар ва ҳолатлар; меҳнат воситалари; меҳнат шартлари; ташкилот ва корпорациялар меҳнати; меҳнат маҳсулотлари; касбга доир малакали разрядлар, категориялар ва тўловларнинг профессионаллик даражаси; иш берувчининг касбга доир ҳуқуқлари; иш берувчининг касбга доир мажбуриятлари; касбнинг инсонга нисбатан позитив таъсири; касбнинг негатив томонлари мазмунининг умумий тавсифномаси.

**Установка** – бу инсон доимий бажарадиган хатти-ҳаракатининг даставвал англанган ҳолда амалга ошиши ва у тақорлангани сари беихтиёр, автоматлашган ҳолатга ўтиб боришини таъминлайдиган англанмаган программа режаси.

**Фаолият психограммаси** – меҳнат эгасининг когнитив, эмоционал-иродавий, мотивацион, индивидуал-психологик ва бошқа касбий муҳим бўлган сифатларига қўйиладиган талаблар ҳамда тавсифномалар мажмуи.

**Чекланган рационаллик** – бу трансакция харажатлари, яъни иқтисодийет назариясида қабул қилинган билишга оид асослар.

**Эҳтиёж** – сўзининг луғавий маъноси табиий ёки ижтимоий ҳаёт тақозосидир. Э. – индивид шахсининг маданий даражасига асосан специфик шаклга кирган мухтожликдир. Э. – ҳаёт шароитлари билан боғлиқ бўлган ва ҳис қилинадиган қониқмаслик ҳолати.

**Ҳисоб-китобчилик** – барча харажатларнинг даромадга нисбатини аниқ баҳолай олиш қобилияти. **Ҳ.к.** – бу фаолият натижаларига эришиш йўллари олдидан тасаввур қилиш ва унинг моддий ҳамда маънавий қийматини англаш ҳислатидир.

## Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

- Каримов И.А.** Ўзбекистоннинг 16 йиллик тараққиёт йўли. / Ислох Абдиганиевич Каримов. – Т.: «Ўзбекистон», 2007.
- Каримов И.А.** 2006 йилда мамлакатни ижтимоий-иқтисодий ривожлаништириш якунлари ва 2007 йилда иқтисодий ислохотларни энг муҳим устувор йўналишларига бағишлаган Вазирлар Маҳкамаси мажлисидаги маърузаси // Халқ сўзи газетаси. – 13.02.2007. – №31.
- Каримов И.А.** Ўзбек халқи ҳеч қачон, ҳеч кимга қарам бўлмайди. Т.13 – Т.: «Ўзбекистон», 2005.
- Каримов И.А.** Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатимизни модернизация ва ислох этишдир. – Т.: «Ўзбекистон», 2005.
- Абдуллаева Ш.** Пул, кредит ва банklar. – Т.: «Молия», нашриёти, 2000.
- Абдурахмонов Қ., Мамарасулов Ф.** Меҳнат иқтисоди. Ўқув-услугий материаллар. –Т.: 1996.
- Абдурахмонов Қ.Х.** Меҳнат иқтисодиёти (назария ва амалиёт). Олий ўқув юртлари учун дарслик. – Т.: “Meһnat”, 2004.
- Автономов В.С.** Модель человека в экономической науке. – СПб.: Экономическая школа, 1998.
- Адаир Д.** Психология лидерства. – М.: Изд-во Эксмо, 2007.
- Алан В.** Бизнес-план: Учебн.-практ. пособие / пер. с англ. *Алмазовой Н.И., Булиной И.Ю.* – 3-е изд. – М.: Изд-во Проспект, 2005.
- Асеев В. Г.** Мотивация поведения и формирование личности. – М.: 1976.
- Атоновский В.Е.** Интеграционные процессы в реальном секторе Российской экономики (на примере промышленных и банковских структур). Спец. 08.00.05. // Автор. ... кан.экон.наук. – М.: 2002.
- Болотова А.К.** Прикладная психология: Учебник для вузов / *А.К. Болотова.* – М.: Гардарики, 2006.
- Вебер М.** Избранные произведения / Пер с нем.; Сост., общ. ред. Ю.Н. Давыдова. – М.: Прогресс, 1990.
- Гмурман В.Е.** Руководство к решению задач по теории вероятностей и математической статистике: Учебное



- пособие. – 11-е издательство, перераб. – М.: Высшее образование, 2006.
- Даниелянц А.** Мотивация предпринимательской деятельности // Проблемы теории и практика управления. – М.: 1992, №6.
- Джон М.** Библиотека избранных трудов о стратегии бизнеса. Пятьдесят наиболее влиятельных идей всех времен / пер.с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2006.
- Донцов А.И.** Концепция социальных представлений во французской социальной психологии. – М.: 1987.
- Еникеев М.И.** Психологический энциклопедический словарь. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2006.
- Зомбарт В.** Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / РАН Ин-т социологии. – М.: Наука, 1994.
- Иктисодиёт ва бизнес асослари: (Э.Сариқов, М.Маматов).** – Т.: Шарқ, 1997.
- Как сбалансировать работу и личную жизнь / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.**
- Каримова В.М.** Ўзбек ёшларида оила тўғрисидаги ижтимоий тасаввурларнинг шаклланиши: Дис. ... психол. фан. док. – Т.: 1994.
- Каримова В.М., Абдиғаффоров Б.Т., Акрамова Ф.А.** Ташкилий ҳулқ: Маърузалар матни. – Т.: 1999.
- Каримова В.М., Акрамова Ф.А.** Иқтисодий психология. Маърузалар матни. – Т.: 2002.
- Каримова В.М., Акрамова Ф.А.** Иқтисодий психология: Маърузалар матни. – Т.: ТДИУ, 2005.
- Каримова В.М., Акрамова Ф.А.** Психология. Маърузалар матни. – Т.: 2000.
- Каримова В.М., Ҳайитов О.Э., Умарова Н.Ш.** Бошқарув соҳасидаги профессионал компетенция асослари: Монография. / Проф. В.М.Каримова таҳрири остида. – Т.: ТДИУ «Талаба», 2007.
- Карпов А.В.** Психология менеджмента: Учеб. пособие. – М.: Гардарика, 1999.
- Китов А.И.** Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987.
- Ключко Л.Н.** Сельскохозяйственная кооперация: Практикум. – М.: Дашков и К, 2003.

- Коул А., Маклин Х.** Руководство для ловцов сновидений. The Dream Catchers Handbook: Learn to Understand the Personal Significance of Your Dreams. – Мн.: Издательство София, 2004.
- Кошкина К.** Деловой преферанс (для богатых и солидных, а также для всех желающих). – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М. 2006.
- Кузин Ф.А.** Делайте бизнес красиво. – М.: ИНФРА-М, 1995.
- ЛИДЕРСТВО.** Психологические проблемы в бизнесе. – Дубна: Издательский центр «Феникс», 1997.
- Липатов С.А.** Методы социально-психологической диагностики в организациях // Введение в практическую социальную психологию / Под общ. ред. Ю.М. Жукова, Л.А. Петровского, О.В. Словьевой. – М: Наука, 1993.
- Лутфуллаева Н.Х.** Турмуш курган талабаларнинг оилавий муносабатларга тайёрлигининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2006.
- Макс Вебер.** Проместакатся этика и дух капитализма. – М.: Прогресс, 1990.
- Маркова А.К.** Психология профессионализма. – М.: «Знание», 1996.
- Маркхам У.** Когда женщина на пределе: о пользе и вреде стресса. – М.: 1998.
- Маслоу А.** Мотивация и личность. – СПб.: Евразия, 1999.
- Махмудов И.И.** Бошқарув психологияси: Ўқув қўлланма / Масъул мухаррир: А.Холбеков. – Т.: ДЖҚА «Рахбар» маркази; «YUNAKS-PRINT» МЧЖ, 2006.
- Машков В.Н.** Психология управления: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000.
- Машков В.Н.** Психология экономики. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2001.
- Михайлов В.И.** Азбука бизнеса (Как начать свое дело). – СПб.: Питер, 1998.
- Норкулова Н.Т.** Рахбар аёлларда тадбиркорлик мотивацияси масалалари: Битирув малакавий иши. – Т.: ЎзМУ, 2001.
- Основы менеджмента / М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоури.** – Москва: Дело, 2004.
- Очилова Г.О.** Оилавий бизнес бошқарувининг ҳуқуқий жиҳатлари / «Олима аёлларнинг фан-техника тараққиётида

тутган ўрни» мавзуидаги Республика илмий-амалий конференция маърузалар тўплами: Иқтисодиёт ва бошқарув. Сервис ва туризм. Хизмат кўрсатиш соҳаси. IV қисм. (26 ноябрь 2007 йил). – Т.: ТДИУ босмаҳонаси, 2007.

**Очилова Г.О., Ҳайитов О.Э.** Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни бошқаришдаги жинслар интеграцияси масаласи // «Иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш шароитида корхоналарда маркетинг фаолиятини ташкил этиш ва бизнес стратегияларини ишлаб чиқиш» республика илмий-амалий анжумани маърузалари тўплами (16–17 октябрь 2007 йил). – Т.: ТДИУ, 2007.

**Платонов Ю.П.** Психологические типологии: Пособие для менеджеров и практических психологов (Серия «Мастерская психологии»). – М.: Изд-во. Речь. 2005.

Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. / **Роберт Хизрич, Майкл Питерс**; Общ. ред. В.С. Загашвили. – М.: Фирма «Прогресс-Универс», 2005.

Прикладная социальная психология. / Под. ред. **А.Н.Сухова** и **А.А.Деркача**. – М.: Изд-во «Институт практической психологии»; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 1998.

Психология. Учебник. / Отв. ред. проф. **А.А.Крылов**. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во: ПРОСПЕКТ (ТК Велби). 2004.

Психология. Учебник. / Под. ред. **А.А.Крылов**. – М.: «ПРОСПЕКТ». 1998.

Путь в XXI век (стратегические проблемы и перспективы Российской экономики) / Под ред. **Д.С.Львова**. – М.: Экономика, – 1999;

**Радаев В.** Экономическая социология (учебное пособие для вузов): – М.: Издательство: Высшая школа экономики. 2005.

**Райзберг Б.А.** Психологическая экономика: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2005.

**Роик В.Д.** Профессиональный риск: оценка и управление. – М.: Анкил, 2004.

**Самуэльсон П.** Экономика: Методическое пособие. – М.: Экономика, 1996.

**Свенцицкий А.Л.** Социальная психология: учебник. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.

- Семенов А.К., Маслова Е.Л.** Психология и этика менеджмента и бизнеса: Учебное пособие. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006.
- Смольников В.Г.** Предпринимательство как особый вид деятельности // Социол. исслед. 1994. № 2.
- Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений / Отв.ред. **А.Л.Журавлев**. – М.: Изд-во ИП РАН, 1997.
- Соколинский В.А.** Психологические основы экономики: Учеб. пособие для вузов. – М.: ЮНИТИ, 1999.
- Социальная психология экономического поведения. – М.: Наука, 1999.
- Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений / **А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова, В.А.Хашенко**; Отв. ред. **А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова**; РАН. Ин-т психологии. – М.: 1998.
- Тарасов В.К.** Технология жизни. – М.: 1990.
- Темур тузуклари. – Т.: 1991.
- Устойчивое развитие сельского хозяйства и сельских территорий: Зарубежный опыт и проблемы России. – М.: Т-во научных изданий КМК. 2005.
- Шодмонов Ш., Жўраев Т.** Иқтисодиёт назарияси. Маърузалар матни. – Т.: 2000.
- Шумпетер Й.А.** История экономического анализа (в трех томах) History of Economic Analysis. В трех томах. – Минск: Издательство: Экономическая школа, 2004.
- Экономическая психология. Социокультурный подход / Под ред. проф. **И.В.Андреевой**. – СПб.: Питер, 2000.
- Ясин Е.Г.** Модернизация экономики и система ценностей. – М.: ГУВШЭ, 2003.
- Хайитов О.Э.** Психологик иқтисод: Ўқув кўлланма / Проф. *В.М.Каримова* тахрири остида. – Т.: ТДИУ, 2006.
- Хайитов О.Э.** Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Дис. ... психол. фан. ном. – Т.: ТДИУ, 2005.
- Хайитов О.Э., Якубов И.И.** Оилавий тадбиркорлик // «Иқтисодиётни модернизациялаш ва жамиятни янгилашнинг устувор йўналишлари» мавзусидаги университет ёш

олимлари, магистрантлар ва талабалари илмий-амалий анжумани маърузалар тўплами (28–29 апрель 2006 йил). – Т.: ТДИУ, 2006.

- Adam Smith.** *Angniry into the Nature of Canses of Wealth of Nations.* 1985.
- Arkes H.R., Garske Y.P.** *Psychological Theories of Motivation.* – Monterey, 1982.
- Atkinson J.W.** *An Introduction to Motivation* – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1964.
- Cantillon R.** *Essai Sur la Nature du Commerce en General,* 1755.
- Clayton P. Alderfer,** *Existence, Relatedness, and Growth* – New York: Free Press, 1972.
- David McClelland,** *The Society* – Princeton, N.J.: Van Nostrand, 1961.
- Drucker F Peter** *La gerencia de empresas.* Editorial Hermes, 1992.
- Frederick Herzberg,** Berrard Mausn er, and Barbara Snyderman, *The Motivation to Work* (New York: Wiley, 1959): and Frederick Herzberg, «One More Time: How Do You Motivate Employees?» *Harvard Business Review*, January-February 1968.
- Hayitov O.E.** *Psixodiagnostika: O'quv qo'llanma* / Prof. V.M.Karimova tahriri ostida. – Т.: TDIU, 2007.
- Hebb D.O.** *Textbook of psychology.* Philadelphia: W.B. Saunders Company; London-Toronto, 1972.
- Jodelet J.** *Reresentetion sociali; phenomenes, concert et theorei* // Moscovici S. (ed) *psychologie socialr.* - P.: 1984.
- Karimova V.M., Hayitov O.E., Ochilova G.O.** *Oilaviy tadbirkorlik: gender tadqiqotlar obykti sifatida* / Sog'lom avlod uchun. – 2007. – №12.
- Kreitner, Robert.** *Organizational behavior* / Robert J. Kreitner, Angelo J. Kinicki. – BPI/IRWIN, Homewood, IL 60430. – Boston: MA 02116, 1989.
- McClelland,D.C., Atkinson, J.W., Clark, R.A., and Lowell, E.L.** *The achievement motive.* – New York: Appleton, 1953.
- Mescon M., Albert M., Khedouri F.** *Management.* 3rd Edition., New York, Harper&Row, 1988.
- Moscovisi S.** *Sur les representations jociles.* – Paris. 1979.
- Rotter, J.B.** *Internal versus external control of reinforcement: A case history of a variable.* *American Psychologist.* – 1989. – #45.

**Samson E.** The image factor. – London: 1994.

**Schumpeter J.** Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. – Leipzig: 1912. [Schumpeter J. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. – Cambridge: 1934.]

**Victor Vroom,** Work and Motivation – New York: Wiley, 1964.

**Weiner B.** Theories of Motivation. – Chicago: 1972.

<http://psych.fullerton.edu/jmearns/rotter.htm>

<http://rusref.nm.ru/indexpubsbornik1.htm>;

[http://www.booka.ru/booka\\_topic\\_8312?id=159479](http://www.booka.ru/booka_topic_8312?id=159479)

<http://www.bookler.ru/searchbookaction/k37385.shtml>

<http://www.contr-tv.ru/common/1391/>

<http://www.ecsocman.edu.ru/db/msg/117880.html>;

<http://www.humanities.edu.ru/db/msg/26988>.

<http://www.statistics.uz>

[http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/g\\_names/struve\\_1.html](http://www.unilib.neva.ru/rus/lib/g_names/struve_1.html)

<http://www.zhurnal.ru/magister/library/philos/freud/freud200.htm>

<http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm>

<http://yurpsy.by.ru/biblio/socpsy/12.htm#7.4>.

Ойбек ҲАЙИТОВ, Гулноз ОЧИЛОВА

## Тадбиркорлик психологияси

Тошкент – «Fan va texnologiya» – 2008

Мухаррир: *М.Миркомилев*  
Техник муҳаррир: *А.Мойдинов*  
Мусахҳиҳ: *М.Ҳайитова*  
Компьютерда  
саҳифаловчи: *А.Шахамедов*

Босишга рухсат этилди 30.01.2008. Бичими 60x84<sup>1</sup>/<sub>16</sub>  
«Times New Roman» гарнитураси. Офсет усулида босилди.  
Шартли босма табағи 9,25. Нашр табағи 9,0. Адади 1000.  
Буюртма № /1

«Fan va texnologiyalar Markazining bosmaxonasi»да чоп этилди.  
100003, Тошкент шаҳри, Олмазор кўчаси, 171-уй.

