

AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSLARI

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ЖЕНСКОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВАSCIENTIFIC AND THEORETICAL BASIS OF THE DEVELOPMENT OF WOMEN'S
ENTREPRENEURSHIPAxmedova Dilbar Buranovna¹¹Axmedova Dilbar Buranovna

– Buxoro davlat universiteti, mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya

Mazkur maqolada falsafaning nazariy kontsepsiyalarida tadbirkorlik omilining ijtimoiy jihatlarini tadqiq etilgan. Tadbirkorlikning ijtimoiy kontsepsiyalarini yoritishda eng avvalo, rivojlangan xorijiy ijtimoiy-falsafiy nazariyalarga tayanilgan bo'lib, unda asosan tadbirkorlikning ijtimoiy jihatdan rivojlantirishga o'z hissasini qo'shgan faylasuf olimlarning ijtimoiy-falsafiy nazariyalariga e'tibor qaratib ular qiyosiy tahlil qilingan. Bu esa, falsafaning nazariy-metodologik kontsepsiyalarida tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy jihatlarini yoritilishida muhim ahamiyat kasb etadi.

Аннотация

В данной статье исследуются социальные аспекты предпринимательского фактора в теоретических концепциях философии. При выяснении социальных концепций предпринимательства опирались на развитые зарубежные социально-философские теории и проводили их сравнительный анализ, обращая внимание на социально-философские теории философов, внесших вклад в социальное развитие предпринимательства. Это важно при объяснении социальных аспектов предпринимательства в теоретико-методологических концепциях философии.

Abstract

In this article, the social aspects of the entrepreneurial factor in the theoretical concepts of philosophy are studied. In elucidating the social concepts of entrepreneurship, developed foreign socio-philosophical theories were relied on, and they were comparatively analyzed, paying attention to the socio-philosophical theories of philosophers who contributed to the social development of entrepreneurship. This is important in explaining the social aspects of entrepreneurship in the theoretical and methodological concepts of philosophy.

Kalit so'zlar: xotin-qizlar tadbirkorligi, rivojlantirish, tadbirkorlar qatlami, halqimizning milliy mentaliteti

Ключевые слова: женское предпринимательство, развитие, слой предпринимателей, национальный менталитет нашего народа.

Key words: women's entrepreneurship, development, layer of entrepreneurs, national mentality of our people.

KIRISH

Tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy jihatlarini yoritishda Amerika iqtisodiy pragmatizm vakillari ham alohida o'rinni egallaydi. Bu maktab vakillari asosan tadbirkorlik tushunchasi, foyda, ularning rivojlanish yo'nalishlari va boshqa omilarni o'rganishga e'tibor qaratadi.

Chikagodagi iqtisodiy nazariya maktabining asoschisi F.X. Nayt tadbirkorlik, raqobat, foyda va xavf nazariyasini «Risk (tavakkalchilik), noaniqlik va foyda» kitobida, shuningdek «Raqobat ahloqi» asarida ifodalagan. F.Nayt xavfning ikkita turini ajratib ko'rsatdi: unga ko'ra, qandaydir tarzda noaniqlikni bartaraf etish uchun vaziyatni rivojlantirish uchun bir qator variantlarni hisoblash va o'z tajribasi asosida harakatning eng maqbul variantlarini amalga oshirish uchun aniq harakatlar majmuini aniqlash hisoblangan xavfdir. Bunda tadbirkor yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavfni oldindan biladi. Shuning uchun uning amalga oshirilishi lozim bo'lgan harakatni oldindan belgilab, tanlash imkoniyati mavjud bo'ladi. F. Naytning fikricha, har qanday tadbirkorlik faoliyatida «haqiqiy noaniqlik» xususiyati mavjuddir. Bunday noaniqlik hatto kutilgan natijalar va ehtimolliklar to'plamini ham bermaydi. Boshqacha aytganda, bu tushunib bo'lmaydigan noaniqlik, uni to'liq hisoblab bo'lmaydi. Shu sababdan ham, tadbirkorlar tomonidan bu faoliyat turi ko'pincha sug'urta qilinadi. Bu jarayon F.Nayt tadbirkorning daromadi aniq bo'lmagan, xavf-xatar mavjud bo'lgan sharoitda amalga oshiriladigan xatti-harakatlar uchun to'lanadigan ish haqqi hisoblanadi. Bunday holda, foyda tadbirkorning tavakkal qilish va xavf-xatarlarga doimo tayyor bo'lish qobiliyatiga, noaniqlik sharoitlarga barqaror va jiddiy oqibatlarisiz dosh berishga, sezgi qobiliyatiga va ratsional hisoblashga bog'liqdir.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR

Shunday qilib, F.Nayt tadbirkorlik nazariyasida, avvalambor, ishbilarmonlik muhiti va tadbirkor faoliyatiga xos bo'lgan xavf va noaniqlik tushunchalarini chuqur anglash bilan bog'liq. Uning yondashishi, tadbirkorning shaxsini ijtimoiy-psixologik portretiga uning shaxsiyatiga mos keladigan fazilat va xususiyatlarini kiritish orqali yanada to'liqroq taqdim etish va tavsiflash imkonini beradi.

Amerikalik iqtisodchi R.Kouz ham tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy jihatlarini yoritishga alohida e'tibor qaratgan. U o'zining «Firma tabiati» asarida yangi kompaniyani yaratishning bosh maqsadi bunday xarajatlarni sezilarli darajada kamaytirishdir. Bunday holda, kompaniya tadbirkorning tashqi va ichki muhit bilan munosabatlarini barqarorlashtirish va tartibga solish vositasi sifatida ishlaydi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

XX asrning boshlariga kelib tadbirkorlik faoliyatining mohiyati yangi bozor imkoniyatlarini yaratish va ishlab chiqarish omillarining ijodiy kombinatsiyasi ishlab chiqildi. Bunda asosan, tadbirkorlikning innovatsion tabiatiga alohida urg'u berilgan.

Tadbirkorlikning ijtimoiy omillarini rivojlantirishga eng katta hissa qo'shgan olimlardan biri avstriya-amerikalik iqtisodchi va sotsiolog Y.Shumpeterdir. Uning tadbirkorlik fenomenini tushuntirishi iqtisodiy rivojlanish nazariyasida bayon etilgan bo'lib, uni dunyoga tanitdi va shon-shuxrat olib kelgan: u «Tadbirkor bo'lish boshqalarning qilganini qilmaslik, shuning uchun boshqalarning qilganini qilmang», degan edi. Iqtisodiy fanlarning ko'pgina vakillaridan farqli o'laroq, u tadbirkorlikni faqat iqtisodiy voqelik va qonunlar prizmasidan ko'rib chiqib, ishlab chiqarish omillarining samarali kombinatsiyasi bilan cheklanmagan, balki birinchi navbatda yangi innovatsiyalar yaratish, ishlab chiqish va amalga oshirish bilan belgilanadigan maxsus tadbirkorlik vazifalarining mavjudligini ta'kidladi. Bu esa, tashkiliy va iqtisodiy yangiliklarda ko'proq namoyon bo'ladi va tadbirkorda ijodkorlik qobiliyatlarini namoyon qilishda, yangi qirralarini ochib beradi. Shunday qilib, unga ko'ra ijodiy tadbirkorlik tashkiliy va boshqaruv faoliyati doirasida amalga oshiriladigan va tadbirkorlikning asosiy belgisi bo'lgan innovator hisoblanadi. [1, 17-18 b]

Y.Shumpeterning fikricha, tadbirkorlik faoliyatining eng muhim motivi o'zini o'zi boshqarishni amalga oshirish va shaxsiy ijodiy mustaqillikka erishishi hisoblanadi, bu esa, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanish uchun xohish bo'lgan shaxslarda o'z biznesini yaratish va raqobatchilar ustidan g'alaba qozonish imkoniyatini yaratadi. Bularning barchasi tadbirkorga xos bo'lgan o'ziga xos fazilat va xususiyatlarini aniqlaydi. Bunga misol qilib, harakatchanlik irodasi, intellektning faolligi va tanlanganligi, yolg'iz qiyinchiliklarni yengish va qarama-qarshi muhitga qarshi turish, hokimiyat, boshqalarga idrok va sezgisi orqali ta'sir o'tkazish qobiliyati va boshqalarni kiritishimiz mumkin.

Akademik T.I.Zaslavskaya tadbirkorlik faoliyatini ijtimoiy-falsafiy jihatdan o'rgangan bo'lib, u tadbirkorlik muayyan ijtimoiy qatlamning paydo bo'lishi va rivojlanishi uchun asos bo'lgan faoliyat sifatida ko'rib chiqilishi kerakligini aniqlaydi. Bu faoliyat turining tarkibiy belgilari quyidagilardan iborat:

- foyda olishni rejalashtirish;
- iqtisodiy qarorlar qabul qilish erkinligi va avtonomligi;
- shaxsiy xavf va shaxsiy javobgarlik bilan ifoda etilgan mustaqillik.

T.I. Zaslavskaya tadbirkorlik tushunchasini keng va tor ma'nolarda talqin qilishni taklif etadi. «Tadbirkorlik» atamasi tadbirkorlik qatlamining «yadro» guruhini — o'z korxonalarini o'zi boshqaradigan mulkdorlarni anglatishi kerak. «...ushbu guruh tadbirkorlikning barcha belgilariga ega bo'lib, u professional ravishda «pul topish» bilan shug'ullanadi, o'z kapitalini mustaqil boshqaradi, mustaqil ravishda iqtisodiy qarorlar qabul qiladi, bu esa o'z navbatida ularni klassik tadbirkor deb nomlash uchun asos yaratadi. Shu bilan birga, biz barcha ruslarni, ma'lum darajada tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi yoki boshqacha qilib aytganda, klassik tadbirkorlardan boshlab, bo'sh vaqtlarida «pul ishlab olishga» harakat qiladigan yollanma ishchilar bilan birlashtiradigan umumiy tushunchani kiritishni taklif qilamiz. Bu qatlam mustaqil ravishda qarorlar qabul qilish asosida va foyda olish maqsadida amalga oshiriladigan ishlab chiqarish, tijorat yoki moliyaviy faoliyat subyektlarining umumiy sonini qamrab oladi...». Bu esa, jamiyat a'zolarini iqtisodiy farovonligini ta'minlaydi. Chunki, jamiyatdagi bu qatlam vakillari o'z hayotlarini tadbirkorlik faoliyatiga bag'ishlaydi va bu orqali jamiyat strukturasida o'z o'rniga ega bo'ladi.

Shunday qilib, T.I. Zaslavskaya tadbirkorlar qatlamini aniqlashda quyidagicha tasniflarni taklif etadi:

Tadbirkorlar — asosan kichik korxonalar va firmalarning xususiy egalari bo'lib, ularni bandlik bilan birlashtirmasdan, ushbu faoliyatni shaxsan o'zi boshqaradi.

O'z-o'zini ish bilan ta'minlash — shaxsiy ishlab chiqarish vositalaridan foydalangan holda eng kichik biznes bilan shug'ullanadigan shaxslar bo'lib, ular asosan malakali mutaxassislar va ishchilar hisoblanadi. [4, 82-88 b]

Biznes menejerlari — boshqaruv uchun ishchilarni yollash bunda asosan, o'z biznes faoliyatini kengaytirish uchun birlashtirilgan kichik va o'rta korxonalar, aktsiyadorlik va xususiy sektorlar uchun direktorlarni yollanadi.

Shuningdek, akademik T.I. Zaslavskaya tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy jihatlarini ochib berish maqsadida undagi gender muammolarini, jamiyat sotsial strukturasiidagi yosh ishbilarmon doiralarning ijtimoiy-psixologik, ijtimoiy-madaniy xususiyatlari muammolarini o'rganish bo'yicha ijtimoiy-falsafiy tadqiqotlar o'tkazgan. Tadqiqot zamonaviy Rossiya jamiyatini o'zgartirishda tadbirkorlikning o'rnini o'rganishga qaratilgan edi. Uning fikricha, har qanday jamiyatning taraqqiy etishi bevosita tadbirkorlik bilan bog'liq.

Jamiyatda tadbirkorlik faoliyatini ijtimoiy jihatlarini iqtisodiy-falsafiy nuqtai nazaridan o'rgangan yana bir taniqli iqtisodchi V.V. Radayev hisoblanadi. Uning tadbirkorlikka oid dastlabki asarlarida ushbu ijtimoiy-iqtisodiy hodisani jamiyatida yangi ijtimoiy kuchning paydo bo'lishi natijasi sifatida ko'rib chiqadi va ularning ijtimoiy-psixologik va madaniy xususiyatlarini yoritib bergan. U o'zining qarashlarida tadbirkorlik faoliyatining iqtisodiy funktsiyasi orqali o'rganishni taklif qiladi. V.V. Radayev o'zining «Iqtisodiy sotsiologiya» asarida tadbirkorlikning quyidagi umumiy ta'rifini beradi: «bu pul daromadlarini (yoki boshqa qo'shimcha daromadlarni) olish uchun tashkiliy innovatsiyalarni amalga oshirishdan iborat bo'lgan faoliyat turi» deb baholaydi. Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, tadbirkorlik faoliyatini tashkil etuvchi uchta muhim elementni ajratib ko'rsatadi. Bularga quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- tashkilot ijtimoiy harakatlarning obyekti sifatida, tadbirkor shaxsini mustaqil ravishda ishchilardan ajratib turadi;
- innovatsiyalarni joriy etish, tadbirkor shaxsini menejer va ijarachidan, spekulyator va vositachidan ajratib olishga yordam beradi;
- faoliyatdan olingan daromadlar — tadbirkorlik loyihasining muvaffaqiyati yoki muvaffaqiyatsizligini aniqlashga imkon beradi.

Tadbirkorlar ko'pincha ishlab topgan daromadini butunlay boshqa maqsadlarga, masalan, jamoat obro'siga, ulkan g'oyalarni amalga oshirishga va ta'lim olishga erishish vositasida sarf etishadi. Bu esa, V.V. Radayevning fikricha, har qanday iqtisodiy sabablar ortida, ijtimoiy munosabatlar yashiringan degan g'oyani ilgari suradi.

Bundan tashqari, V.V. Radayev tadbirkorlik faoliyatini tashkil etib, uni rivojlantiruvchi ehtiyojlarni to'rt guruhga ajratib berdi:

1. Yashab (omon) qolish ehtiyojlari, tashqi qiyinchiliklar sharoitida minimal barqarorlikka erishish, ularning dunyo va jamiyatdagi mavqeyini mustahkamlash, barqaror turmush darajasiga erishish, kelajakka ishonchni qozonish istagining mavjudligi;
2. Gedonistik ehtiyojlar, eng yuqori farovonlikka erishish, shaxsiy iste'molni maksimal darajada oshirish va o'z harakatlarini minimallashtirish va boshqalar;
3. Ijtimoiy o'zini o'zi tasdiqlash zarurati ma'lum bir ijtimoiy guruhda kuchli o'ringa ega bo'lish istagi;
4. Mehnatga bo'lgan ehtiyoj, kasbiy ijodiy o'zini-o'zi anglash istagi, yangilik, yechilishi kerak bo'lgan vazifalarni hilma-hilligi va murakkabligi, yutuqlarning tavakkalchilikka asoslanganligi, kasbiy qobiliyatlarni, bilimlarni, ko'nikmalarni sinash va boshqalarni o'zida sinab ko'rish.

Tadbirkorning faoliyati ushbu turdagi ehtiyojlarning ma'lum birlashuvi bilan belgilanadi, bunda odatda bitta tur ustunlik qiladi. Bu ehtiyojlarning butun tizimi esa, to'rt turdagi tadbirkorlik harakatlarida o'z aksini topadi. V.V. Radayev tadbirkorlik faoliyati harakatlarini yoritishda M. Veberning ijtimoiy harakatlarning tipologiyasiga tayanadi. U o'z qarashlarida tadbirkorlikning harakatlarini ham to'rt qismga ajratadi:

1. An'anaviy harakatlar, bunga to'plangan tajriba, odatga yo'naltirish, stereotip, muvozanat va barqarorlik, konservativ, reproduktiv xatti-harakatlarning takrorlanishini kiritamiz;

2. Affektiv harakatlar his-tuyg'ularga va hissiyotlarga bo'ysunish, muayyan hissiy holatlarga va tajribalarga intilish, masalan, kuch yoki erkinlik, xotirjamlik yoki mustaqillik hissi va boshqalar kiradi;

3. Qiymatga yo'naltirilgan yoki qiymatga asoslangan harakat, har doim biron bir narsaga jalb qilish bilan bog'liq, ehtimol moddiy hayotning har tomonlama amaliy va instrumental harakatlar kiradi.

4. Innovatsion harakat, zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish, yangi imkoniyatlarni yaratish, tashkiliy mukammallikka erishish va boshqalar bilan bog'liq harakatlar kiradi.

Tadbirkorlik faoliyatini ijtimoiy jihatlarini yoritgan yana bir sotsiolog olim A.V.Bezgodov bo'lib, u o'zining ijtimoiy-falsafiy qarashlarida globallashuv sharoitida Rossiya jamiyatidagi tadbirkorlikning tabiati va ijtimoiy-iqtisodiy funktsiyalarini tahlil qilgan. A.V.Bezgodovning ijtimoiy-falsafiy qarashlari «Tadbirkorlik sotsiologiyasi bo'yicha esselar» asarida o'z aksini topgan bo'lib, unda tadbirkorlik ishidagi baxt, uni innovatsiya va foyda kabi asosiy xususiyatlari orqali belgilaydi. Shu bilan birga, u ushbu iqtisodiy hodisani tadbirkorning xulq-atvori va faoliyatining axloqiy tarkibiy qismlarini hisobga olgan holda ko'rib chiqish kerakligini ta'kidlaydi. Binobarin, A.V.Bezgodov «Tadbirkorlik — ma'lum bir tarixiy vaziyatda qabul qilingan, biznes standartlari doirasida, daromad olish uchun yo'naltirilgan, pul ishlashda faol, tizimli, mustaqil va mas'uliyatli yangilik» deb tushungan. Shu bilan birga olim tadbirkorlikni ijtimoiy birlashma sifatida belgilab, mamlakatda tadbirkorlik tushunchasini sotsial-siyosiy portretini ishlab chiqdi. Ushbu portretga ko'ra mikroiqtisodiyotning tuzilishi va mexanizmlari tashkil etadigan minglab korxonalar va tadbirkorlar o'rtasidagi murakkab munosabatlar tarmog'i hisoblangan. [7, 67-68 b]

Shuningdek, tadbirkor muammolardan qo'rqmasligi va ularni hal qilishdan uyalmasligi, uni hal qilish yo'llari va vositalarini izlashi kerak — bu tadbirkorning hayotiy kelajagining o'ziga xos xususiyatidir. Buning natijasida, tadbirkor baquvvat va irodali shaxs, tashkilotchi, novator, iqtisodiy va tejamkor mulk egasi hisoblanadi.

Shunday qilib, A.V.Bezgodovning xulosasiga ko'ra, tadbirkorlik bu nafaqat kapitalning shakllanishi va ishlatilishi bilan bog'liq, balki iqtisodiy faoliyatning o'ziga xos turi bo'lib, u o'zini tutishning ma'lum bir turi va uslubi hamdir, ya'ni shaxsning fikrlashi, qiziqishi va madaniyatini o'z ichiga qamrab oladi. Bunda tadbirkor shaxsni faoliyatida foyda olish uchun shaxsiy manfaatlarning jamoat manfaati bilan zarur kombinatsiyasini ta'minlashga chaqiriladi. Bu esa, tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanayotgan shaxsning oldiga qo'yiladigan asosiy talabdir.

A.Ageyev tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy omillarini o'z tadqiqotlarida o'rgangan bo'lib, uning tadbirkorlik to'g'risidagi qarashlari avstrya-amerikalik olim Y.Shumpeterning konsepsiyasiga yaqin edi. Jumladan, u tadbirkorlik tushunchasiga innovatsiya belgisi sifatida asos soladi va iqtisodiy erkinlikka asoslangan tashkiliy innovatsiyalarni tadbirkorlikning asosiy mezon sifatida ta'kidlaydi. Shu asosda A.Ageyev tadbirkorlikning belgilariga tavakkalchilik, mustaqil qaror qabul qilish, resurslarga egalik, yetakchilik va hokazolarni kiritadi.

Shuningdek, tadbirkorlik faoliyatini ijtimoiy-falsafiy jihatlarini o'rgangan olim V.Poznyakovdir. Uning ijtimoiy-falsafiy kontsepsiyasi P.Sorokin va Y.Shumpeterning qarashlari bilan uyg'unlashgan bo'lib, A.Poznyakov fikricha, tadbirkorlar faqat mulkka (kapital, resurslar, ishlab chiqarish vositalari) egalik qiladigan va yollangan ishchi kuchini foyda olish uchun ishlatadigan odamlardir. Shu bilan birga, V.Poznyakovning ta'kidlashicha, tadbirkorlik faoliyatining innovatsion tabiati uning muhim xususiyati emas, balki biznes faoliyati muvaffaqiyatining zarur sharti hisoblanadi. [2, 27-28 b]

Bundan tashqari V.Poznyakov tadbirkorlik faoliyatining asosiy mezon sifatida mulkka egalik qilish deb biladi. Uning fikricha, ishchilar guruhini tadbirkorlardan farq qiladigan jihatini ham shu mezon tashkil etadi.

O'zbekiston jahon hamjamiyatida barqaror rivojlanayotgan mustaqil davlat sifatida jahon maydonida yuz berayotgan global jarayonlarga ham o'z so'zi, mustahkam pozitsiyasi bilan dadil kirib bormoqda. Mamlakatimiz so'nggi besh yil ichida iqtisodiyot, zamonaviy ishlab chiqarish va boshqa sohalarda barqaror yuksalish tendentsiyasini boshidan kechirmoqda. Jumladan, amalga oshirilayotgan islohotlar sharoitida tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy jihatlarini sotsiolog olimlar tomonidan o'rganishga alohida e'tibor qaratildi va shu asosida ilmiy tadqiqot ishlari olib borilmoqda.

O'zbekistondagi islohotlar sharoitida tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy jihatlarini falsafa fanlari doktori, professor M. B. Bekmurodov o'rganish davomida tadbirkor shaxsni tarbiyalash, hozirgi

kunda tadbirkorlik faoliyatini mamlakat taraqqiyotidagi o'rnini yoritib bergan. Olimning fikricha, hozirgi kunda mamlakatimizning barcha hududlarida «Tadbirkorlik faoliyatiga odamlarni jalb etish ishlari keng ijtimoiy harakatga aylandi» .

Bu mamlakatimizdagi islohotlar sharoitida iqtisodiy va ijtimoiy jarayonlarning mutanosib kechishi, turli tomonlarning o'zaro uyg'unlashuvi, jamiyatdagi ijtimoiy qatlamlar vakillarining hamjihatligi, davlatlar, tashkilotlar va shaxslarning bir-biriga bog'liqlik darajasining mustahkamligini ta'minlamoqda.

B.A.Farfiyev o'zining doktorlik dissertatsiyasida mamlakatimizdagi tadbirkorlik faoliyati va uning evolyutsiyasini islom dini qadriyatlari asosida o'rganadi. Jumladan olimning fikricha, islom dini ta'limotini puxta o'zlashtirib, uning axloqiy me'yorlariga qat'iy amal qilishi bois savdogarchilik, hunarmandchilik, dehqonchilik va tadbirkorlikning boshqa sohalarida muvaffaqiyatli faoliyat olib borishgan.

Yuqorida tadbirkorlik faoliyatini ijtimoiy jihatlarini mamlakatimiz va rivojlangan davlatlarning sotsiolog olimlarining kontsepsiyalarida yoritilganlik darajasi ko'rib chiqildi. Bu olimlar tadbirkorlikni har tomonlama tahlil qilishga imkon beradigan va masalaga doir boshqa ijtimoiy guruhlardan farq qiladigan ijtimoiy-falsafiy kontsepsiyalarini yaratishgan. Ushbu kontsepsiyalar bevosita jamiyatda tadbirkorlik faoliyatining ijtimoiy omillarini rivojlanishi bilan birgalikda, uning oldida turgan muammolar, ijtimoiy guruhlar o'rtasidagi tendensiyalar, shaxslararo munosabatlarni shakllanishi va boshqa faoliyat turlarining taraqqiyoti uchun xizmat qiladi.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Бекмурадов М. Замонавий бошқарув социологияси. Монография. – Ташкент: Янги аср авлоди. 2020. Б. 43.
2. Позняков В.П. Новая социальная группа: признаки, мотивы действий, трудности становления. // Человек и труд. 1992. № 4–5. – С. 14–17.
3. Безгодов А.В. Очерки социологии предпринимательства. СПб.: Петрополис. 1999. – С. 224. Крюков Д.С. Социологии предпринимательства. Москва: 2011. С. 42.
4. Радаев В.В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности (по материалам эмпирических исследований). // Вопросы экономики. 1994. № 7. - С. 3-14.
5. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус. // Социологические исследования. 1995. № 3. – С. 3–11.
6. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус. // Социологические исследования. 1995. № 3. – С. 3–11.
7. Крюков Д.С. Социологии предпринимательства. Москва: 2011. С. 26. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Дело, 2003. – 360 с. *Найт, Ф. Этика конкуренции.* — М. Анкил, 2008.- 262 с.