

**«МАҲАЛЛА ВА ОИЛА» ИЛМИЙ-ТАДҚИҚОТ ИНСТИТУТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.21/30.10.2020.
Ped/S.127.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ АСОСИДАГИ БИР
МАРТАЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

АНДИЖОН ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАЛИМОВА МАШРАБОЙ ВАХИДОВНА

**ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА ШАХСЛАРАРО
МУНОСАБАТЛАРГА ОИД МАСЪУЛИЯТНИ ОШИРИШНИНГ
ИЖТИМОЙ-ПСИХОЛОГИК ДЕТЕРМИНАНТЛАРИ**

19.00.05 – Ижтимоий психология. Этнопсихология

**психология фанлари доктори (DSc) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Андижон – 2022

**Психология фанлари доктори (DSc) диссертацияси
авторреферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора
психологических наук (DSc)**

**Contents of Dissertation Abstract of the Doctor
of Psychological Sciences (DSc)**

Халимова Машрабой Вахидовна

Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид
масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик детерминантлари 3

Халимова Машрабой Вахидовна

Социально-психологические детерминанты повышения ответственности
межличностных отношений в предпринимательской деятельности 35

Khalimova Mashraboy Vakhidovna

Socio-psychological determinants of increasing the responsibility of
interpersonal relations in entrepreneurial activities 67

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works 72

**«МАҲАЛЛА ВА ОИЛА» ИЛМИЙ-ТАДҚИҚОТ ИНСТИТУТИ
ҲУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.21/30.10.2020.
Ped/S.127.01 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ АСОСИДАГИ БИР
МАРТАЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

АНДИЖОН ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

ХАЛИМОВА МАШРАБОЙ ВАХИДОВНА

**ТАДБИРКОРЛИК ФАОЛИЯТИДА ШАХСЛАРАРО
МУНОСАБАТЛАРГА ОИД МАСЪУЛИЯТНИ ОШИРИШНИНГ
ИЖТИМОЙ-ПСИХОЛОГИК ДЕТЕРМИНАНТЛАРИ**

19.00.05 – Ижтимоий психология. Этнопсихология.

**психология фанлари доктори (DSc) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ**

Андижон – 2022

Психология фанлари доктори (DSc) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида B2022.2.DSc/P32-рақам билан рўйхатга олинган.

Докторлик диссертацияси Андижон давлат университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгашнинг веб-саҳифасида (www.psi-ik.uz) ва «Ziynet» Ахборот таълим порталида (www.ziynet.uz) жойлаштирилган.

Илмий маслаҳатчи:

Сафаев Нуриддин Салихович

психология фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар:

Умаров Бахриддин Менгбоевич

психология фанлари доктори, профессор

Абдурасулов Рустам Абдураимович

психология фанлари доктори, доцент

Умаров Илхом Юлдашевич

иқтисодиёт фанлари доктори, доцент

Етакчи ташкилот:

Қарши давлат университети

Диссертация ҳимояси «Маҳалла ва оила» илмий-тадқиқот институти ҳузурида PhD.21/30.10.2020.Ped/S.127.01 рақамли Илмий кенгаш асосида бир мартали илмий кенгашнинг 2022 йил «__» _____соат ____ даги мажлисида бўлиб ўтади. (Манзил: 100000, Тошкент шаҳри, Миробод тумани тумани, Истикбол кўчаси 15-уй. Тел.: (71) 203-01-21 факс: (71) 267-03-92; e-mail: mvaointi@exat.uz, mvaointi@gmail.com).

Диссертация билан «Маҳалла ва оила» илмий-тадқиқот институтининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (____ рақам билан рўйхатга олинган). (Манзил: 100000, Тошкент шаҳри, Миробод тумани, Истикбол кўчаси 15-уй. Тел.: (71) 203-01-11, факс: (71) 267-03-92).

Диссертация автореферати 2022 йил «__» _____ куни тарқатилди.

(2022 йил «__» _____ даги _____ - рақамли реестр баённомаси).

Н.М. Эгамбердиева

Илмий даражалар берувчи Илмий кенгаш асосидаги бир мартали илмий кенгаш раиси, педагогика фанлари доктори, профессор

Х.У. Абдусаматов

Илмий даражалар берувчи Илмий кенгаш асосидаги бир мартали илмий кенгаш котиби, психология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

О.Э. Ҳайитов

Илмий даражалар берувчи Илмий кенгаш асосидаги бир мартали илмий кенгаш қошидаги бир мартали илмий семинар раиси, психология фанлари доктори, профессор

КИРИШ (фан доктори (DSc) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳонда тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш, тадбиркорликда шахс ресурсларидан тўғри фойдаланиш, тадбиркорнинг шахсий ва касбий компетенцияларини шакллантириш ҳамда тадбиркорларда масъулият ҳисини оширишга йўналтирилган ижтимоий-психологик механизмлар такомиллаштирилмоқда. БМТ нинг «Барқарор ривожланиш дастури»да «иктисодий ривожланиш ва инсон фаровонлигини қўллаб-қувватлаш учун инфратузилмани ошириш ва такомиллаштириш, шунингдек, инклюзив ва барқарор саноатлаштиришни ривожлантириш ҳамда тадбиркорлик фаолиятида тадқиқотлар, замонавий технологиялар ва инновацияларни кўпайтириш»¹ асосий мақсад қилиб олинган. Бу борада тадбиркорлик фаолиятида шахсга оид психологик детерминантларни ўрганиш, инқирозли ҳолатларда депрессияни олдини олиш, тадбиркорликни барқарорлигини сақлаб қолиш учун шахсда ташқи таъсирларга қарши психологик ҳимоя механизмларини шакллантириш долзарб муаммолардан бўлиб қолмоқда.

Жаҳонда амалга оширилаётган илмий тадқиқотларда тадбиркорлик фаолиятида шахснинг психологик хусусиятлари, шахслараро муносабатларда мулоқот адресати коммуникативлиги, хулқ-атвори ва тадбиркорликка оид билимлари бўйича илмий изланишларга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу борада, тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатдаги мулоқот адресати, тадбиркор ва истеъмолчиларнинг ўзаро муносабатларидаги хулқ-атвори ва кадриятлари билан боғлиқ муаммоларни диагностика қилиш ва коррекциялаш, тадбиркорлик малакаларини шакллантириш, тадбиркорликда индивидуал ҳаракатларни оптимал комбинациясини шакллантириш, бизнес ғояларни изчиллиги, тадбиркорликка мослашиш ва шахслараро муносабатларда масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик нуқтаи-назардан ўрганиш долзарб муаммо бўлиб қолмоқда.

Республикамызда сўнгги йилларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, аҳолини тадбиркорлик фаолиятига янада кенг жалб қилиш ва хусусий меҳнат фаолиятини амалга ошириш бўйича меъёр-ҳуқуқий асослари яратилган. «Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш, ёшлар ва хотин-қизларни тадбиркорликка кенг жалб қилиш, аҳолида тадбиркорлик соҳасида зарурий кўникмаларни шакллантиришга қаратилган ўқитиш тизимини жорий этиш»² асосий вазифа этиб белгиланган. Бу борада тадбиркорнинг иқтисодий, сиёсий ва ҳуқуқий ва шахслараро муносабатлардаги масъулиятини тартибга солиш бўйича илмий тадқиқотларни чуқурлаштириш ва янгича назарий ечимларни яратиш муҳим ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022-йил 28-январдаги

¹ <https://www.peace-ed-campaign.org/>

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020-йил 13-октябрдаги ПҚ–4862-сон «Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги Қарори.

«2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги ПФ-60-сон, 2021-йил 20-апрелдаги «Ёшларнинг тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаш ва бандлигига кўмаклашиш, уларни ижтимоий ҳимоя қилиш ҳамда бўш вақтини мазмунли ташкил этишга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-6208-сон Фармонлари, 2021-йил 21-апрелдаги «Ёшлар саноат ва тадбиркорлик зоналари фаолиятини ташкил этиш ҳамда ёшларнинг тадбиркорликка оид ташаббусларини қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-5088-сон, 2020-йил 13-октябрдаги «Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПҚ-4862-сон, 2020-йил 8-июндаги «Тадбиркорлик фаолияти ва ўзини ўзи банд қилишни давлат томонидан тартибга солишни соддалаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПҚ-4742-сон Қарорлари ҳамда фаолиятга оид бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган кенг қўламли, стратегик чора-тадбирларни амалга оширишда мазкур диссертацион тадқиқот муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Мазкур тадқиқот республика фан ва технологиялар ривожланишининг I. «Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантиришда инновацион ғоялар тизимини шакллантириш ва уларни амалга ошириш йўллари» устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи³. Тадбиркорлик субъектлари фаолиятида шахслараро муносабатларни тўғри шакллантиришга, замонавий тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришга йўналтирилган илмий тадқиқотлар дунёнинг қуйидаги етакчи таълим ташкилотлари ва илмий марказларида, жумладан: Хулқ-атвор иқтисодиёти ва иқтисодий психологияни ривожлантириш халқаро конфедерацияси (Исроил); Иқтисодий психологияни тадқиқ қилиш халқаро ассоциацияси (Буюк Британия); АҚШ Президенти ҳузуридаги кичик бизнес маъмурияти (АҚШ); Кичик бизнес ва тадбиркорлик агентлиги (Япония); Тадбиркорликни ривожлантириш бўйича Миллий кенгаш (Венгрия); Европа хунармандчилик, савдо, кичик ва ўрта корхоналар стандартлаштириш бюроси (Бельгия); Европа меҳнат ва ташкилий психология ассоциацияси (Нидерландия) ларда олиб борилмоқда.

Жаҳонда тадбиркорлик субъектлари фаолиятида шахслараро муносабатларни такомиллаштириш бўйича олиб борилган тадқиқотлар

³ Диссертация мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар Исроилдаги «International Confederation for the Advancement of Behavioral Economics and Economic Psychology» (<http://www.iarep.org/ICABEEP.htm>), Буюк Британиядаги «International Association for Research in Economic Psychology» (<https://www.iarep.org>), АҚШдаги «Small Business Administration» (<https://www.sba.gov/search?q=psychology>), Япониядаги «Small and Medium Enterprise Agency» (https://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/index.html), Венгриядаги «National Council for Sustainable Development» (<https://www.nfft.hu>), Бельгиядаги «European Office of Crafts, Trades and Small and Medium-sized Enterprises for Standardisation» (https://ec.europa.eu/growth/smes_en), Нидерландиядаги «European Association of Work and Organizational Psychology» (<http://www.eawop.org>) каби жаҳоннинг етакчи илмий марказлари ва ихтисослаштирилган давлат органларида олиб борилган ҳамда диссертация мавзусига доир ишланмалар яратилган.

асосида қуйидаги натижалар олинган; ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчилар хулқ-атворининг баҳоловчи психодиагностик методлар яратилган (ICABEEP, Исроил); турли даражадаги иқтисодий-психологик ҳодисаларда шахслараро муносабатлар аҳамиятини белгиловчи имитацион моделлар ишлаб чиқилган (IAREP, Буюк Британия); пандемия шароитида тадбиркорлик субъектлари, ишлаб чиқарувчилар билан истеъмолчилар ўртасидаги муносабатларнинг ҳуқуқий асослари тизимлаштирилган (SBA, АҚШ); хулқ-атвор ва кадриятлар билан боғлиқ муносабатларидаги низоларни коррекцияловчи психодиагностик методикалар тизими такомиллаштирилган (SMEA, Япония); тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатлар масъулиятини оширишнинг ижтимоий-психологик детерминантларини асослаб берувчи концепция ишлаб чиқилган (NCSD, Венгрия); ҳунармандчилик, савдо, кичик ва ўрта корхоналарда фаолият кўрсатаётган тадбиркорларнинг касбий лавозим малака талаблари ва миллий малакалар такомиллаштирилган (SMEs and standardisation in Europe, Бельгия); замонавий тадбиркор шахсига хос компетенциялар модели меҳнат функциялари ва бозор иштирокчилари хулқ-атвор стандартлари асосида яратилган (EAWOP, Нидерландия).

Жаҳонда тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатлар масъулиятини ошириш бўйича қуйидаги йўналишларда илмий изланишлар олиб борилмоқда: тадбиркорлик шахсига оид масъулиятни ошириш ва шахслараро муносабатларни ривожлантириш; тадбиркорнинг инновацион бошқарув қобилиятини такомиллаштиришнинг психологик механизмларини жорий этиш; рақамли технологиялар асосида тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва унинг сифатини баҳолаш мониторингини такомиллаштириш; миллий ва халқаро бозорларда тадбиркорлик субъектлари репутациясини шакллантиришнинг ташкилий, иқтисодий ва психологик механизмларни жорий этиш.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Тадбиркорлик фаолиятини самарали йўлга қўйиш, тадбиркорликда инсон ресурсларидан унумли фойдаланиш ҳамда шахс омилини ўрнини аниқлаш бўйича хорижлик ва мамлакатимиз олимлари томонидан кўплаб тадқиқотлар олиб борилмоқда.

Ўзбекистонда тадбиркорлик фаолияти мотивацияси, тадбиркор ўзбек аёллари портрети, бозор иқтисодиётига хотин-қизларнинг мослашуви, касаначи аёллар психология, ёшлардаги тадбиркорлик мотивацияси, шахснинг рекламага муносабати, шахснинг иқтисодий муносабатлар тизими ва сотувчи-харидор диадаси муносабатлари бўйича Ш.Р.Баротов, А.У.Елмуротова, В.М.Каримова, Л.И.Каримова, Г.О.Очилова, Д.Х.Сафаров, Ш.М.Улуғова, Н.Ш.Умарова, О.Э.Ҳайитов, Ш.С.Шойимова, П.С.Эргашев⁴

⁴ Каримова В.М. Ижтимоий психология: Дарслик. – Тошкент: «Иқтисодиёт», 2012. – 196 б. Баротов Ш.Р. Психологик хизмат. Магистрлар учун дарслик. – Тошкент: Наврўз нашриёти, 2018. – 346 б. Эргашев П.С. Симметрия ҳисси феноменологик таҳлили, диагностикаси ва коррекцияси: Психол. фан. д-ри (DSc)... дис. автореферати: 19.00.01. – Тошкент: ЎзМУ, 2018. – 63 б. Ҳайитов О.Э. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Психол. фан. ном. ... дис.: 19.00.05. – Тошкент: ТошДИУ, 2005. – 146 б. Шойимова Ш.С. Тадбиркор ўзбек аёллари шахсининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Психол. фан. номзоди дис.: 19.00.05. – Тошкент: ЎзМУ, 2009. – 144 б. Улуғова Ш.М. Бозор иқтисодиёти шароитида хотин-қизлар ижтимоий-психологик мослашувининг ўзига хослиги: Психол. фан. ном. ... дис.: 19.00.05. – Бухоро: БухДУ, 2011. – 138 б. (Иловалар: Б. 139–170.) [Электрон ресурс]. Кириш тартиби: URL: <http://diss.natlib.uz/ru-RU/ResearchWork/OnlineView/36068> Елмуротова А.У. Касаначилик билан шуғулланувчи аёлларнинг ўзига хос психологик хусусиятлари: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD)... дис.: 19.00.05. – Тошкент: ТошДПУ, 2018. – 140 б. [Электрон ресурс]. Кириш тартиби: URL: <http://diss.natlib.uz/ru-RU/ResearchWork/OnlineView/43247> Очилова Г.О. Ёшлардаги тадбиркорлик мотивациясига онлавий бизнес таъсирининг гендер хусусиятлари: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри

лар томонидан илмий изланишлар олиб борилган. Тахлиллар кўрсатадики, тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларда масъулиятни оширишга оид шахс детерминантлари муаммо сифатида ўрганилмаган.

Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги мамлакатлари олимларидан И.Г.Акперов, Г.Л.Бардиер, А.Л.Журавлев, Е.К.Завьялова, Ж.В.Масликова, В.П.Позняков, С.Т.Посохова, Т.Ф. Сулова, И.В.Троицкая, Е.Б.Филинкова, С.В.Фролова, А.В.Хашенко, З.Г.Ханова, Ю.В.Щербатых⁵ ларнинг илмий ишларида тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатлар ҳамда ундаги масъулият масалаларининг ижтимоий-психологик жиҳатлари тадқиқ қилинган.

Хориж олимларидан R.Cantillon, J.A.Schumpeter, T.V.Veblen ва бошқалар томонидан тадбиркор шахс хусусиятлари, тадбиркорлик фаолиятида шахсни идрок этиш жараёнлари ва шахслараро муносабатларни таъсир этиш воситалари тадқиқ этилган бўлсада, тадбиркорликда шахсга оид масъулиятни ошириш бўйича тадқиқотлар олиб борилмаган.

Диссертация тадқиқотининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация Андижон давлат университети илмий тадқиқот ишлар режасининг ЁА-2-2 рақамли «Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш ҳамда ривожлантиришда микрокредит ташкилотларининг тутган ўрни ва аҳамияти (хукуқий ислохотлар тажрибаси: муаммо ва ечимлар)» (2016–2017 йй.) мавзусидаги лойиҳа доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади тадбиркорлик фаолиятини муваффақиятли йўлга қўйишда хизмат қиладиган шарт-шароитлар, сабаб ва омилларни маҳаллий муҳитдаги устуворлигини аниқлаш ва тадбиркор масъулиятини оширишнинг ижтимоий-психологик механизмларини такомиллаштириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари қуйидагилардан иборат:

(PhD)... дис.: 19.00.05. – Тошкент: ТошДИУ, 2020. – 140 б. Каримова Л.И. Социально-психологические и этнопсихологические особенности социальных представлений и установок личности по отношению к рекламе: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – Ташкент: НУУз, 2003. – 145 с. (Приложения: С. 146–152.) [Электронный ресурс]. URL: <http://diss.natlib.uz/ru-RU/ResearchWork/OnlineView/30139>. Умарова Н.Ш. Шахс иқтисодий ижтимоийлашувига таъсир этувчи ижтимоий-психологик омиллар: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD)... дис.: 19.00.05. – Тошкент: ТошДИУ, 2019. – 146 б. (Иловалар: Б. 147–166.) [Электрон ресурс]. Кириш тартиби: URL: <http://diss.natlib.uz/ru-RU/ResearchWork/OnlineView/48561>. Сафаров Д.Х. Согувчи ва харидор муносабатларини такомиллаштиришнинг ижтимоий-психологик механизмлари: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD)... дис.: 19.00.05. – Навоий: НавДПИ, 2021. – 120 б. (Иловалар: Б. 141–169.)

⁵ Фролова С.В. Социально-психологическая концепция приверженности личности стране: автореферат дисс. ... доктора психол. наук: 19.00.05. – Саратов: ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского», 2020. – 51 с. Хашенко В.А. Психология экономического благополучия. – Москва: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – 426 с. Ханова З.Г. Психология личности успешного предпринимателя. Монография / З.Г. Ханова. – Москва: Спутник, 2009. – 236 с. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: концепция психологических отношений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. – Москва: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – 480 с. Акперов, И.Г. Психология бизнеса и предпринимательства: учебное пособие / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – Москва: Професионал, 2005. – 392 с. Завьялова, Е.К. Психология предпринимательства: учебное пособие / Е.К. Завьялова, С.Т. Посохова. – Санкт-Петербург: СПбГУ, 2004. 211 с. Щербатых, Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса: учебное пособие / Ю.В. Щербатых. – СПб.: Питер, 2008. – 304 с. Бардиер, Г.Л. Бизнес-психология / Г.Л. Бардиер. – Москва: Генезис, 2002. – 412 с. Троицкая И.В. Психология предпринимательской деятельности и основы экономической психологии: курс лекций / И.В. Троицкая. – Санкт-Петербург: СПбГАСУ, 2010. – 176 с. Филинкова Е.Б. Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью: автореферат дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – Москва: 2001. – 166 с. Сулова, Т.Ф. Личностные детерминанты совмещения профессиональных и семейных ролей женщинами-предпринимателями: автореферат дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.05. – Москва: 1999. – 156 с. Маркс К.Х. Капитал. Критика политической экономии. Том первый. Книга I. Процесс производства капитала / Пер. И.И. Степанова-Скворцова, проверенный и исправленный. – Ленинград: Государственное издательство политической литературы, 1952. – 794 с. Веблен Т.Б. Теория праздного класса: экономическое исследование институций. / Пер. с англ. Софья Сорокина. – Москва: Прогресс, 1984. – 368с.

тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик механизмларини аниқлаш;

тадбиркорлар фаолияти самарадорлигини оширишнинг СМАРТ стратегияси, эҳтиёж ва имконият ўртасидаги тафовутлар прогнози ҳамда уларга таъсир кўрсатувчи ижтимоий-психологик детерминант омилларини аниқлаш;

тадбиркордаги шахслараро муносабатлардаги шахснинг асосий детерминантларини тоифалаштириш;

тадбиркор масъулиятининг кластерланган ўзига хос жиҳатлари асосида оила, маҳалла ва бошқа ижтимоий-иқтисодий субъектлар учун манфаатли бўлган мулоқот моделини яратиш;

тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик детерминантларини аниқлашнинг ижтимоий-психологик технологияларини оптималлаштиришга оид амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти сифатида Андижон (305 нафар), Фарғона (210 нафар) ва Наманган (323 нафар) вилоятлари аҳолиси орасида тадбиркорликни йўлга қўйган, ўзини ўзи банд қилиш билан машғул, тадбиркор (жисмоний шахс) сифатида фаолият кўрсатаётганлар тоифасига мансуб жами 838 нафар респондент танлаб олинди.

Тадқиқотнинг предметини тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни миллий, умуминсоний ва диний кадриятлар негизида оширишга йўналтирилган ижтимоий-психологик қонуниятлар ва механизмлар ташкил этади.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқотда суҳбат, интервью, контент-таҳлил, «Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга таъсир кўрсатувчи асосий детерминантларни аниқлаш» сўровномаси (муаллифлик ишланмаси), «ВАС – вазиятнинг асосий сабаби» сўровномаси (Н.С. Сафаев, У.А. Бутаева), А.А.Карелиннинг «Тадбиркорлик қобилиятини аниқлаш» тести, М.Р.Рокичнинг «Қадриятларга йўналганлик» методикаси, Е.Л.Касьяник, Е.С.Макееваларнинг «Шахснинг тизимли-характериологик муносабатларини экспресс-диагностикаси» сўровномаси, А.А.Рукавишниковнинг «Шахслараро муносабатлар диагностикаси» сўровномаси, ҳамда «Коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларини аниқлаш» (КОС-2) методикаларидан фойдаланилган. Олинган натижалар математик-статистик (эконометрик) таҳлил, Манн-Уитнинг U-мезони, Стъудентнинг t-мезони, К. Пирсон (r_p) ҳамда Спирменнинг (ρ) корреляция коэффициентларини ҳисоблаш методлари, фоизли таҳлил, фактор таҳлили усуллари орқали тасдиқланган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

ижтимоий тасаввурларнинг тадбиркорлар иқтисодий ижтимоийлашувига таъсири натижасида «қаттиқ малака» (hard skills) тадбиркор профилини профессионал жиҳатларини, «юмшоқ малака» (soft skills) маълумотларни визуализациялаш, ахборотлар билан рационал-мақсадли ишлаш, коммуникативлик қобилиятларни проектив тафаккур

асосида шакллантиришига мувофиқ, «интернал» ва «экстернал» хусусиятларни дифференциал ривожланиши асосланган;

фаолиятдаги «креация», «антиципация», «рефлексия» хусусиятларининг ривожланишига «крауд-сорсинг» ва «ко-креациялар» усуллари орқали таъсир этиш натижасида терминал кадриятлардаги альтруизм ва праксик ҳисларни муваффақиятга эришиш мотивациясининг когнитив жиҳати билан интегратив шаклланиши туфайли, тадбиркорларнинг «ишлаб чиқариш калити», «фаолият индикаторлари», «KPI» даражаларини кўтарилиши далилланган;

тадбиркорда иқтисодий ролларни трансформацияланиши билан боғлиқ «силлогизм» (оддий), «индукция» (умумий), «дедукция» (хусусий) тафаккур шакллари намоён бўлишига кўра, ижтимоий масъулият, креативлик, SMART мақсадларни белгилай олиш ва тўғри қарор қабул қилиш компетенцияларини ўз-ўзига адекват баҳонинг коррекцион таъсири орқали шакллантиришга асосланиб, «келажак-Мен» ва «динамик-Мен»нинг ментал хусусиятларини адаптив ривожланиши исботланган;

тадбиркорларда ижтимоий масъулият ҳисининг паст даражада намоён бўлиши «мақсадли» иқтисодий тафаккурнинг эмоционал-когнитив кадриятларга номутаносиб ривожланганлигига ҳамда «психологик масъулият ва маданият»ни мужассамлаштирган социал компетенцияларни шакллантириш муҳимлигига кўра, «муваффақиятга интилиш», «эртанги кунга ишонч» хусусиятларига тесқари пропорционал эканлиги асосланган;

тадбиркорлардаги креативликни даражавий намоён бўлишида коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларининг динамик хусусиятларини фаолиятдаги вазиятли ўзгаришларни бошқариш ва ҳаққоний баҳолаш (аутентлик) кўникмасини шаклланиши орқали ўзгаришига асосланиб, «ақлнинг танқидийлиги», «интуитив ижтимоий тафаккур» каби сифатларнинг ривожланганлик ҳолати муҳим эканлиги далилланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

тадбиркор фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятнинг ўзига хос ижтимоий-психологик самарадорлигини тадқиқ қилувчи методикалар такомиллаштирилган ва амалиётда қўлланилган;

тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид тизимни такомиллаштиришнинг илмий-ташқилий ва илмий-услубий модели ишлаб чиқилган;

тадбиркорликнинг муваффақиятли, нисбатан муваффақиятли, муваффақиятсиз даражали гуруҳлари учун характерли бўлган тадбиркорнинг таянч малакалар ва орттирилган компетенциясининг фаолиятда намоён бўлишини тадқиқ қилиш услуби баён этилган;

маҳаллий шароитда тадбиркорлик фаолияти муносабатларини тартибга солишга қаратилган амалий тавсиялар ишлаб чиқилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги муаммонинг аниқ қўйилганлиги, халқаро миқёсда тан олинган илмий методик воситалар, маълумотларнинг репрезентативлиги ва олинган натижалар математик-статистик (эконометрик) таҳлил, Манн-Уитнинг U-мезони, Стъудентнинг

t-мезони, К.Пирсон (r_p) ҳамда Спирменнинг (ρ) корреляция коэффициентларини ҳисоблаш методлари, фоизли таҳлил, фактор таҳлили усуллари орқали тасдиқланган.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти бевосита уларнинг илмий янгилиги ва тадқиқот методларининг ишончлилигидан келиб чиқади, шунингдек, эмпирик тадқиқот дастурини ишлаб чиқиш усуллари, мазмуний-статистик таҳлил, ўзига хос методологик ёндашувларнинг тадқиқотимизда комплекс равишда қўлланилиши тадбиркор шахси ва унинг фаолиятини ўрганиш йўналишига ўзига хос назарий ҳисса бўлиб қўшилади ҳамда уларни жорий этиш орқали истиқболли тадқиқот муаммоларини ҳал этишга хизмат қилади.

Тадқиқотнинг амалий аҳамияти шундаки, унда эмпирик таҳлиллар орқали қўлга киритилган натижалар ва назарий хулосалар Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг бакалаврият таълим йўналишлари ва магистратура мутахассисликлари бўйича ўқув режаларига киритилган «Иқтисодий психология», «Бизнес ва ташкилий психология», «Савдо иши» «Реклама, жамоатчилик алоқаларида идрок ва психология», «Истеъмолчи хулқ атвори», «Социал психология» каби фанларни янги маълумотлар билан бойитади, шу билан бирга, натижалардан ўқув қўлланма, дарсликлар тайёрлашда, психологик луғатларни такомиллаштиришда фойдаланиш мумкинлиги билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик детерминантларини аниқлаш юзасидан ўтказилган илмий тадқиқот натижалари асосида:

-ижтимоий тасаввурларнинг тадбиркорлар иқтисодий ижтимоийлашувига таъсири натижасида «қаттиқ малака» (hard skills) тадбиркор профилини профессионал жиҳатларини, «юмшоқ малака» (soft skills) маълумотларни визуализациялаш, ахборотлар билан рационал-мақсадли ишлаш, коммуникативлик қобилиятларни проектив тафаккур асосида шакллантиришига мувофиқ, «интернал» ва «экстернал» хусусиятларни дифференциал ривожланиши асосланганлиги бўйича таклифлар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон буйруғига асосан «Касб психологияси» модулига киритилган (Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон маълумотномаси). Ушбу таклифнинг қўлланилиши натижасида замонавий рақобатбардош амалиётчи-психолог кадрларни тайёрлаш жараёнининг илмий-методик таъминоти бойитилишига эришилган;

-фаолиятдаги «креация», «антиципация», «рефлексия» хусусиятларининг ривожланишига «крауд-сорсинг» ва «ко-креациялар» усуллари орқали таъсир этиш натижасида терминал кадрлардаги альтруизм ва практик ҳисларни муваффақиятга эришиш мотивациясининг когнитив жиҳати билан интегратив шаклланиши туфайли, тадбиркорларнинг «ишлаб чиқариш калити», «фаолият индикаторлари», «КРІ» даражаларини

кўтарилиши далилланганлигига оид маълумотлар асосида «Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий психологик хусусиятлари» номли монография нашр қилинган ҳамда амалий тавсиялар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон буйруғига асосан «Ижтимоий психология» модули таркибида ўқув жараёнида фойдаланилган (Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон маълумотномаси). Натижада амалиётчи психологларнинг тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ қарорларни қабул қила олиш компетенцияларини муваффақиятли намоён қилиш имкони яратилган;

-тадбиркорда иқтисодий ролларни трансформацияланиши билан боғлиқ «силлогизм» (оддий), «индукция» (умумий), «дедукция» (хусусий) тафаккур шакллари намоён бўлишига кўра, ижтимоий масъулият, креативлик, СМАРТ мақсадларни белгилай олиш ва тўғри қарор қабул қилиш компетенцияларини ўз-ўзига адекват баҳонинг коррекцион таъсири орқали шакллантиришга асосланиб, «келажак-Мен» ва «динамик-Мен»нинг ментал хусусиятларини адаптив ривожланиши исботланган таклифлар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон буйруғига асосан «Ижтимоий психология» модулига киритилган (Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон маълумотномаси). Мазкур таклифнинг жорий этилиши амалиётчи психологларни бўлажак психологик хизмат фаолиятига доир билим, малака, кўникма ва компетенцияларининг ошишига хизмат қилган;

-тадбиркорларда ижтимоий масъулият ҳисининг паст даражада намоён бўлиши «мақсадли» иқтисодий тафаккурнинг эмоционал-когнитив қадриятларга номутаносиб ривожланганлигига ҳамда «психологик масъулият ва маданият»ни мужассамлаштирган социал компетенцияларни шакллантириш муҳимлигига кўра, «муваффақиятга интилиш», «эртанги кунга ишонч» хусусиятларига тескари пропорционал эканлиги асосланган маълумотлар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон буйруғига асосан «Шахслараро муносабатлар психологияси» модулига киритилган ва ўқув жараёнида фойдаланилган (Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон маълумотномаси). Мазкур таклифни жорий этилиши амалиётчи психологларни бўлажак тадбиркорларда шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий психологик детерминантларини аниқлашга доир билимларини такомиллаштиришга, тадбиркорлик соҳасидаги амалий жиҳатдан психологик тайёргарлигини янада ошишига хизмат қилган;

-тадбиркорлардаги креативликни даражавий намоён бўлишида коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларининг динамик хусусиятларини фаолиятдаги вазиятли ўзгаришларни бошқариш ва ҳаққоний

баҳолаш (аутентлик) кўникмасини шаклланиши орқали ўзгаришига асосланиб, «ақлнинг танқидийлиги», «интуитив ижтимоий тафаккур» каби сифатларнинг ривожланганлик ҳолати муҳим эканлиги далилланганлигига оид таклифлар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон буйруғига асосан «Касб психологияси» модулига киритилган ва ўқув жараёнида фойдаланилган (Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2022 йил 6 майдаги ПМ-03-а-сон маълумотномаси). Мазкур таклифни жорий этилиши амалиётчи психологларни бўлажак тадбиркорларда шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий психологик детерминантларини аниқлашга доир билимларини такомиллаштиришга, тадбиркорлик соҳасидаги амалий жиҳатдан психологик тайёргарлигини янада ошишига хизмат қилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Диссертацион тадқиқотнинг натижалари 2 та халқаро ва 10 та республика илмий-амалий анжуманларида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Тадқиқот ишининг асосий натижалари бўйича жами 29 та илмий иш, жумладан, 1 та монография, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясининг докторлик диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 11 та мақола, жумладан 9 таси республика ва 2 таси хорижий журналларда ҳамда 4 та тезис чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертацион иш кириш, тўрт боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Ишнинг умумий ҳажми иловалардан ташқари 219 бетни ташкил қилади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати асосланган, мақсад ва вазифалар белгиланган, тадқиқот усуллари, объекти ва предмети аниқланган, тадқиқотнинг Ўзбекистон Республикасида фан ва технологиялар тараққиётининг устувор йўналишларига мослиги кўрсатилган, тадқиқотда олинган натижаларнинг илмий янгилиги, назарий ва амалий аҳамияти, уларнинг амалиётда татбиқ этилганлик ҳолати, илмий нашрларда эълон қилиниши, диссертацион ишнинг тузилиши юзасидан маълумот келтирилган.

Диссертациянинг «**Тадбиркорлик фаолияти ва унинг тарихий генезиси: назарий, ҳуқуқий ва илмий асослар**» деб номланган биринчи боби мазмуни адабиётлар таҳлилига қаратилган бўлиб, унда Шарқ ва Ғарб олами психология фанининг илмий меросидан унумли фойдаланилган.

Тадбиркорлик фаолиятининг тарихий генезисига илмий ёндашувлар замирида, даставвал, Шарқда ривож топган «Авесто», «Накшбандия», «Яссавия», «Кубровия» каби таълимотларда келтирилган қарашлар орадан минг йиллаб вақт ўтиб бораётган бўлса-да долзарблигини йўқотмаётганлиги

далилланган. Зеро, «Авесто» китобида ер юзида адолат қарор топиши учун кишиларнинг ирки, тили, урф-одатларидаги фарқларидан қатъий назар, уларнинг фаровон ҳаёти учун курашувчи жасур, ҳалол, пок, тадбиркор, ташаббускор инсонларни шакллантириш ва тарбиялаш ғояси илгари сурилган. Айниқса, «Нақшбандия»нинг «Дил ба ёру, даст ба кор», яъни «дилинг Аллоҳда, қўлинг меҳнатда бўлсин», деган таълимот асосчиси Хожа Баҳоуддин Нақшбандий кимхобга нақш босишда тадбиркорлик маҳоратини намойиш этиб, ҳалол меҳнат билан яшаш зарурлиги ибрат қилиб кўрсатган. Тадбиркорлик бўйича билим ва амалий фаолиятлар Соҳибқирон Амир Темура Кўрагонийнинг «Темура тузуклари»да, Заҳириддин Муҳаммад Бобурнинг «Бобурнома»сида ҳам ўзининг ёрқин ифодасини топганлиги ишнинг методологик асоси учун тарихий генезис сифатида баён қилинган.

Диссертацияда қўйилган мақсад фонида чет эл ва маҳаллий олимларнинг тадбиркорликни ўрганишга қаратилган кўплаб ҳукуқий (мулкӣ), ижтимоӣ-иқтисодӣ ва гуманитар соҳа тадқиқотларида ўз ифодасини топган тадбиркорлик фаолиятининг таркибий компонентлари, тадбиркорлик турлари, тадбиркор фаолиятини илмӣ тадқиқ этиш анъаналари ва мактаблари, улар такомиллашувининг иерархияси, тадбиркорнинг асосӣ сифатлари ва компетенциялари ижтимоӣ-психологик жиҳатдан назарӣ таҳлили амалга оширилган. Шунингдек, бобда ҳаракатлар стратегияси тадбиркорлик фаолиятининг барқарорлик шартлари омили сифатида баён қилинган.

Диссертациянинг **«Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатлар масъулиятини эмпирик ўрганиш»** деб номланган иккинчи бобида, аввало, тадбиркор масъулиятини шахслараро муносабатлар контекстида ўрганишнинг эмпирик тадқиқот дастури баён қилинган. Дастурда эмпирик тадқиқотни ташкил этиш ва уни ўтказиш босқичлари тавсифланган.

Тадқиқотда қўлланилган усуллар тизимли равишда таснифланиб, илмӣ тадқиқот базаси ва тадқиқотда иштирок этган респондентлар танловининг қамрови ва давомийлиги баён этилган. Сўнгра, илмӣ тадқиқот объекти ва предметини аниқлашнинг назарӣ-методологик масалалари ёритилиб, унда «Коммуникатив ҳаракатлар назарияси» бош методологик ғоя, «Мулоқотнинг ижтимоӣ-психологик модели» асосӣ методологик ғоя, «Ижтимоӣ тасаввурлар» ва «Иқтисодӣ ижтимоӣлашув» концепциялари тадқиқотнинг ёрдамчи методологик асоси, «Инсон тараққиёти концепцияси» шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг таянч методологик асоси сифатида эканлиги ижтимоӣ-психологик нуқтаи назардан далилланган. Айниқса, ҳинд иқтисодчиси, 1998-йилги Нобель мукофоти лауреати А.К. Сен ва покистонлик машҳур иқтисодчи Маҳбуб ул-Ҳақлар томонидан илгари сурилган «Инсон тараққиёти концепцияси» нафақат назария, балки жамият ривожланишининг комплекс моделига айланганлиги кўрсатиб ўтилган.

Шунингдек, «Инсон тараққиёти концепцияси» Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегиясида илгари сурилаётган самарали ва барқарор иқтисодӣ ўсишни таъминлаш, яъни тадбиркорларнинг имкониятларини янада

кенгайтириш, уларнинг иқтисодий ва сиёсий ҳуқуқ ва эркинликларини рўёбга чиқариш ҳамда шу йўл орқали жамият аҳлининг ҳам маънавий, ҳам моддий эҳтиёжларини қондиришга қаратилган «Минг йилликнинг ривожланиши»ни баҳоловчи муҳим индикатор сифатида ўрни ва аҳамияти асосланган.

Бобда шахслараро муносабатлар ва масъулият тушунчаларининг ижтимоий-психологик мазмунига қаратилган хорижий ва маҳаллий илмий ёндашувларнинг назарий таҳлили амалга оширилган. Назарий таҳлиллар асосида тадбиркордаги масъулият ҳиси шаклланишига таъсир кўрсатувчи психологик компонентлар, масъулиятни намоён бўлиш шакллари баён қилинган.

Илмий манбаларга таянилган ҳолда масъулиятни шакллантирувчи компонентлар (шахс сифатлари, психологик етуклик, шахс йўналганлиги, ахлоқий ҳислари) Э.Ғ. Ғозиев, В.М. Каримова, Қ.Н. Назаров, А.М. Жабборов, Ш.Х. Абдуллаева, Ш.Ж. Эргашходжаева, Б.Н. Сирлиев, Х.Р. Хайдарова, Н.Н. Шомуротова, У.А. Бутаева, Д.Х. Сафаров, И.А. Узаков, Х.М. Тожибоева, В.П. Прядеин, А.В. Петровский, Н.В. Лейффрид, Т.М. Ньюкомб, Т. Гоббс, И. Кант, Р. Пломин, Ҳ. Ҳерманс, Ж. Роттер, Г. Лебон, Т. Парсонс, Г. Гегель, Л. Фестингерларнинг тадқиқотларидаги шахс (тадбиркор)даги масъулият ривожланишининг асоси эканлиги психологик таҳлил қилинган.

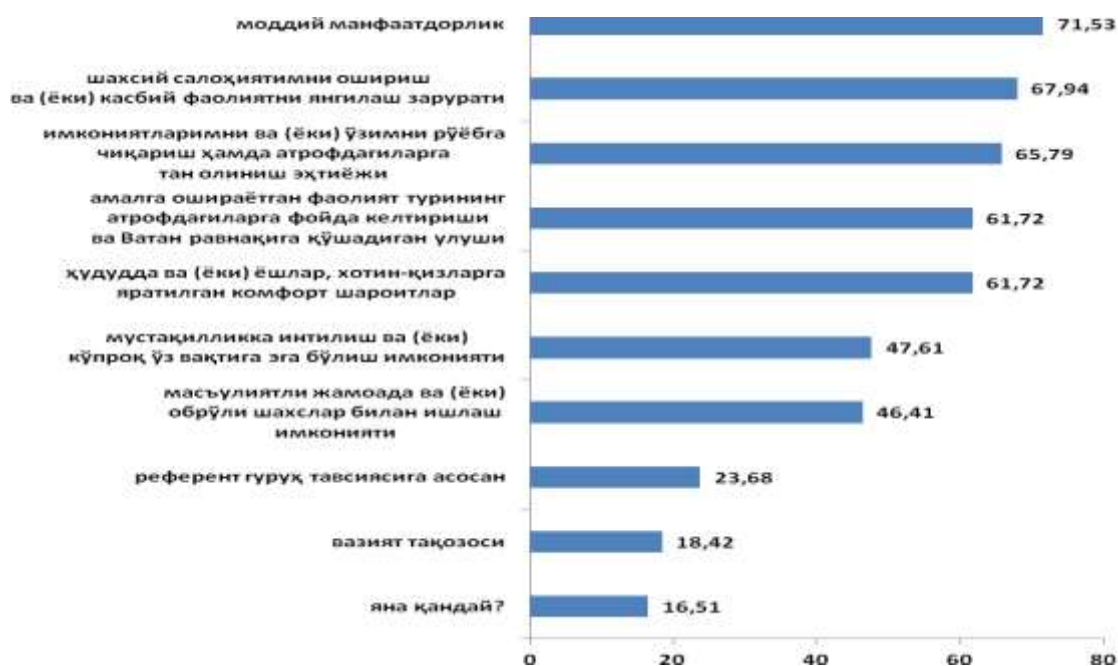
Назарий таҳлилларга таянилган ҳолда, миллий давлатчиликни мустаҳкамлаш, ислохотларни изчил давом эттириш, жамиятда иқтисодий барқарорликни таъминлаш лозим бўлган ҳозирги шароитда тадбиркорлик соҳаси билан боғлиқ жараёнларда масъулиятни оширишнинг аҳамияти муҳим эканлиги тушунтирилган. Тадбиркорлик шахсига нисбатан, маҳаллий ва хорижий олимлар ва экспертларнинг қарашларини ўзида мужассамлаштирган илмий манбаларда ёритилган шахслараро муносабатлар, масъулият тушунчаларининг ижтимоий-психологик таҳлили масъулиятнинг шахс қадриятлари ва тадбиркорлик фаолиятида тутган аҳамиятини белгилаб беришда муҳим роль ўйнаши исботланган. Шунингдек, тадбиркор жамиятдаги муайян касбий фаолият туридаги меҳнат эгаси сифатида ўз зиммасига юклатилган вазифаларни самарали бажаришга тегишли тарзда тайёр бўлиши талаб этилиб, ушбу ҳолат тадбиркор шахсдан ўз тадбиркорлик фаолиятида ташкилий-бошқарув жавобгарлигининг мавжудлигини келтириб чиқаради, дея хулосаланган.

Диссертацияда халқ оғзаки ижоди маҳсули саналган «мақоллар»да масъулият ва масъулиятсизлик ҳақида жуда кўп тарихий ҳақиқатлар тўғрисида тасаввурлар ўрганилган. Хусусан, «Ҳар ишни ўз вақтида қил, ҳар дақиқани бахтинг калиди бил» ёки «Ваъда – тош девордан қаттиқ» кабилар шулар жумласидандир. Халқ оғзаки ижодиётига таянган ҳолда, масъулият муайян ижтимоий категория сифатида, уни амалга ошириш шакллари жамиятнинг амалдаги ҳолати, унда ҳукм сурувчи ижтимоий муносабатларнинг турлари, тарихий анъаналар, ахлоқ қоидалари, маънавий ва маданият қадриятлар билан боғлиқдир, деб хулосаланган.

Шунингдек, бобнинг мазмунида бозор иқтисодиёти шароитида сотувчи

ва харидор муносабатларини такомиллаштиришнинг ижтимоий-психологик механизмларини ифодаловчи Д.Х. Сафаров изланишлари, корпоратив ижтимоий масъулият тамойилларини татбиқ этишда давлатнинг иштирокини ва корхонанинг ўз хоҳишига кўра масъулиятли бизнес қоидаларига риоя қилишини тушунтирувчи М. Шарاپова қарашларининг тизимли таҳлили юритилиб, шу орқали тадқиқот ишининг юқоридаги изланишлардан кескин тафовути кўрсатиб ўтилган.

Диссертациянинг «Тадбиркорлик фаолиятидаги шахслараро муносабатларда масъулиятнинг шахсий ва касбий компетенцияларга боғлиқлигини эмпирик ўрганиш» деб номланган учинчи бобда, даставвал, шахслараро муносабатларга таъсир кўрсатувчи омиллар, механизмлар ва жиҳатларнинг ижтимоий-психологик таҳлили муаллифлик ишланмаси саналган «Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга таъсир кўрсатувчи детерминант (омил, механизм, жиҳат)ларни тадқиқ этиш ва тадбиркор масъулияти самарадорлигини аниқлаш сўровномаси»ни қўллаш натижалари асосида баён қилинган. Мазкур сўровнома Андижон, Фарғона ва Наманган вилоятларида МЧЖ раҳбари сифатида фаолият олиб бораётган 250 нафар ҳамда Андижон вилоятидаги ўзини ўзи банд қилиш билан машғул бўлган 168 нафар тадбиркорлар билан ўтказилган.



1-расм. Тадбиркорлик фаолиятни танланиши ва давом эттирилишига сабаб бўлган мотивлар рейтинги (n=418).

Ижтимоий-психологик сўровнома (ИПС)даги «Нега сиз айти вақтда тадбиркорлик ва ўзини ўзи банд қилиш фаолияти билан шуғулланишни йўлга қўйдингиз?» – деган саволга: 71,53 фоиз синалувчи ўз жавобларида жамиятнинг бозор иқтисодиётига босқичма босқич ўтиш ҳисобига олдинги иш жойларини йўқотгач ва давлат секторида иш ўринларини қисқариши ҳамда иш ўрни етишмаслигидан келиб чиққан молиявий муаммоларга барҳам бериш мақсадида «моддий манфаатдорлик»ни; 67,94 фоизи—»шахсий

салоҳиятимни ошириш ва касбий фаолиятни янгилаш зарурати»ни; 65,79 фоиз синалувчи «имкониятларимни ва ўзимни рўёбга чиқариш ҳамда атрофдагиларга тан олинмиш эҳтиёжи»ни; 61,72 фоизи «ҳудудда ва (ёки) ёшлар, хотин-қизларга яратилган комфорт шароитлар»ни ва яна шунча респондент «амалга ошираётган фаолият турининг атрофдагиларга фойда келтириши ва Ватан равнақига қўшадиган улуши»ни; 47,61 фоизи– «мустақилликка интилиш ва кўпроқ ўз вақтига эга бўлиш имконияти»ни; 46,41 фоиз респондент «масъулиятли жамоада ва обрўли шахслар билан ишлаш имконияти»ни; 23,68 фоизи–»референт гуруҳ тавсияси»ни; 18,42 фоизи–»вазият тақозоси»га кўра тадбиркорлик фаолиятини бошлашганлигини сабаб сифатида қайд этишган ҳолда жавоб беришган бўлса, яна 16,51 фоизи ўз вариантларини баён қилишган (1-расмга қаранг).

Шунингдек, тадбиркорлик субъектларининг бозордаги иштироки ва эгаллаган мавқеига кўра, мотивлар рейтингда ҳар иккала тоифа тадбиркорлар тасавури бир-биридан тубдан тафовутланади. Аниқланилишича, 81,2 фоиз МЧЖ раҳбарлари «шахсий салоҳиятимни ошириш ва касбий фаолиятни янгилаш зарурати» тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишдаги асосий сабаб сифатида белгилаганлар (1-жадвалга қаранг).

1-жадвал

Тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг ташкил этилиши ва давом эттирилиши билан боғлиқ мотивлар рейтингини (n=418; жамига нисбатан улуши, фоизда)

№	Мотивлар	МЧЖ раҳбари	Ўзини ўзи банд қилган
		n=250	n=168
1.	Моддий манфаатдорлик	61,6	86,3
2.	Мустақилликка интилиш ва (ёки) кўпроқ ўз вақтига эга бўлиш имконияти	48,4	46,4
3.	Имкониятларимни ва (ёки) ўзимни рўёбга чиқариш ҳамда атрофдагиларга тан олинмиш эҳтиёжи	80,4	44,0
4.	Вазият тақозоси	10,4	30,4
5.	Ҳудудда ва (ёки) ёшлар, хотин-қизларга яратилган комфорт шароитлар	44,4	87,5
6.	Масъулиятли жамоада ва (ёки) обрўли шахслар билан ишлаш имконияти	71,2	9,5
7.	Амалга ошираётган фаолият турининг атрофдагиларга фойда келтириши ва Ватан равнақига қўшадиган улуши	72,0	46,4
8.	Шахсий салоҳиятимни ошириш ва (ёки) касбий фаолиятни янгилаш зарурати	81,2	48,2
9.	Референт гуруҳ тавсиясига асосан	34	8,3
10.	Яна қандай?	12,8	22,0

Манба: муаллиф тадқиқотлари.

Ижтимоий-психологик нуқтаи назардан қараганда бу ҳолатни тадбиркорлик фаолиятида респондентларнинг таваккалчиликка бўлган муносабати орқали изоҳланади. Бозордаги ўзгарувчан муҳит ва ундаги нобарқарорлик тадбиркордан таваккалчилик асосида фаолият юритишни

тақозо қилади. Шу жиҳатдан олиб қараганда тадбиркорликдаги муваффақият таваккалчиликка муносабат орқали ҳам белгиланади. Шу боис, респондентларда шахсий салоҳиятни ошириш ва касбий фаолиятни янгилаш зарурати билан боғлиқ устувор мотив, уларда таваккалчиликка асосланган равишда тадбиркорлик фаолиятини йўлга қўйишларига сабаб бўлган. Бу айниқса, 10 йилдан ортиқ муддатда тадбиркорлик стажига эга респондентлар жавобида учрайди. Масалан, «Андижон эталон завод» МЧЖ, «Автоойна» МЧЖ, «Афруз Камол Наби» МЧЖ ва бошқалар томонидан берилган жавоблар алоҳида аҳамият касб этади. 5 йилдан 10 йилгача бўлган муддатдаги тадбиркорлик стажига эга 80,4 фоиз респондентлар учун «имкониятларимни ва ўзимни рўёбга чиқариш ҳамда атрофдагиларга тан олиниш эҳтиёжи» тадбиркорлик фаолиятини бошлаш учун сабаб бўлиб хизмат қилган. Бундай устуворликдаги мотивнинг танланиши, одатда, респондент-тадбиркорларнинг ўз фаолияти муваффақиятига берган баҳосига, фаолият контекстида учраган муаммоларни ечишдаги шахсий имкониятга, қийинчиликларни енгишдаги иродавий сифатга, қолаверса масъулият ҳисига ҳам боғлиқдир.

Айнан шу масъулият ҳиси, тадбиркорга амалга ошираётган фаолият турининг атрофдагиларга фойда келтириши ва ватан равнақига қўшадиган улушини англашда ўзига хос туртки бўлиб хизмат қилган. Тадқиқотдан аниқланилишича, ташкилотнинг МЧЖ юридик шаклида фаолият кўрсатаётган 72,0 фоиз тадбиркорлик субъекти вакили «атрофдагиларга фойда келтириши ва Ватан равнақига қўшадиган улушини англаш» мотивини тадбиркорлик билан шуғулланишларининг бош мақсади, деб биладилар (1-жадвалга қаранг).

Қиёсий таҳлиллар кўрсатишича, О.Э. Ҳайитов тадқиқотларида ҳам тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишга жалб қилувчи ҳамда ундовчи психологик омиллар орасида тадбиркорлар ўзини такомиллаштириш, мустақиллик, моддий таъминланганлик, атрофдагилар орасида обрў-эътиборга, мавқега эга бўлиш, бошқа инсонлар учун ишнинг фойда келтириши каби мотив устуворлигини кўрсатади. Бу эса маҳаллий тадбиркорларимиз иқтисодий онгида теварак-атрофдаги шахсларга нафи тегиш, она диёр равнақига ўз хиссасини қўшиш каби мотивлар тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишдаги асосий турткилар эканлигини яна бир бор тасдиқлайди.

Буни биз Андижон вилоятида «Янги Андижон» шаҳарчасини барпо этиш, тадбиркорлик ва кичик бизнесни ривожлантириш орқали аҳолининг турмуш шароитини яхшилаш ҳамда ижтимоий соҳани, йўл-транспорт ва муҳандислик-коммуникация тармоқларини қуриш ва таъмирлаш ишларини молиявий ресурслар билан таъминлаш мақсадида ажратилган 100 миллион АҚШ доллари эквивалентига тенг инвестициянинг, 40 миллион АҚШ доллари эквивалентидаги маблағлар 3 йиллик имтиёзли давр билан 7 йил муддатга 7 фоиз ставкасида 200 та маҳаллада кооперация асосида кичик бизнесни ва оилавий тадбиркорликни ривожлантиришга кўмаклашиш мақсадида бириктирилган етакчи тадбиркорлик субъектларини молиявий

қўллаб-қувватлашга йўналтирилганлиги мисолида кўриб чиқишимиз мумкин. Сабаби ана шундай турдаги преференциялар тадқиқотга танланган синалувчиларимиз онгида ўзлари туғилиб ўсган диёр ва шу диёрда истиқомат қилаётган ёру-биродарлари, ҳамшаҳарлари, ҳамқишлоқлари олдида қарздорлик туйғусини шакллантириб, фаолиятни амалга оширишда янада масъулиятли бўлиш ҳисини уйғотмоқда. Бу эса яна бир бор шахсдаги ижтимоий маънода жамият ва бурч олдидаги маънавий қарздорлик, унда масъулият ҳисини қарор топтиришга сабаб бўлади, деган назарий ёндашувни амалда ўз тасдиғини топганлигини кўрсатади.

Бундай танлов масъулияти эса танланган респондентларимизни юрт қаҳрамонлари сифатида истиқболда Андижоннинг шонли тарихини безовчи муҳим ижтимоий-психологик омил сифатида тадбиркорларнинг психологик портретини гавдалантиришда асос бўлиб хизмат қилади.

ИПС даги «Тадбиркорлик ва ўзини ўзи банд қилиш фаолиятингиздаги бозор субъектлари билан ўзаро муносабатларга киришишингизга тўсиқ бўлган сабаблар ва омиллар», деган саволга респондентларнинг фикрича, бозор иштирокчиларининг ўзаро муносабатларга киришишларидаги мавжуд қийинчиликлар қуйидаги сабаблар орқали изоҳланади (2-жадвалга қаранг).

2-жадвал

Тадбиркорлик ва ўзини ўзи банд қилиш фаолиятига доир бозор муносабатларига киришишга тўсиқ бўлувчи омиллар рейтингини (n=418; жамига нисбатан улуши, фоизда)

№	Мотивлар	МЧЖ раҳбари	Ўзини ўзи банд қилган
		n=250	n=168
1.	Бозорга мослашув даврининг қисқалиги	6,0	11,9
2.	Танланган тадбиркорлик (ўзини ўзи банд қилиш) фаолият (меҳнат) турига доир янги технологиялар ва инновацияларни жорий этилганлиги ҳамда уларни ўзлаштиришдаги қийинчиликлар	80,4	28,0
3.	«Устоз-шогирд» тизимининг шаклланмаганлиги	32,4	12,5
4.	Ҳатто бир оила ва гуруҳ ичидаги рақобатнинг мавжудлиги	89,6	89,9
5.	Ноқулай иш шароити ва хатарлар	82,8	92,3
6.	Меҳнатнинг оғирлиги ва ёлғизлигим	10,0	91,7
7.	Бозор иштирокчилари ўртасида мажбурият ва ҳуқуқнинг ноаниқ тақсимланганлиги	9,2	88,1
8.	Янги меҳнат эгаси малакасининг танланган тадбиркорлик (ўзини-ўзи банд қилиш) фаолияти талабларига мос келмаслиги	13,2	64,9
9.	Нотиклик санъатининг етишмаслиги ва бозор «тили»ни яхши билмаслик	96,4	99,4
10.	«Сотувчи-харидор» ва «ишлаб чиқарувчи/хизмат кўрсатувчи-мижоз» диадаси муносабатларини тушунмаслик	94,0	95,8
11.	Адолат тамойилининг бузилиши	51,2	51,8
12.	Тадбиркорлик ва ўзини-ўзи банд қилиш фаолиятидаги «синиш»лар, банкрот бўлишлар	78,4	81,0
13.	Яна қандай?	12,4	2,4

Манба: муаллиф тадқиқотлари.

Натижалардан кўринадики, ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасида фаолият юритаётган МЧЖ гуруҳи вакилларининг 96,4 фоизи ва

Ўзини ўзи банд қилиш фаолияти билан шуғулланаётган тоифадаги синалувларнинг 99,4 фоизини эътироф этишларича, бозор муносабатларига киришишдаги мавжуд асосий қийинчилик— бу тадбиркордаги нотиклик санъатининг етишмаслиги ва ўзи фаолият юритаётган бозор «тили»ни яхши билмасликдир. Айнан ушбу мотивнинг устуворлик асносида танланиши, биринчидан, ҳар иккала тоифа синалувчилар фаолиятининг гуруҳий муносабатлар доирасида ташкил этилганлиги орқали изоҳланади. Иккинчидан, ижтимоий-психологик нуқтаи назардан олиб қараганда бу ҳолат, шу тоифа тадбиркор-синалувчиларда «Локус назорат»нинг яхши шаклланмаганлигидан далолат беради.

Сабаби шахс нотиклигида ва бозордаги гуруҳий муносабатларга киришишда, унинг «тили»ни яхши фаҳмлашда интернал локус назорат механизми яхши ишлаши зарур. Шахслараро муносабатлар ва масъулият тушунчаларининг ижтимоий-психологик мазмуни назарий жиҳатдан таҳлил этилган маълумотларга мос равишда ўзини ўзи банд қилиш соҳасидаги тадбиркорлик фаолиятини муваффақиятли ташкил этишига тўсиқ бўлган барча ҳодисаларнинг сабабчиси сифатида ўзларини эътироф этишади ҳамда унинг ечими учун жавобгар шахс «масъул»и сифатида фақат ўзларини тан олишади. Психологик тадқиқотлардан маълумки, бир жойда бир хил турдаги ишлаб чиқаришни йўлга қўйган, хизмат турини кўрсатаётган тадбиркорлик субъектларининг фаолият юритиши ўзаро рақобат муҳитини шакллантиради. Худди мана шу ҳолат, фикримизча, тадбиркорлик ва ўзини ўзи банд қилиш соҳасига доир бозор муносабатларига киришишда тўсиқ бўлувчи ижтимоий-психологик қийинчиликдир. Лекин, МЧЖ гуруҳ вакиллари қарашларида эса бунинг аксини кўришимиз мумкин. Яъни, мазкур тоифа синалувчиларнинг фикрича, барча рўй берган ва истиқболда юз берадиган воқеа, ҳодисаларнинг сабабчиси— бу ташқи омиллар, рақобатчилар (монополиячилар, импорт қилувчилар, алоҳида берилаётган имтиёзлар ҳамда давлатнинг аралашуви)дир. Бу эса ушбу тоифа иқтисодий тафаккурида экстернал локус назорат устуворлигини кўрсатади.

94,0 фоиз МЧЖ гуруҳига ва яна 95,8 фоиз ўзини ўзи банд қилган тадбиркорлар гуруҳига мансуб респондентлар учун иккиламчи асосий қийинчилик сифатида «сотувчи-харидор» ва «ишлаб чиқарувчи/хизмат кўрсатувчи-мижоз» диадаси муносабатларини тушунмаслик эътироф этилган (2-жадвалга қаранг). Бундай танлов биринчи навбатда, турли даражадаги иқтисодий роль (ишлаб чиқарувчи, хизмат кўрсатувчи, сотувчи ва бошқа) лар эгасининг бозордаги иккинчи тоифа иштирокчи (истеъмолчи, мижоз, харидор ва бошқа) ларнинг олдида бурч ва масъул эканлигига далолат беради. Бу эса мамлакатимизда ҳам тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда «истеъмолчи манфаатини аниқлаш усули»ни тобора кенг қўлланилиб, маҳаллий тадбиркорлар томонидан «истеъмолчига янги товар ёки хизматларни мажбуран қабул қилдириш усули»ни аста-секин барҳам топиб бораётганлигини кўрсатади. Иккинчидан, психологик нуқтаи назардан олиб қараганда, тадбиркорлик субъектлари фаолиятининг фақат ички бозорга эмас, балки ташқи бозорга ҳам йўналганлиги, ўз навбатида шахслараро

муносабатлар мазмунига «табiiй-географик омил» сифатида таъсир кўрсатувчи детерминантлар аҳамиятини ҳам этнопсихологик жиҳатдан намоён қилмоқда. Сабаби, табiiй-географик детерминант– маҳаллий тадбиркорнинг «этнопсихологик қиёфаси»ни тушунтиришда қўл келиб, глобаллашув даврида хорижий истеъмолчилар тафаккурида «ўзбек тадбиркори» деган имижни шаклланишида муҳим роль ўйнайди.

89,6 фоиз МЧЖ гуруҳи вакили саналган респондент учун «хатто бир оила ва гуруҳ ичидаги рақобатнинг мавжудлиги» ҳам фаолиятни ташкил қилишга тўсиқ бўлувчи бош муаммолардан бири саналади (учинчи даражали устуворликдаги мотив сифатида танланган). Бизнингча, оилавий тадбиркорликка кенг йўл очилаётганлиги, хусусан, «Ҳар бир оила – тадбиркор» дастурининг ҳаётга татбиқи ҳамда бозордаги «талаб ва таклиф» мутаносиблиги моделлари тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда эгилувчан ёндашувни қўллаш заруратини келтириб чиқармоқда. Юқоридаги детерминантлар тўғрисида тўлиқ тасаввурга эга бўлиш учун тадбиркорлик субъекти ва меҳнат эгаси ўзининг нимага ва қандай ишларга компетентлигини жуда яхши англаши лозим (2-жадвалга қаранг). Бу борада, иқтисодий психологиядаги жозибали ва мукаммал ҳисобланган Мак Грегорнинг «Ү» назарияси ҳам маълум бир ишчи фаразлар ечимини асослашда қийинчиликларни келтириб чиқариб, мавжуд детерминантлар тўғрисида аниқ баҳо бермайди. Шу боис ҳам, ўзгаришларни бошқариш тадбиркор ўзининг дастлабки фаолиятини ташкил этиш билан боғлиқ қарорларини зудлик билан қайта кўриб чиқиши, зарурий ҳолларда эса тадбиркорликни бошқаришдаги услубига тезкор ўзгартишлар киритишга доимо руҳан тайёр туриши шарт.

ИПС натижалари таҳлилининг кўрсатишича, 92,3 фоиз ўзини ўзи банд қилиш соҳасида тадбиркорлик фаолиятини юритиб келаётган синалувчи, учинчи даражали тўсиқ бўлувчи мотивлар рейтингда «ноқулай иш шароити ва рисклар» мотивини қайд этишган (2-жадвалга қаранг). Юқоридагидан ташқари қатор ташкилий-иқтисодий ва ижтимоий омиллар ҳам борки, улар ўзини ўзи банд қилган меҳнат эгаси (масалан, иккиламчи касбий фаолиятни танлаган) нинг танланган меҳнат турига мослашувини қийинлаштиради. Моҳиятан ушбу сабабий боғланиш объектив омиллар тоифасига кириб, тадбиркордан ўзини ўзи ишонтириш, яъни ўз имкониятлари, кучи ва иродасига ишониши, ўзини ижобий хулқ нормаларига бўйсундириши орқали ўзига ўзи таъсир кўрсатади ва аутосуггестия шакллантиради. Умуман олганда ўзини ўзи бошқаришнинг муҳим мезони саналган интернал локус назорат– ҳар доим, ҳар ерда ўзининг барча хатти-ҳаракатларини мунтазам равишда коррекциялай олиш ва бошқариш учун зарурий сифатлар комплексини ривожланишига сабаб бўлади, тадбиркорнинг ички интизом механизмининг такомиллашувига ҳамда масъулият ҳисининг ошишига олиб келади.

Тадқиқотнинг ушбу босқичида Н.С. Сафаев, У.А. Бутаеваларнинг «ВАС – вазиятнинг асосий сабаби» сўровномаси билан ҚК, ОАЖ ва (ёки) ЁАЖ, МЧЖ гуруҳига мансуб тадбиркорлик субъектлари вакиллари саналган 372

нафар респондентларга мурожаат қилинди. Ҳар бир устувор детерминантнинг сабабий боғлиқлиги ижтимоий тасаввурлар концепциясига мувофиқ, тадбиркорларнинг локус-назорати (интернал ва экстернал) йўналганлигини иқтисодий ижтимоийлашуви жараёнига кўрсатадиган таъсирини тушунтириб беришга хизмат қилди.

3-жадвал

«ВАС» сўровномаси ўртасидаги корреляция кўрсаткичлари (К.Пирсоннинг корреляция коэффиценти бўйича)

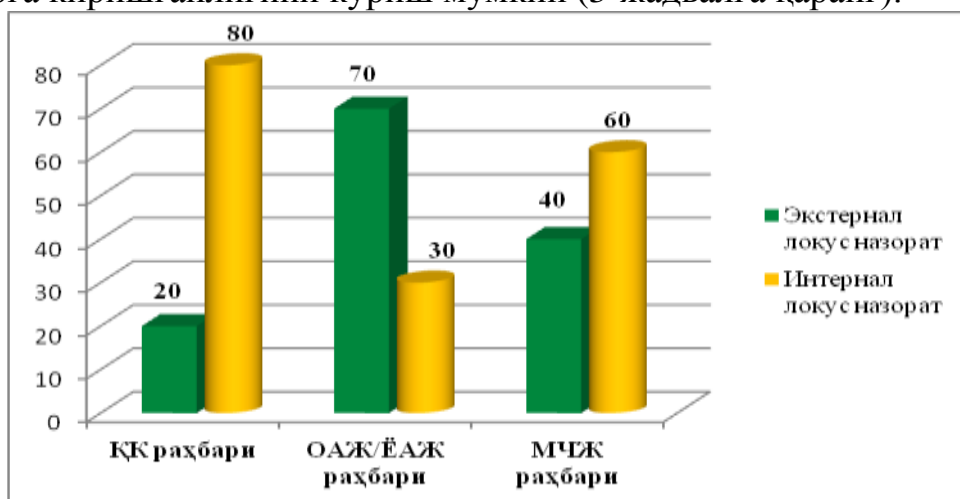
№	Ҳодисалар	Респондентлар гуруҳи (n=372)	Сабаблар			Локус назорати кўриниши	Гр
			А	Б	В		
1.	Пул кам чиқиб қолди	ҚК раҳбари				Интернал	0,484**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Интернал	0,521*
		МЧЖ раҳбари				Интернал	0,419**
2.	Одам кулаяпти	ҚК раҳбари				Интернал	0,512*
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Интернал	0,524*
		МЧЖ раҳбари				Интернал	0,537*
3.	Ғилдирак тешилди	ҚК раҳбари				Интернал	0,579*
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,399**
		МЧЖ раҳбари				Экстернал	0,617**
4.	Уйга кира олишмаяпти	ҚК раҳбари				Интернал	0,411**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Интернал	0,424**
		МЧЖ раҳбари				Интернал	0,413**
5.	Хат ёзаяпти	ҚК раҳбари				Интернал	0,554*
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,636**
		МЧЖ раҳбари				Экстернал	0,410**
6.	Телевизорни ўчирди	ҚК раҳбари				Интернал	0,458**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,541*
		МЧЖ раҳбари				Экстернал	0,507*
7.	Чанг артаяпти	ҚК раҳбари				Интернал	0,431**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,608**
		МЧЖ раҳбари				Интернал	0,403**
8.	Бақириб гапираяпти	ҚК раҳбари				Экстернал	0,430**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,485**
		МЧЖ раҳбари				Интернал	0,619**
9.	Ухлай олмаяпти	ҚК раҳбари				Экстернал	0,409**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,546*
		МЧЖ раҳбари				Интернал	0,607**
10.	Рақсга тушаяпти	ҚК раҳбари				Интернал	0,615**
		ОАЖ / ЁАЖ раҳбари				Экстернал	0,544*
		МЧЖ раҳбари				Экстернал	0,298**

Изоҳ: * $p \leq 0,05$ даражадаги боғлиқлиги – муҳим корреляциялар;

** $p \leq 0,01$ даражадаги боғлиқлиги – сезиларли корреляциялар.

«ВАС» сўровномаси бўйича қўлга киритилган натижалар (3-жадвалга қаранг) шуни намоён қиладики, тадбиркорларнинг вазиятнинг асосий сабаби сўровномаси ўртасидаги ўзаро алоқадор факторлар орасидаги корреляцион алоқалар ҚК гуруҳида «пул кам чиқиб қолди» шкаласи «санаганда пуллар бир бирига ёпишиб қолган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,484$, $p \leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «одам кулаяпти» шкаласи «кулгили

воқеа эсига тушган» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,512$, $p\leq 0,05$) ва интернал локус назоратдаги, «ғилдирак тешилди» шкаласи «шина эскириб қолган» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,579$, $p\leq 0,05$) ва интернал локус назоратдаги, «уйга кира олишмаяпти» шкаласи «калитни йўқотишган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,411$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «хат ёзаяпти» шкаласи «кимнидир соғиниб қолган» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,554$, $p\leq 0,05$) ва интернал локус назоратдаги, «телевизорни ўчирди» шкаласи «жуда кеч бўлиб қолганди» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,458$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «чанг артаяпти» шкаласи «меҳмон кутишга тайёрланаяпти» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,431$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «бақириб гапираяпти» шкаласи «кимдир жаҳлини чиқарган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,430$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «ухлай олмаяпти» шкаласи «атрофда шовқин-сурон» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,409$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «рақсга тушаяпти» шкаласи «рақс тушишни ўрганмоқчи» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,615$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги алоқаларга киришганлигини кўриш мумкин (3-жадвалга қаранг).



2-расм. Тадбиркорлик субъектлари фаолиятида локус назорати кўрсаткичи (n=372).

Натижаларни ижтимоий-психологик жиҳатдан таҳлил қиладиган бўлсак, ҚК гуруҳи синалувчилари тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш жараёнида интернал локус назорат типидида шахслар (80 фоиз вазиятда) сифатида гавдаланишар экан (2-расмга қаранг). Ушбу ёндашувлари орқали улар тадбиркорликда ва ҳаётларида рўй берган (ва рўй бериши мумкин бўлган) воқеа-ҳодисалар учун масъулиятни ўз зиммаларига олишлари, ҳолатни келтириб чиқарган сабабларни ўзларидан кидиришлари ҳақидаги ижтимоий тасаввурлари муҳим асос тарзида баҳоланади. Бу эса танланган тадбиркорлик турининг бозорда тутган мавқеига ҳам мос тушади ва синалувчи-тадбиркорларимизнинг ижтимоий етуклигидан далолат беради.

ОАЖ ва (ёки) ЁАЖ гуруҳида «пул кам чиқиб қолди» шкаласи «каергадир ортиқча ишлатилган» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,521$, $p\leq 0,05$) ва интернал локус назоратдаги, «одам кулаяпти» шкаласи

«кулгили воқеа эсига тушган» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,524$, $p\leq 0,05$) ва интернал локус назоратдаги, «ғилдирак тешилди» шкаласи «ёмон йўлдан юришган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,399$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «уйга кира олишмаяпти» шкаласи «калитни йўқотишган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,424$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «хат ёзаяпти» шкаласи «чунки байрам нишонланаяпти» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,636$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «телевизорни ўчирди» шкаласи «ҳеч қандай қизиқарли нарса йўқ эди» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,541$, $p\leq 0,05$) ва экстернал локус назоратдаги, «чанг артаяпти» шкаласи «кимдир шундай топшириқ берган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,608$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «бақириб гапираяпти» шкаласи «кимдир жаҳлини чиқарган» сабаби орасида сезиларли боғлиқликда ($r=0,485$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «ухлай олмаяпти» шкаласи «ухлашга ҳали жуда эрта» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,546$, $p\leq 0,05$) ва экстернал локус назоратдаги, «рақсга тушаяпти» шкаласи «бирор тадбирга репетиция қилаяпти» сабаби орасида муҳим боғлиқликда ($r=0,544$, $p\leq 0,05$) ва экстернал локус назоратдаги корреляцион алоқаларга киришганлигини гувоҳи бўлиш мумкин (3-жадвалга қаранг).

МЧЖ гуруҳида «пул кам чиқиб қолди» шкаласи «санаганда пуллар бир бирига ёпишиб қолган» ($r=0,419$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «одам кулаяпти» шкаласи «кулгили воқеа эсига тушган» ($r=0,537$, $p\leq 0,05$) ва интернал локус назоратдаги, «ғилдирак тешилди» шкаласи «кимдир йўлга мих ташлаб кетган» ($r=0,617$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «уйга кира олишмаяпти» шкаласи «калитни йўқотишган» ($r=0,413$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «хат ёзаяпти» шкаласи «кимнингдир хатига жавоб бераяпти» ($r=0,410$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги, «телевизорни ўчирди» шкаласи «ҳеч қандай қизиқарли нарса йўқ эди» ($r=0,507$, $p\leq 0,05$) ва экстернал локус назоратдаги, «чанг артаяпти» шкаласи «меҳмон кутишга тайёрланаяпти» ($r=0,403$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «бақириб гапираяпти» шкаласи «баҳсда ғолиб чиқмоқчи» ($r=0,619$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «ухлай олмаяпти» шкаласи «боши муаммога тўлиб кетган» ($r=0,607$, $p\leq 0,01$) ва интернал локус назоратдаги, «рақсга тушаяпти» шкаласи «рақсга таклиф этишган» ($r=0,298$, $p\leq 0,01$) ва экстернал локус назоратдаги корреляцион алоқаларга киришганлигини шоҳиди бўлиш мумкин (3-жадвалга қаранг).

Тадқиқот натижаларининг ижтимоий-психологик таҳлилини кўрсатишича, МЧЖ гуруҳи синалувчилари тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш жараёнида рақиб ва мижозлар билан муносабатга киришишларида ўзларини ҳам интернал (60 фоиз вазиятда) ҳам экстернал локус назорат типиди шахслар (40 фоиз вазиятда) сифатида гавдалантиришади (2-расмга қаранг). Бунда экстернал локус назоратни устуворликда тутган тадбиркорлар, одатда, фаолиятни амалга оширишда дуч келинган биринчи тўсиқдаёқ муҳим ҳаётий зарбани қабул қилиб олишади ҳамда бозор қонуниятларига кўра, таваккалчилик хусусиятларини деярли намоён қила олишмайди. Бу эса кичик

фойда ҳисобига бўлса ҳам товар ишлаб чиқаришда (сотишда) ва хизматларни кўрсатишда ёлгон омилини фаолиятга аралашувига сабаб бўлиб, масъулиятсизликка йўл қўйишади ҳамда 2-жадвал натижаларини айнан такрорлайди. Яъни, уларнинг тасаввурида монополиячилар, импорт қилувчилар, маълум тоифа тадбиркорларга алоҳида берилаётган имтиёзлар ҳамда давлатнинг аралашуви бундай мағлубиятнинг сабаби сифатида кўрилади. Шунингдек, интернал локус назорати тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш билан боғлиқ хатти-ҳаракатларда устуворликда аҳамият касб этадиган тадбиркор-синалувчиларимиз эса йўл қўйилган ҳар бир хатолик ва камчилик сабаб, кўрилган зарарни қоплаш борасида ёлгон омилдан умуман фойдаланишмайди. Бунинг ўрнига фаолиятни кўпроқ, талаб ва таклиф мутаносиблигидан келиб чиққан ҳолда қайта ташкил этишга ва жонлантиришга ҳаракат қилишиб, бозор муносабатларига киришаётган иштирокчилар ижтимоий тасаввурида алоҳида масъулият соҳиби ва соҳибаси сифатида гавдаланади.

Умуман олганда, ҳар уччала тоифа респондентларда эмоционал интеллект, яъни вазиятни ҳис қилиш, юмор ҳисини туюш билан боғлиқ ижтимоий тасавурларида бир хиллик кузатилади. Шунингдек, маҳаллий бозор конъюнктурасини ва инфратузилмасини ривожлантириш, такомиллаштириш билан боғлиқ қонунчилик ҳужжатларидаги ўзгаришларни қабул қилиш ҳамда фаолиятга татбиқ этиш борасидаги ижтимоий тасавурларида ўхшашлик мавжуд. Иқтисодий тафаккурдаги бундай ўхшашликнинг мавжудлиги борган сари тадбиркорларимиз иқтисодий онгида мамлакатимизда рационал иқтисодиёт кўламининг ошаётганлиги ва иррационал (соядаги) иқтисодиётни тобора барҳам топаётганлиги тўғрисидаги қарашларнинг улар иқтисодий хулқ-атворда барқарорлашиб, шахсий компетенцияларининг такомиллашиб бораётганлигидан далолат беради. Демак, тадқиқотимизда «ВАС – вазиятнинг асосий сабаби» сўровномаси орқали олинган асосий натижалар интерпретацияси С.Московичининг назариясига тўлақонли равишда мос келишини кўрсатиб, тадбиркорлик фаолиятидаги «ижтимоий тасавурлар» ҳодисасининг танланган тадбиркорлик тури контекстида тадбиркорнинг муваффақиятли иқтисодий ижтимоийлашувини тушунтиришда асос вазифасини бажаради.

Психологик тадқиқотларда тадбиркорлик фаолиятини амалга ошириш мотивациясига кўра, шартли равишда респондентларни уч гуруҳга ажратиш анъанаси шаклланган (масалан, З.Г. Ханова, 2009; И.В. Троицкая, 2010; Ш.М. Улуғова, 2011; А.Л. Журавлев, В.П. Позняков, 2012, ва бошқалар). Биз ҳам тадқиқот ишимизда ана шу классификациядан фойдаландик. Жумладан, 1) муваффақиятли (бозор иқтисодиёти шароитига муваффақиятли мослашган – юқори меҳнат унумдорлигига ва самарадорликнинг муҳим кўрсаткичига (Key Performance Indicators, KPI) эга ҳамда тадбиркорлик фаолиятидаги ижодий жараёндан қониқиш ҳосил қилувчи масъулиятли тадбиркорлар); 2) нисбатан муваффақиятли (ўзини ўзи банд қилиши ҳисобига бозор муносабатлари жараёнига қисман мослашган – юқори меҳнат унумдорлигига ва KPI га эга, лекин тадбиркорлик фаолияти жараёнидан қоникмайдиганлар);

**Фаолият самарадорлиги бўйича тадбиркорлар психикасидаги
устувор психологик хусусиятларнинг
қадриятларга боғлиқ кўрсаткичлари (n=372)**

№	Шахс йўналганлиги	Терминал қадриятлар									Инструментал қадриятлар								
		муваффақиятли тадбиркорлар			нисбатан муваффақиятли тадбиркорлар			муваффақиятсиз тадбиркорлар			муваффақиятли тадбиркорлар			нисбатан муваффақиятли тадбиркорлар			муваффақиятсиз тадбиркорлар		
		Анджон	Фарғона	Наманган	Анджон	Фарғона	Наманган	Анджон	Фарғона	Наманган	Анджон	Фарғона	Наманган	Анджон	Фарғона	Наманган	Анджон	Фарғона	Наманган
1.	Касбий жиҳатдан ўзини намоён қилиш ва иш фаолияти қадрияти (Кн)	7	2	3	14	13	18	3	2	2	8	7	6	18	12	11	2	1	1
2.	Шахс шаклланганлиги (ШШ)	6	4	3	5	8	9	2	1	1	3	2	2	9	6	5	5	4	5
3.	Оилавий ҳаёт (Ох)	5	2	4	5	4	7	3	1	1	2	1	3	9	7	3	1	1	2
4.	Шахслараро муносабатлар (ШМ)	12	15	11	11	11	8	2	1	2	25	22	15	28	19	24	3	1	1
5.	Альтруизм (Ал)	4	2	1	7	5	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	1	1	1
6.	Моддий муваффақият (Мм)	21	18	11	39	18	17	5	3	6	15	8	6	15	12	16	5	2	3
Жами		55	43	33	81	59	61	17	10	13	55	43	33	81	59	61	17	10	13
Ҳаммаси		131			201			40			131			201			40		

3) муваффақиятсиз (тадбиркорлик фаолиятига мослашмаган, меҳнат унумдорлиги) КРІ паст ҳамда фаолиятдан кам қониқиш ҳосил қиладиганлар) тадбиркорларга ажратиб таҳлил қилдик.

Шу ўринда биз, 372 нафар синалувчи билан ўтказилган М.Р. Рокичнинг «Қадриятларга йўналганлик методикаси» натижаларини юқоридаги классификацияда шартли равишда ажратилган – муваффақиятли (n=131), нисбатан муваффақиятли (n=201), муваффақиятсиз (n=40) тадбиркорлар гуруҳи контекстида таҳлил қилдик. Натижалар фаолият самарадорлиги бўйича тадбиркорлар психикасидаги устувор этнопсихологик хусусиятларнинг қадриятларга боғлиқ кўрсаткичлари асосида тизимлаштирилди (4-жадвалга қаранг).

Муваффақиятли тадбиркорлар гуруҳига мансуб (131 нафар) синалувчилар психикасидаги устувор психологик хусусиятларнинг улардаги терминал қадриятларга боғлиқлиги таҳлили шуни кўрсатадики, 50 нафар тадбиркорнинг фаолият мотивацияси «моддий муваффақият» сари йўналтирган бўлса, яна 38 нафариники эса «шахслараро муносабатлар» томон қаратилган. Шунингдек, ҳар уччала ҳудуд (Андижон, Фарғона, Наманган) тадбиркорлари психикасидаги устувор касб этган терминал қадриятлар орасида ижобий корреляцион боғлиқлик аниқланди. Масалан, андижонлик ва фарғоналик тадбиркорлар психикасидаги устуворликда бўлган, танлаган касбида ўзини ўзи намоён қилиши ва олиб бораётган тадбиркорлик фаолиятининг қадр-қиймати, ўзининг шахс сифатида шаклланиши, фаолиятида оилавий ҳаётининг тутган роли, жамиятдаги юқори даражали иқтисодий сегмент вакили сифатида ёру-дўстларига бўлган альтруизми ҳамда ушбулардан кейин ҳам кутиладиган моддий муваффақияти орасидаги корреляция боғлиқлик ижобий натижани қайд этади ($r=0,932$). Олинган натижаларга кўра, андижонлик ва наманганлик тадбиркорлар ($r=0,879$) ҳамда фарғоналик ва наманганлик тадбиркорлар ($r=0,964$) кўрсаткичлари ҳам ижобий алоқадорликни намоён қилади (5-жадвалга қаранг). Аниқланилишича, муваффақиятли тадбиркорларнинг бажараётган фаолиятларини қадрият сифатида улуғлаб, унда ўзларини касб эгаси сифатида намоён қилишларида шахслараро муносабатлар таъсири муҳим корреляция боғлиқлиги кўрсатади ($r=0,399$, $p \leq 0,05$), яъни «қалин» муносабатлар ўрнатиш бу тоифа синалувчиларнинг мақсадлари реестрида муҳим аҳамият касб этади. Шунингдек, синалувчилар хулқ-атворида устуворлик касб этувчи терминал қадриятлари реестридаги шахслараро муносабатлар теварак-атрофдаги кишиларга (хоҳ у рақобатчи, хоҳ у истеъмолчи бўлсин) нисбатан альтруизм ҳисини шакллантиришига асос бўлиб хизмат қилади. Буни биз муваффақиятли тадбиркорлар психикасидаги шахслараро муносабатлар ва альтруизм ўртасидаги муҳим корреляцион боғлиқликда ҳам кўришимиз мумкин ($r=0,481$, $p \leq 0,05$) (5-жадвалга қаранг).

Тадқиқотнинг кўрсатишича, муваффақиятли тадбиркорлар гуруҳига мансуб синалувчилар (n=131) шахсида етакчи ўринга эга бўлган детерминантларнинг биринчи гуруҳи уларнинг психикасида жараён сифатида устуворликни намоён этади. Сабаби фанда етакчи касбий фаолият

харакатида тез-тез учрайдиган аҳамиятли психик функциялар, жараёнлар, қобилиятлар ва уларнинг иштирокини таъминлаш тадбиркор психограммасини тузиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Бу эса тадбиркорлардаги фаолиятни ташкил қилиш билан боғлиқ мотивацион хусусиятлари тизимини тушунтирувчи ўзи томонидан эришилган натижаларни баҳолаш олиш даражаси (0,984) респондентлардаги муваққат таассуротлар ва шартли рефлекслар кўламига боғлиқ экан, деган хулосани келтириб чиқаради.

5-жадвал

Терминал қадриятларга йўналганлик бўйича тадбиркорлар психикасидаги устувор хусусиятларнинг корреляцион боғлиқ кўрсаткичлари (n=372)

Шахс йўналганлиги	Кн	Шш	Ох	Шм	Ал	Мм
Касбий жиҳатдан ўзини намоён қилиш ва иш фаолияти қадрияти (Кн)	1					
Шахс шаклланганлиги (Шш)	0,920	1				
Оилавий ҳаёт (Ох)	0,898	0,999**	1			
Шахслараро муносабатлар (Шм)	0,399*	0,726	0,761	1		
Альтруизм (Ал)	0,996	0,952	0,935	0,481*	1	
Моддий муваффақият (Мм)	0,869	0,993	0,998**	0,800	0,911	1

Изоҳ: * $p \leq 0,05$ даражадаги боғланиш – муҳим корреляциялар;

** $p \leq 0,01$ даражадаги боғланиш – сезиларли корреляциялар

Тадбиркорлардаги ташқи белгиларга асосланган танишишга доир билимларнинг шаклланиши эса одатда билиш мотивининг (0,966) ва (ёки) тасаввурлари кучига таянади. Мазкур устуворлик ўз навбатида «ижтимоий тасаввурлар индивиднинг онгидаги когнитив белгилар билан хулқ-атвор ўртасида воситачи ролини бажаради», деган хулосани яна бир фандаги тасдиғини кўрсатади. Бозор ва ундаги муносабатлар ҳақида шаклланган илк тасвирлар мажмуаси эса тадбиркорлик фаолиятида кутилаётган натижалар даражасини (0,921) ифодалашга хизмат қилади. Чунки, интерпретацияси хилма-хил саналган «ноаниқ ҳолатдаги тасвирлар» тадбиркорлардаги муваффақиятга эришиш мотивациясини намоён қилувчи «частота»ларни ўлчашда кўл келиб, ҳисобланган «индекс» эса фаолиятдан кутилаётган ютуқ мотивининг миқдорий баҳоси сифатида кўрилади.

Тадқиқот кўрсаткичлари, тадбиркор фаолияти давомида эришган натижалари қонунийлигининг (0,844) мотивацион табиати, унинг ўзи томонидан яратилган «брэнд» ва «савдо белгиси»нинг таъсир кўламига, ишлаб чиқиладиган маҳсулот ва (ёки) кўрсатиладиган хизматларнинг бозордаги талаб ва таклифга бўлган узвийлиги, уйғунлигига бевосита боғлиқдир. Замонавий бозорда бундай образ (брэнд, савдо белгиси)

барқарорлиги, аввало, унинг рақобатбардошлигини (0,830) синовдан ўтказиб, турли ёш даврларига мансуб истеъмолчилар психикасидаги устувор кадриятлар, ўзлаштирилган билимлари таъсирида шаклланган ижтимоий тасаввурлари кўламига билвосита боғлиқдир. Бундан ижтимоий тасаввурлар ўз навбатида ҳар бир тадбиркорнинг ўз имкониятларини оқилона баҳолаш (0,778) ҳисобига, ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш сифатини яхшилаш бўйича умумийликдан хусусийликка ёки аксига йўналтирилган қарорларни қабул қилишга доир тушунчаларни шакллантиради. Ушбу тушунчалар асносида қабул қилинган қарор (баъзан таваккалчиликка асосланган «ҳукм») тадбиркорнинг фаолият соҳасидаги ирода кучини (0,751) яққол намоён қилади. Аниқланилишича, моддий муваффақият сари йўналган 50 нафар тадбиркорнинг бизнесда иродавий актни яққол намоён этишларида, улар ўз кучларини мақсад сари тўғри сафарбар қила олишаётганлиги (0,716) муҳим роль ўйнайди.

Бозор муносабатларига киришган ҳар бир тадбиркор ўз шахсий позициясига эга ҳисобланиб, танлаган соҳасига фаолиятли ёндашуви сабаб ўз олдига қўйган ва қўйишни режалаштирилган ҳар бир вазифа (топширик)нинг қийинлигини тизимлашган таҳлилини юритади, ўз талқини асосида ижтимоий тасавурида бизнес режасининг концепциясини яратади. Ушбу ҳолат ҳам тадбиркор психикасида устувор жараён сифатида яққол намоён бўлади (0,701). Одатда тизимлашган таҳлилга асосланувчи, тадбиркорнинг ижтимоий кутилма сифатидаги ўз талқини мантиқий фикрлаш, интеллектуал ёндашув сабаб ривожланиб, унинг тарихий генезиси сифатида қачонлардир «фаолиятни алмаштириш» (0,691) зарурлиги ҳақидаги қабул қилинган қарор ётади. Демак, тадбиркорлик фаолиятига хос бундай «қаттиқ малака»лар, ўз навбатида, ижтимоий-психологик механизм сифатида гавдаланиб, тадбиркорларга хос ижтимоий масъулиятни аниқлашнинг бевосита психологик ўлчов мезони бўлиб хизмат қилади.

Адабиётларда таъкидланганидек, меҳнат фаолияти ички мотивацион кучга эга бўлиб, бу ўз навбатида бошқа, индивидуал ва воқеликдаги мураккаб муносабатлар тизими билан ҳамоҳангдир. Шунингдек, ушбу тоифа синалувчилардаги биологик ва физиологик даражадаги содда таъсирланишлар ҳам тадбиркорларнинг ички мотивлари сабаб психикада акс этиб, бозор муносабатларига киришаётган вақтларида ҳолат устуворлиги яққол намоён қилишади (0,686). Одатда бундай барқарор ҳолат устуворлигига муваффақиятга эришиш мотивацияси сабаб бўлиб, эришилган ҳар бир ютуқ ва ғалаба қадри муҳим аҳамиятга эгадир. Яъни, ана шу кадрият ўтмишдаги «Мен», ҳозирдаги «Мен», бўлғуси «Мен», идеал «Мен», динамик «Мен» ёки ҳар бир тадбиркорнинг ўзлигини тўлақонли англашида (0,634) устувор ҳолат сифатида баҳоланиши мумкин. Демак, тадбиркорлик фаолиятига хос бундай «Мен» билан боғлиқ «юмшоқ компетенция»лар фаолиятни тартибга солувчи ижтимоий-психологик механизм сифатида баҳоланиб, тадбиркорларга хос ижтимоий масъулиятни шакллантирувчи муҳим психологик қонуниятларни аниқлаш жараёнида билвосита аҳамиятга эга.

Респондентлар психикасида ана шундай устуворлик касб этувчи психик жараён ва (ёки) ҳолат фаолиятга нисбатан ташаббускорликни (0,616) кучайтириб, креацияни, яъни бор ижодий қобилият ва истеъдодини тадбиркорликни ривожлантиришга йўналтиришга сабаб бўлади. Жамиятда тадбиркорлар учун яратилаётган шарт-шароитлар, муваффақиятли тадбиркорлар гуруҳини шакллантириб, ўзаро ҳурмат кўрсатиш ҳисобига келажак ғалабалар учун кафил саналган «антиципация» фазилатини (0,514) қарор топтиради ҳамда келажак фаолиятни креатив моделини яратишга асос бўлиб хизмат қилади. Фикримизча, муваффақиятли тадбиркордаги фаолият ва хулқ-атвори онгли бошқариш имкониятини берадиган бундай билимлар комплекси, яъни улардаги рефлексия қобилияти тадбиркорлар психикасида хусусият сифатида устуворликни намоён қилиб, ўлчов механизми бўлиб мағлубиятдан қочиш мотивацияси (0,444) хизмат қилади.

Умуман олганда ушбу натижалар тадбиркор психикасидаги етакчи ижтимоий-психологик детерминантлар мавжудлигини кўрсатиб, тадбиркорлик соҳасида касбий фаолиятни танлаган ҳар бир меҳнат эгасини фаолиятга мослашуви жараёнида асосий эътиборни уларнинг психикасида етакчи деб аниқланган мотивацион хусусиятлар тизимига қаратишни тақозо этади. Бундай мотивацион хусусиятлар тизими тадбиркорнинг умр давомида ўзлаштирган «қаттиқ малака»ларига бевосита ва «юмшоқ компетенция»ларига билвосита боғлиқдир, деган хулосани келтириб чиқаради. Бу ўз-ўзидан, тадбиркорлик фаолиятининг жамият социал-иқтисодий ривожланишида зарур детерминантлигини ифодалайди.

Диссертациянинг **«Шахслараро муносабатларда масъулиятнинг коммуникатив компетенцияларга боғлиқлигини оилавий қадриятларга асосланган тадбиркорлик фаолияти контекстида эмпирик ўрганиш»** деб номланган тўртинчи бобида тадбиркор шахсига хос тизимли-характериологик хусусиятлар ва коммуникатив компетентликнинг ижтимоий-психологик жиҳатлари, коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларининг тадбиркор масъулияти шаклланишидаги аҳамияти ҳамда тадбиркор ва бозор муносабатлари иштирокчиларининг мулоқотга киришиш даражасини ижтимоий-психологик таҳлили баён этилган. Жумладан, тадқиқотда синалувчиларга В.В. Сиявский ва В.А. Федорошинларнинг В.М. Каримова томонидан маҳаллий муҳитга мослаштирилган «Коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларини аниқлаш» (КОС-2) методикаси билан мурожаат қилинди. Мазкур методика натижалари бизга тадбиркорларнинг коммуникатив компетенциялар блокига тааллуқли сифатлар, теварак-атрофдагилар билан ишчанлик мулоқотини ўрната билиш ва бунда ташаббускорликни намоён қила олиш даражаларини тушунтиришда қўл келди (6-жадвалга қаранг).

ҚК раҳбарларида коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларининг намоён бўлиши кўрсаткичларини таҳлиliga кўра, синалувчиларнинг 12 фоизи коммуникатив ва 10 фоизи ташкилий фаолиятга мойилликларининг жуда паст даражада намоён қилишди. ОАЖ/ЁАЖ раҳбарларида эса бу кўрсаткич мос равишда 1,4 фоиз ва 1,4 фоизни ташкил этди. Иккинчи тоифа

синалувчиларимиз орасидан фақат бир нафарида коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларининг паст даражада намоён бўлишини, одатда тадбиркорлик субъектининг турига, яъни ҳиссадорлик асосида ташкил этилган корхонада йўлга қўйилган «ТИҒИЗ» муносабатлар орқали тушунтириш мумкин. Сабаби, ҳар бир қабул қилинадиган қарор кўпчиликнинг танлови асосида бўлиши, синалувчи фаолиятидаги хатоликларни камайтиради.

6-жадвал

Қўшма корхона раҳбарларида коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларининг намоён бўлиши ва улар ўртасидаги корреляция кўрсаткичлари (К.Пирсоннинг корреляция коэффиценти бўйича; n=50)

№	К	Баҳо	Коммуникатив қобилиятни намоён бўлиш даражаси		r _p
1.	0,10–0,45	1	паст	6/12,0	
2.	0,46–0,55	2	ўртачадан паст	2/4,0	
3.	0,56–0,65	3	ўртача	15/30,0	
4.	0,66–0,75	4	юқори	15/30,0	
5.	0,76–1,00	5	жуда юқори	12/24,0	
№	К	Баҳо	Ташкилотчилик қобилиятини намоён бўлиш даражаси		
1.	0,20–0,55	1	паст	5/10,0	
2.	0,56–0,65	2	ўртачадан паст	1/2,0	
3.	0,66–0,70	3	ўртача	3/6,0	
4.	0,71–0,80	4	юқори	31/62,0	
5.	0,81–1,00	5	жуда юқори	10/20,0	

Манба: муаллиф тадқиқотлари.

ҚК да фаолият юритаётган 4 фоиз синалувчида тадбиркорлик фаолиятида муҳим саналган коммуникатив қобилият ва 2 фоиз респондентда ташкилий майлларнинг ривожланиши ўртача даражадан паст даражада эканлиги аниқланди. Акциядорлик жамиятида меҳнат қилаётган тадбиркор-респондентларимизда бу кўрсаткич – мос равишда – 7,0 фоиз ва 11,1 фоизни ташкил қилди. Ушбу кўрсаткич, биринчи навбатда, респондентларнинг танланган тадбиркорлик фаолияти контекстида мулоқотга киришиш мотивациясининг кучини ҳамда эмоционал интеллекти даражасининг пастлигидан далолат беради. Иккинчидан, бу ҳолат синалувчиларнинг фаолиятни ташкил этишда тайм-менежментга амал қилиш даражасини кескин пасайтириб, харидор ва мижозлар билан алоқа ўрнатишларида қийинчилик туғдиради. Учинчидан эса, натижалар, синалувчиларда танланган фаолиятда ташаббускорликнинг паст даражада намоён бўлишини кўрсатиб, бу ўз навбатида, тадбиркорда муҳим бошқарув қарорларини қабул қилишда журъат етишмаслигига сабаб бўлади.

30 фоиз ҚК да фаолият юритаётган тадбиркор-синалувчида коммуникатив ва яна 6 фоизда ташкилий мойилликларнинг ўртача намоён бўлиш даражаси характерли экан. Акциядорлик жамиятларида фаолият кўрсатаётган тадбиркор-респондентларимизда мос равишда бу кўрсаткич 31,9 фоиз ва 18,0 фоизни ташкил қилди. Аниқланилишича, ушбу

синалувчиларнинг бозор муносабатлари субъектлари билан шахслараро мулоқотга киришиш кўлами ўртача бўлиб, улар танланган тадбиркорлик фаолияти соҳасида доимий мижоз(харидор)лари доирасини камдан-кам ўзгартиришади. Ташкилотчилик маданиятининг ўртача даражада эканлиги, айниқса, муҳим қарорларни қабул қилишда иқтисодий саводхонлиги панд беради. Буни биз одатда тадбиркорлик фаолиятини стратегик режалаштириш билан боғлиқ ҳиссадорлар йиғилишларида кузатишимиз мумкин. Ўз навбатида, бундай натижа билан – «тадбиркор» – ҳиссадорлар олдида иқтисодий «салоҳияти»ни паст даражада намоён қилиб, унинг иқтисодий хулқ-атвори бозордаги ўзгаришлар таъсирига тез тушиб қолишга мойиллигидан далолат беради. Фикримизча, ушбу тоифа синалувчиларнинг иқтисодий хулқида акс этадиган коммуникатив ва ташкилотчилик қобилиятларини шакллантириш (такомиллаштириш) бўйича тизимли психокоррекция дастурлар ишлаб чиқилиши мақсадга мувофиқдир.

Айниқса улар жамоадагилар меҳнатини қадрлаш, ҳиссадорлар билан муомала қилиш қобилияти ва зарур ҳолларда (ўзгаришларни бошқариш вақтида) ҳар доим оқимга қарши тура олишиб, масъулият ва шахсий жавобгарликда намуна бўла олишади. Бу эса уларнинг том маънода тадбиркорлик фаолиятини ташкил этиш ва уни бошқаришда қўл келадиган «лидер балогардон» деб номланувчи позициясини мустаҳкамланишига асос бўлиб хизмат қилади.

Умуман олганда, изланишларимизда қўлга киритилган натижалар Т.М. Ньюкомб томонидан таклиф этилган назарияга мос келиб, танланган тадбиркорлик фаолиятида мулоқотнинг ижтимоий ролини яна бир бор ижтимоий аҳамиятини кўрсатиб беради. Бу эса турли тоифали синалувчилар гуруҳига хос ўзаро муносабатларда симметрияга эришиш орқали ижтимоий мувозанат ва ижтимоий тизимдаги барқарорликни сақлаш мумкин деган хулосани келтириб чиқаради.

ХУЛОСА

Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик детерминантларини аниқлашга қаратилган мазкур диссертация ишининг назарий-эмпирик таҳлиллари қуйидаги хулосаларни илгари суриш имкониятини берди:

1. Тадбиркорлик фаолиятига хос «қаттиқ малакалар» ва «юмшоқ компетенциялар»ни кластерланиши тадбиркорларга хос ижтимоий масъулиятни аниқлашнинг психологик қонуниятларини, ўлчов мезонларини ҳамда шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг ижтимоий-психологик механизмларини такомиллаштириш имкониятини беради ва ушбу ҳолат тадбиркорнинг жамиятдаги муайян касбий фаолият эгаси сифатида ўз зиммасига юклатилган вазифаларни самарали бажаришга онгли равишда тайёр бўлишига хизмат қилади.

2. Тадбиркорликда «креация», «антиципация», «рефлексия» хусусиятларининг ривожланишига «крауд-сорсинг» ва «ко-креациялар»

усуллари орқали таъсири натижасида тадбиркорларнинг «ишлаб чиқариш калити», «фаолият индикаторлари», «KPI» даражаларини кўтарилиши асослаб берилган.

3. Тадбиркорлик фаолиятда рўй берган ва содир бўлиш мумкин бўлган воқеа-ходисалар учун масъулиятни ўз зиммаларидан соқит қилишадиган, вазиятни келтириб чиқарган омилларни ташқаридан қидиришадиган тадбиркорларда энг муҳим паллада фидойилик «акмеси»ни етишмаслиги, ташаббускорликнинг чекланганлиги хос бўлиб, экстернал локус назоратни устуворликда кўрадиган шахслар тоифасига мансуб эканлиги билан характерланади.

4. Кичик ва ўрта бизнес олами вакиллари муваффақиятли, нисбатан муваффақиятсиз тадбиркор даражаларига дифференциялаштириш тадбиркорлик фаолияти муносабатларида муомала доирасининг кенгайишига хизмат қилиб, фаолиятни янги йўлга қўяётган тадбиркорлар жамиятда қабул қилинган иқтисодий хулқ-атвор меъёрларини ўзлаштириш жараёнини тезлаштиради. Шунингдек, тадбиркорлар иқтисодий хулқ-атворида доминанта саналувчи «эгоизм»ни Ватан равнақи ва жамият ривожидан сари йўналтирилган «альтруизм» ҳиси ва масъулиятини коррекциялашга ёрдам беради.

5. Тадбиркорлик соҳасини танлаган ҳар бир шахснинг фаолиятга муваффақиятли мослашуви уларнинг психикасида етакчи деб аниқланган мотивацион хусусиятлар тизимининг ўзлаштирган «қаттиқ малака»ларига бевосита ва «юмшоқ компетенция»ларига билвосита боғлиқлигини кўрсатади ҳамда социал-иқтисодий ривожланишда зарур детерминантлигини ифодалайди. Ўзига хос бундай кластерланишда мулоқотнинг «А–В–Х–тизими» ижтимоий-психологик моделини асоси сифатида олиш мумкин.

6. Тадбиркорда иқтисодий ролларни трансформацияланиши билан боғлиқ «силлогизм» (оддий), «индукция» (умумий), «дедукция» (хусусий) тафаккур шакллари намоён бўлиши «келажак-Мен» ва «динамик-Мен»нинг ментал хусусиятларини адаптив ривожланишига олиб келиши исботланган.

7. Бозордаги носоғлом рақобат муҳити, монопол тадбиркорлик субъектларига берилган имтиёзлар тадбиркорлик субъектининг инқирозга юз тутмаслиги, «банкрот» бўлмаслиги «мақсадли» иқтисодий тафаккурнинг эмоционал-когнитив қадриятларини номутаносиб ривожланганлигига ҳамда «психологик масъулият ва маданият»ни мужассамлаштирган социал компетенцияларни шакллантиришга муҳимлиги кузатилган.

8. Тадбиркорлик фаолияти контекстида тадбиркор шахси характерининг ўзига хос хусусиятлари, биринчидан, аниқ ва барқарор индивидуал хусусият эканлигида, иккинчидан, хулқ-атвор ва унинг танланган тадбиркорлик фаолияти мазмунини белгилашда, учинчидан, муайян ўзгаришлар вақтида эмоционал тарзда жавоб бериши, яъни теваарак-атрофдаги воқеликка муносабатида намоён бўлади.

Тадқиқот ишимиз натижаларидан келиб чиқиб, тадбиркорлик фаолияти мотивациясига оид билимлар шакли ва турининг шахс психикасидаги

устуворлиги асносида шахслараро муносабатларга оид масъулиятни ошириш учун қуйидаги **тавсияларга** амал қилишни таклиф этамиз:

биринчидан, ҳар қандай биологик ва физиологик даражадаги содда таъсирланишлар ички мотив ва ундовлар сабаблар натижасида юзага келиб, тадбиркор психикасида олиб бораётган фаолиятига нисбатан ҳолат сифатида устуворликни намоён этади. Бу эса, ўз навбатида, «муваффақиятсиз» тадбиркорлар гуруҳига мансуб тадбиркор ўз фаолиятини тизимли равишда танқидий таҳлил қилиб, айнан мотивацион хусусиятлар тизимини қайта ислоҳ этиш заруратини кўрсатади;

иккинчидан, тадбиркорлик фаолиятини бошлашдан «аввалги Мен» ва муваффақиятга эришилган ҳолатдаги «ҳозирги Мен»ни англаш ҳам қўлга киритилган ютуқларнинг қадрланиши мотиви сабабли юзага келиб, тадбиркор психикасида олиб бораётган фаолиятига нисбатан ҳолат сифатида устуворликни намоён этади. Бундай ҳол «муваффақиятли» тадбиркорлар гуруҳига мансуб тадбиркордан ўз фаолиятини мунтазам равишда танқидий таҳлил қилиб, шахсий компетенциялар барқарорлигини таъминлаш ҳисобига стратегик «келажак Мен» ва рақобатбардош «динамик Мен» образини яратиши заруратини келтириб чиқаради;

учинчидан, фаолиятга нисбатан креациянинг йўқлиги ташаббускорликни етишмаслиги сабабли юзага келиб, тадбиркор психикасида олиб бораётган фаолиятига нисбатан хусусият устуворлигини намоён қилади. Бундай ҳолда «муваффақиятсиз» тадбиркорлар гуруҳига мансуб тадбиркор ўз брендини яратишда «Бизнесни даволаш» курсларига ва (ёки) «крауд-сорсинг» ва «ко-креациялар» усулларини фаолиятига татбиқ этиш учун бизнес тренерларга мурожаат қилиши зарур бўлади;

тўртинчидан, тадбиркорлик фаолияти ва ўз бренди моделини олдиндан яратишга сабаб ҳисобланадиган шахс фазилати, яъни антиципациянинг, мавжудлиги, тадбиркор психикасида ўз фаолиятига нисбатан хусусият устуворлигини яққол намоён қилади. Бу эса, ўз навбатида, «муваффақиятли» тадбиркорлар гуруҳига мансуб тадбиркор ўз фаолиятини мунтазам равишда талаб ва таклиф мутаносиблигида ташкил этишини ҳамда касбий компетенциялар барқарорлигини таъминлаш орқали ўзини ҳурмат қилиш мотивига асосланувчи «идеал Мен» образини ижобий «PR» қилишини тақозо қилади.

**РАЗОВЫЙ НАУЧНЫЙ СОВЕТ НА ОСНОВЕ НАУЧНОГО
СОВЕТА PhD.21/30.10.2020. Ped/S.127.01 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЁНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОМ
ИНСТИТУТЕ «МАХАЛЛЯ И СЕМЬЯ»**

АНДИЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ХАЛИМОВА МАШРАБОЙ ВАХИДОВНА

**СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ
ПОВЫШЕНИЯ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ
ОТНОШЕНИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

19.00.05 – Социальная психология. Этнопсихология.

**АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора (DSc) психологических наук**

Ташкент – 2022

Тема диссертации доктора (DSc) психологических наук зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан под номером B2022.2.DSc/P32.

Диссертация выполнена в Андижанском государственном университете.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский) размещен на веб-странице научного совета (www.psi-ik.uz) и информационно-образовательном портале «ZiyoNet» (www.zivonet.uz).

Научный консультант:

Сафаев Нуриддин Салихович

доктор психологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Умаров Бахриддин Менгбоевич

доктор психологических наук, профессор

Абдурасулов Рустам Абдураимович

доктор психологических наук, доцент

Умаров Илхом Юлдашевич

доктор экономических наук, доцент

Ведущая организация:

Каршинский государственный университет

Защита диссертации состоится «__» _____ 2022 года в __ часов на заседании Разового Научного совета на основе Научного совета PhD 21/30.10.2020.Ped/S 127.01 по присуждению учёных степеней при Научно-исследовательском институте «Махалля и семья». Адрес: 100000, город Ташкент, Мирабадский район, улица Истикбол, дом 15. Тел.: (71) 203-01-21 факс: (71) 267-03-92; e-mail: mvaointi@exat.uz, mvaointi@gmail.com).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Научно-исследовательского института «Махалля и семья» (регистрационный номер _____). (Адрес: 100000, город Ташкент, Мирабадский район, улица Истикбол, дом 15. Тел.: (71) 203-01-21, факс: (71) 267-03-92).

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2022 года
(протокол реестра __ от «__» _____ 2022 года).

Н.М. Эгамбердиева

Председатель Разового Научного совета на основе Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор педагогических наук, профессор

Х.У. Абдусаматов

Учёный секретарь Разового Научного совета на основе Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор философии (PhD) по психологическим наукам, доцент

О.Э.Хайитов

Председатель Разового Научного семинара при Разовом Научном совете на основе Научного совета по присуждению учёных степеней, доктор психологических наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора наук (DSc))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мире совершенствуются социально-психологические механизмы, направленные на развитие предпринимательской деятельности, правильное использование ресурсов личности в предпринимательстве, формирование личностных и профессиональных компетенций предпринимателя, а также повышение чувства ответственности в предпринимательстве. Организацией Объединённых Наций основной целью в «Программе стабильного развития» определено «повышение и совершенствование инфраструктуры для экономического развития и поддержки благосостояния человека, а также развитие инклюзивной и стабильной индустриализации, увеличение в предпринимательской деятельности исследований, современных технологий и инноваций»⁶. В связи с этим остаются актуальными проблемы изучения психологических детерминант личности в предпринимательской деятельности, профилактики депрессии в кризисных ситуациях, формирования у личности механизмов психологической защиты от внешнего влияния для сохранения устойчивости предпринимательства.

В реализуемых в мире научных исследованиях уделяется особое внимание научным исследованиям по психологическим особенностям личности в предпринимательской деятельности, коммуникативности, поведению и знаниям, связанным с предпринимательством, у адресата общения в межличностных отношениях. В связи с этим становится актуальной проблемой изучение с социально-психологической точки зрения адресата общения в межличностных отношений в предпринимательской деятельности, диагностика и коррекция проблем, связанных с поведением и ценностями во взаимоотношениях предпринимателя и потребителя, формирование квалификаций предпринимательства, формирование оптимальной комбинации индивидуальных действий в предпринимательстве, последовательность бизнес-идей, адаптация к предпринимательству, повышение ответственности в межличностных отношениях.

За последние годы в нашей республике созданы нормативно-правовые основы по развитию малого бизнеса и частного предпринимательства, ещё более широкому привлечению населения к предпринимательской деятельности, реализации частной трудовой деятельности. В качестве основной задачи определено «совершенствование системы вовлечения населения в предпринимательство, вовлечение в предпринимательство молодёжи и женщин, внедрение системы обучения, направленной на формирование у населения необходимых навыков в сфере предпринимательства»⁷. В связи с этим считается важным углубление научных исследований и создание новых теоретических решений по регулированию ответственности предпринима-

⁶ <https://www.peace-ed-campaign.org/>

⁷ Постановление Президента Республики Узбекистан от 13 октября 2020 года №ПП-4862 «О дополнительных мерах по совершенствованию системы вовлечения населения в предпринимательство и развитию предпринимательства».

теля в экономических, политических, правовых и межличностных отношениях.

Данное диссертационное исследование в определенной мере служит реализации широкомасштабных стратегических мер, намеченных в Указах Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года №УП-60 «О Стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», от 20 апреля 2021 года №УП-6208 «О дополнительных мерах по поддержке предпринимательской деятельности, содействию занятости, социальной защите и содержательной организации свободного времени молодежи», постановлениях Президента Республики Узбекистан от 21 апреля 2021 года №ПП-5088 «О мерах по организации деятельности молодежных промышленных и предпринимательских зон, а также поддержке предпринимательских инициатив молодежи», от 13 октября 2020 года №ПП-4862 «О дополнительных мерах по совершенствованию системы вовлечения населения в предпринимательство и развитию предпринимательства», от 8 июня 2020 года №ПП-4742 «О мерах по упрощению государственного регулирования предпринимательской деятельности и самозанятости», а также других нормативно-правовых документах, относящихся к предпринимательской деятельности.

Соответствие исследования с приоритетными направлениями развития науки и технологий республики. Данное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологий республики I. «Формирование системы инновационных идей социального, правового, экономического, культурного, духовно-просветительского развития демократического общества и правового государства, и пути их реализации».

Обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации⁸. В ведущих образовательных организациях и научных центрах мира проводятся научные исследования, направленные на правильное формирование межличностных отношений в деятельности субъектов предпринимательства, развитие современной предпринимательской деятельности, в частности, такими организациями, как Международная Конфедерация развития экономики поведения и экономической психологии (Израиль), Международная Ассоциация исследования экономической психологии (Великобритания), Администрация малого бизнеса при Президенте США (США), Агентство малого бизнеса и предпринимательства (Япония), Национальный Совет по развитию предпринимательства (Венгрия),

⁸ В таких ведущих научных центрах и специализированных государственных органах мира, как «International Confederation for the Advancement of Behavioral Economics and Economic Psychology» в Израиле (<http://www.iarep.org/ICABEEP.htm>), «International Association for Research in Economic Psychology» в Великобритании (<https://www.iarep.org>), «Small Business Administration» в США (<https://www.sba.gov/search?q=psychology>), «Small and Medium Enterprise Agency» в Японии (https://www.chusho.meti.go.jp/sme_english/index.html), «National Council for Sustainable Development» в Венгрии (<https://www.nfft.hu>), «European Office of Crafts, Trades and Small and Medium-sized Enterprises for Standardisation» в Бельгии (https://ec.europa.eu/growth/smes_en), «European Association of Work and Organizational Psychology» в Нидерландах (<http://www.eawop.org>) проведены научные исследования и созданы разработки по теме диссертации.

Европейское Бюро стандартизации ремесленничества, торговли, малых и средних предприятий (Бельгия), Европейская Ассоциация трудовой и организационной психологии (Нидерланды).

На основе исследований, проведённых в мире по формированию межличностных отношений в деятельности субъектов предпринимательства, получены следующие результаты: созданы психодиагностические методы, оценивающие поведение производителей и потребителей (ICABEEP, Израиль); разработаны имитационные модели, определяющие значение межличностных отношений в экономико-психологических событиях различного уровня (IAREP, Великобритания); усовершенствована система правовых основ отношений между субъектами предпринимательства, производителями и потребителями в условиях пандемии (SBA, США); усовершенствована система психодиагностических методик, корректирующих конфликты, связанные с поведением и ценностями (SMEA, Япония); разработана концепция, обосновывающая социально-психологические детерминанты повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности (NCSD, Венгрия); усовершенствованы требования профессиональных должностных квалификаций и национальных квалификаций предпринимателей, осуществляющих деятельность в ремесленничестве, торговле, малых и средних предприятиях (SMEs and standardisation in Europe, Бельгия); на основе трудовых функций и стандартов поведения участников рынка создана модель личностных компетенций современного предпринимателя (EAWOP, Нидерланды).

В мире научные исследования по повышению ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности проводятся по следующим направлениям: повышение ответственности к личности предпринимателя и развитие межличностных отношений; внедрение психологических механизмов совершенствования способности инновационного управления предпринимателя; совершенствование организации предпринимательской деятельности и мониторинга оценки её качества на основе цифровых технологий; внедрение организационных, экономических и психологических механизмов формирования репутации субъектов предпринимательства на национальном и международных рынках.

Степень изученности проблемы. Зарубежными и отечественными учёными проводится множество исследований по эффективному налаживанию предпринимательской деятельности, рациональному использованию человеческого ресурса в предпринимательстве, а также выявлению места личностного фактора.

В Узбекистане такими учёными, как Ш.Р.Баротов, А.У.Елмуротова, В.М.Каримова, Л.И.Каримова, Г.О.Очилова, Д.Х.Сафаров, Ш.М.Улугова, Н.Ш.Умарова, О.Э.Хайитов, Ш.С.Шойимова, П.С.Эргашев⁹, проводились

⁹ Каримова В.М. Ижтимоий психология: Дарслик. – Т.: «Иқтисодиёт», 2012. – 196 б. Баротов Ш.Р. Психологик хизмат. Магистрлар учун дарслик. – Т.: Наврўз нашриёти, 2018. – 346 б. Эргашев П.С. Симметрия хисси феноменологик таҳлили, диагностикаси ва коррекцияси: Психол. фан. д-ри (DSc)... дис. автореферати: 19.00.01. – Т.: ЎзМУ, 2018. – 63 б. Хайитов О.Э. Тадбиркорлик фаолияти мотивациясининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Психол. фан. ном. ... дис.: 19.00.05. – Т.: ТошДУ, 2005. – 146 б. Шойимова Ш.С. Тадбиркор ўзбек аёллари шахсининг ижтимоий-психологик хусусиятлари: Психол. фан. номзоди дис.: 19.00.05. – Т.: ЎзМУ,

научные изыскания по таким вопросам, как мотивация предпринимательской деятельности, портрет узбеккой женщины-предпринимателя, адаптация женщин к рыночной экономике, психология женщины-надомницы, мотивация к предпринимательству у молодёжи, отношение личности к рекламе, система экономических отношений личности и отношения диады продавец – покупатель. Анализ показывает, что детерминанты личности по повышению ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности не изучены как проблема.

В научных трудах таких учёных стран Содружества Независимых Государств, как И.Г.Акперов, Г.Л.Бардиер, А.Л.Журавлев, Е.К.Завьялова, Ж.В.Масликова, В.П.Позняков, С.Т.Посохова, Т.Ф. Суслова, И.В.Троицкая, Е.Б.Филинкова, С.В.Фролова, А.В.Хашенко, З.Г.Ханова, Ю.В.Щербатых¹⁰, исследованы социально-психологические аспекты вопросов межличностных отношений в предпринимательской деятельности и ответственности в ней.

Хотя такими зарубежными учёными, как R.Cantillon, J.A.Schumpeter, Т.В.Veblen и другие, исследованы личностные качества предпринимателя, процессы восприятия личностью в предпринимательской деятельности и средства влияния межличностных отношений, однако не проводились исследования по повышению ответственности личности предпринимателя.

Связь темы диссертации с планами научно-исследовательских работа высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертация выполнена в рамках проекта № ЁА–2-2 на тему «Место и значение микрокредитных организаций в реализации и развитии деятельности малого бизнеса и частного предпринимательства (опыт правовых реформ: проблемы и решения)» (2016-2017 гг.) плана научно-исследовательских работ Андижанского государственного университета.

2009. –144 б. Улугова Ш.М. Бозор иктисодиёти шароитида хотин-кизлар ижтимоий-психологик мослашувининг ўзига хослиги: Психол. фан. ном. ... дис.: 19.00.05. – Бухоро: БухДУ, 2011. – 138 б. (Иловалар: Б. 139–170.) [Электрон ресурс]. Кириш тартиби: URL: <http://diss.natlib.uz/tu-RU/ResearchWork/OnlineView/36068> Елмуратова А.У. Касаначилик билан шугулланувчи аёлларнинг ўзига хос психологик хусусиятлари: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD)... дис.: 19.00.05. – Т.: ТошДПУ, 2018. –140 б. [Электрон ресурс]. Кириш тартиби: URL: <http://diss.natlib.uz/tu-RU/ResearchWork/OnlineView/43247> Очилова Г.О. Ёшлардаги тадбиркорлик мотивациясига оилавий бизнес таъсирининг гендер хусусиятлари: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD)... дис.: 19.00.05. –Т.: ТошДИУ, 2020. –140 б. Каримова Л.И. Социально-психологические и этнопсихологические особенности социальных представлений и установок личности по отношению к рекламе: Дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05. –Т.: НУУз, 2003. –145 с. (Приложения: С. 146–152.) [Электронный ресурс]. URL: <http://diss.natlib.uz/tu-RU/ResearchWork/OnlineView/30139> Умарова Н.Ш. Шахс иктисодий ижтимоийлашувига таъсир этувчи ижтимоий-психологик омиллар: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD)... дис.: 19.00.05. – Т.:ТошДИУ, 2019. –146 б. (Иловалар: Б. 147–166.) [Электрон ресурс]. Кириш тартиби: URL: <http://diss.natlib.uz/tu-RU/ResearchWork/OnlineView/48561>. Сафаров Д.Х. Сотувчи ва харидор муносабатларини такомиллаштиришнинг ижтимоий-психологик механизмлари: Психол. фан. бўйича фалс. д-ри (PhD). дис.: 19.00.05. –НавДПИ, 2021. – 120 б. (Иловалар: Б. 141–169.)

¹⁰ Фролова С.В. Социально-психологическая концепция приверженности личности стране: автореферат дисс. ... доктора психол. наук: 19.00.05. –Саратов: ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского», 2020. – 51 с. Хашенко В.А. Психология экономического благополучия. –М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – 426 с. Ханова З.Г. Психология личности успешного предпринимателя. Монография / З.Г. Ханова. – М.: Спутник, 2009. – 236 с. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: концепция психологических отношений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. – 480 с. Акперов, И.Г. Психология бизнеса и предпринимательства: учебное пособие / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Професионал, 2005. – 392 с. Завьялова, Е.К. Психология предпринимательства: учебное пособие / Е.К. Завьялова, С.Т. Посохова. –СПб, 2004. 211 с. Щербатых, Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса: учебное пособие / Ю.В. Щербатых. - СПб.: Питер, 2008. – 304 с. Бардиер, Г.Л. Бизнес-психология / Г.Л. Бардиер. –М.: Генезис, 2002. – 412 с. Троицкая И.В. Психология предпринимательской деятельности и основы экономической психологии: курс лекций / И.В. Троицкая. –СПбГАСУ, 2010. – 176 с. Филинкова Е.Б. Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью: автореферат дисс.. канд. психол. наук: 19.00.05. –М.: 2001. –166 с. Суслова, Т.Ф. Личностные детерминанты совмещения профессиональных и семейных ролей женщинами-предпринимателями: автореферат дисс. ...канд. психол. наук: 19.00.05. –М.: 1999. –156 с. Маркс К.Х. Капитал. Критика политической экономии. Том первый. Книга I. Процесс производства капитала / Пер. И.И. Степанова-Скворцова, проверенный и исправленный. – Ленинград: Государственное издательство политической литературы, 1952. – 794 с. Веблен Т.Б. Теория праздного класса: экономическое исследование институций. / Пер. с англ. Софья Сорокина. –М.: Прогресс, 1984. – 368с.

Целью исследования является выявление приоритетности условий, причин и факторов местной среды, который служат налаживанию успешной предпринимательской деятельности, а также разработка предложений и рекомендаций по совершенствованию социально-психологических механизмов повышения ответственности в предпринимательской деятельности.

Задачи исследования:

выявление социально-психологических механизмов повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности;

выявление прогноза различий между SMART стратегиями, потребностью и возможностью повышения эффективности предпринимательской деятельности и факторами социально-психологических детерминант, оказывающих на них влияние;

категоризация основных детерминант личности в межличностных отношениях предпринимателя;

создание модели общения, в котором заинтересованы семья, махалля и другие социально-экономические субъекты, на основе кластерированных специфических аспектов ответственности предпринимателя;

разработка практических предложений и рекомендаций по оптимизации социально-психологических технологий выявления социально-психологических детерминант повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности.

Объектом исследования выбраны лица, наладившие предпринимательство, самозанятые, относящиеся к категории осуществляющих деятельность предпринимателей (физических лиц) среди населения Андижанской (305 человек), Ферганской (210 человек) и Наманганской (323 человека) областей, всего 838 респондентов.

Предмет исследования образуют социально-психологические закономерности и механизмы, направленные на повышение ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности на основе национальных, общечеловеческих и религиозных ценностей.

Методы исследования. В исследовании использованы такие методы, как собеседование, интервью, контент-анализ, опросник «Выявление детерминант, влияющих на межличностные отношения в предпринимательской деятельности» (авторская разработка), опросник «ОПС – основная причина ситуации» (Н.С. Сафаев, У.А. Бутаева), тест А.А. Карелина «Выявление способности предпринимателя», методика М.Р. Рокича «Направленность на ценности», опросник Е.Л. Касьяника, Е.С. Макеевой «Экспресс-диагностика системно-характериологических отношений личности», опросник А.А. Рукавишниковой «Диагностика межличностных отношений», методика «Выявление коммуникативных и организаторских способностей» (КОС-2). Полученные результаты подтверждены с помощью методов эконометрического анализа, методов расчёта U-критерия Манна - Уитни, t-критерия

Стьюдента, корреляционных коэффициентов К. Пирсона (r_p) и Спирмена (ρ), методов процентного анализа, факторного анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

обосновано дифференциальное развитие «интернальных» и «экстернальных» особенностей в результате влияния социальных представлений на экономическую социализацию предпринимателей, в соответствии с формированием на основе проективного мышления коммуникативных способностей по визуализации профессиональных аспектов профиля предпринимателя «твёрдая квалификация» (hard skills), данных «мягкой квалификации» (soft skills), рационально-целевой работе с информацией;

доказано повышение уровня «ключ производства», «индикаторы деятельности», «КРІ» вследствие интегративного формирования чувств альтруизма и практики терминальных ценностей с когнитивным аспектом мотивации к достижению успеха в результате развития в деятельности качеств «креация», «антиципация», «рефлексия» с помощью методов «крауд-сорсинга» и «ко-креаций»;

доказано адаптивное развитие ментальных качеств «будущее-Я» и «динамическое-Я», основываясь на формировании с помощью коррекционного воздействия на себя адекватной оценки компетенций социальной ответственности, креативности, способностей ставить SMART цели и принимать правильные решения в соответствии с проявлением у предпринимателя форм мышления «силлогизм» (простой), «индукция» (общий), «дедукция» (частный), связанных с трансформацией экономических ролей;

обоснована обратная пропорциональность у предпринимателей низкого уровня проявления чувства социальной ответственности качествам «стремление у успеху», «вера в завтрашний день» в соответствии с важностью непропорционального развития эмоционал-когнитивных ценностей «целевого» экономического мышления и формирования социальных компетенций, сконцентрированных в «психологической ответственности и культуре»;

доказана важность состояния развитости таких качеств, как «критичность ума», «интуитивное социальное мышление», основываясь на изменении динамических особенностей коммуникативных и организационных способностей в проявлении уровня креативности предпринимателей путём управления ситуационными изменениями в деятельности и формирования навыка справедливой оценки (аутентичности).

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

усовершенствованы и применены на практике методики исследования специфической социально-психологической эффективности ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности;

разработана научно-организационная и научно-методическая модель совершенствования системы межличностных отношений в предпринимательской деятельности;

изложен метод исследования проявления в предпринимательской деятельности базовых умений и приобретённых компетенций предпринимателя, характерных для групп успешного, сравнительно успешного и безуспешного уровней;

разработаны практические рекомендации, направленные на упорядочение отношений предпринимательской деятельности в местных условиях.

Достоверность результатов исследования выражается в конкретной постановке проблемы, репрезентативности признанных в мировом масштабе научных методических средств, данных, подтверждении полученных результатов с помощью методов математико-статистического (эконометрического) анализа, методов расчёта U-критерия Манна - Уитни, t-критерия Стьюдента, корреляционных коэффициентов К. Пирсона (r_p) и Спирмена (ρ), методов процентного анализа, факторного анализа.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования непосредственно исходит из их научной новизны и надёжности методов исследования, вместе с тем, методы разработки программы эмпирического исследования, содержательно-статистический анализ, комплексное применение в нашем исследовании специфических методологических подходов является своеобразным научным вкладом в направление изучения личности предпринимателя и его деятельности, а также их внедрение служит решению перспективных исследовательских проблем.

Практическая значимость исследования в том, что результаты и теоретические выводы, полученные путём эмпирического анализа, обогащают новыми данными такие предметы, как «Экономическая психология», «Бизнес и организационная психология», «Торговое дело», «Восприятие и психология в рекламе, общественных связях», «Поведение потребителя», «Социальная психология», которые включены в учебные планы образовательных направлений бакалавриата и специальностей магистратуры Министерства высшего и среднего специального образования, вместе с тем результаты могут быть использованы при подготовке учебных пособий, учебников, совершенствовании психологических словарей.

Внедрение результатов исследования. На основе результатов научного исследования по выявлению социально-психологических детерминант повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности:

предложения об обоснованности дифференциального развития «интернальных» и «экстернальных» особенностей в результате влияния социальных представлений на экономическую социализацию предпринимателей, в соответствии с формированием на основе проективного мышления коммуникативных способностей по визуализации профессиональных аспектов профиля предпринимателя «твёрдая квалификация» (hard skills), данных «мягкой квалификации» (soft skills), рационально-целевой работе с информацией, на основании приказа Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022

года № ПМ-03-а введены в модуль «Профессиональная психология» (справка Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а). В результате применения этих предложений достигнуто обогащение научно-методического обеспечения подготовки современных конкурентоспособных кадров психологов-практиков;

на основе данных о доказанности повышения уровня «ключ производства», «индикаторы деятельности», «КРІ» вследствие интегративного формирования чувств альтруизма и практики терминальных ценностей с когнитивным аспектом мотивации к достижению успеха в результате развития в деятельности качеств «креация», «антиципация», «рефлексия» с помощью методов «крауд-сорсинга» и «ко-креаций», издана монография «Социально-психологические особенности повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности», а также практические рекомендации на основании приказа Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а введены в модуль «Социальная психология» и использованы в учебном процессе (справка Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а). В результате создана возможность для успешного проявления психологами-практиками компетенции способности принимать решения, связанные с предпринимательской деятельностью;

предложения о доказанности адаптивного развития ментальных качеств «будущее-Я» и «динамическое-Я», основываясь на формирование с помощью коррекционного воздействия на себя адекватной оценки компетенций социальной ответственности, креативности, способностей ставить СМАРТ цели и принимать правильные решения в соответствии с проявлением у предпринимателя форм мышления «силлогизм» (простой), «индукция» (общий), «дедукция» (частный), связанных с трансформацией экономических ролей, на основании приказа Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а введены в модуль «Социальная психология» (справка Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а). Внедрение этого предложения послужило повышению знаний, умений и навыков, связанных с деятельностью будущих психологов-практиков в психологической службе;

данные об обосновании обратной пропорциональности у предпринимателей низкого уровня проявления чувства социальной ответственности качествам «стремление у успеху», «вера в завтрашний день» в соответствии с важностью непропорционального развития эмоционал-когнитивных ценностей «целевого» экономического мышления и формирования социальных компетенций, сконцентрированных в «психологической ответственности и культуре», на основании приказа Учебно-научного центра

психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а введены в модуль «Психология межличностных отношений» и использованы в учебном процессе (справка Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а). Внедрение этого предложения послужило совершенствованию знаний психологов-практиков по выявлению социально-психологических детерминант повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности, дальнейшему повышению практической психологической подготовки в сфере предпринимательства;

предложения о доказанности важности состояния развитости таких качеств, как «критичность ума», «интуитивное социальное мышление», основываясь на изменение динамических особенностей коммуникативных и организационных способностей в проявлении уровня креативности предпринимателей путём управления ситуационными изменениями в деятельности и формирования навыка справедливой оценки (аутентичности), на основании приказа Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а введены в модуль «Профессиональная психология» и использованы в учебном процессе (справка Учебно-научного центра психологии при Ташкентском государственном педагогическом университете от 6 мая 2022 года № ПМ-03-а). Внедрение этого предложения послужило совершенствованию знаний психологов-практиков по выявлению социально-психологических детерминант повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности, дальнейшему повышению практической психологической подготовки в сфере предпринимательства.

Апробация результатов исследования. Результаты диссертационного исследования обсуждены на 2-х международных и 10-ти республиканских научно-практических форумах.

Публикация результатов исследования. По основным результатам исследовательской работы опубликовано 29 научных работ, в том числе, 1 монография, 11 научных статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан для публикации основных научных результатов докторских диссертаций, из них 9 статей в республиканских журналах и 2 статьи в зарубежных журналах, а также 4 тезиса.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, четырёх глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Общий объем работы, кроме приложений, составляет 219 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** обоснованы актуальность и востребованность темы диссертации, определены цель и задачи исследования, выявлены методы, объект и предмет исследования, показано соответствие исследования

приоритетным направлениям развития науки и технологий Республики Узбекистан, приведены данные о научной новизне, теоретической и практической значимости полученных результатов исследования, состоянии внедрения их в практику, их опубликованности в научных изданиях, структуре диссертационной работы.

Содержание первой главы диссертации под названием **«Предпринимательская деятельность и её исторический генезис: теоретические, правовые и научные основы»** направлено на анализ литературы, в ней эффективно использовано научное наследие психологической науки Востока и Запада.

Доказано, что, несмотря на то, что прошло тысячи лет, взгляды на основе научных подходов к историческому генезису предпринимательства, изложенные в развитых на Востоке учениях «Авеста», «Накшбандия», «Яссавия», «Кубровия», не теряют своей актуальности. Ведь в книге «Авеста» выдвинуты идеи о формировании и воспитании смелых, честных, предприимчивых, инициативных людей, которые ради справедливости на земле борются за благополучную жизнь людей, независимо от их национальности, языка, обычаев и традиций. Особенно, основатель учения «Накшбандия» «Дил ба йору, даст ба кор», т.е. «пусть сердце твое будет в Боге, а рука твоя в деле», Ходжа Бахауддин Накшбанди продемонстрировал свои предпринимательские способности в вышивании, показал пример необходимости жить честным трудом. Предпринимательские знания и практическая деятельность описываются как исторический генезис методологической основы работы, нашедшей свое яркое выражение в «Уложениях Темура» полководца Амира Темура Карагони и «Бабурнаме» Захириддина Мухаммада Бабура.

На фоне поставленной в диссертации цели проанализированы социально-психологической точки зрения структурные компоненты предпринимательства, виды предпринимательства, традиции и школы научных исследований предпринимательства, иерархия их совершенствования, основные качества и компетенции предпринимателя, которые выражены в многочисленных исследованиях зарубежных и отечественных учёных в правовой (имущественной), социально-экономической и гуманитарной сферах, направленных на изучение предпринимательства. Также в главе стратегия действий характеризуется как условие стабильности предпринимательской деятельности.

Во второй главе диссертации под названием **«Эмпирическое исследование ответственности межличностных отношений в предпринимательской деятельности»**, прежде всего, изложена эмпирическая исследовательская программа изучения ответственности предпринимателя в контексте межличностных отношений. В программе описаны этапы организации и проведения эмпирического исследования.

Методы, использованные в исследовании, системным образом классифицированы, изложены научная база исследования, а также объем и продолжительность отбора респондентов, участвующих в исследовании.

Затем, после освещения теоретико-методологических вопросов определения объекта и предмета научного исследования, в главе с социально-психологической точки зрения обосновано, что главная методологическая идея «Теории коммуникативных действий», основная методологическая идея «Социально-психологической модели общения», концепции «Социальные представления» и «Экономическая социализация» являются вспомогательной методологической основой исследования, а «Концепция развития человека» является базовой методологической основой повышения ответственности к межличностным отношениям. Показано, что особенно «Концепция человеческого развития», выдвинутая индийским экономистом, лауреатом Нобелевской премии 1998 года А.К. Сенем и известным пакистанским экономистом Махбубом уль-Хакларом, превратилась не только в теорию, но и комплексную модель развития общества.

Вместе с тем, обоснованы роль и значение «Концепции человеческого развития» как важного индикатора оценки выдвинутого в стратегии развития Нового Узбекистана «Развития тысячелетия», направленного на обеспечение эффективного и стабильного экономического роста, то есть дальнейшее расширение возможностей предпринимателей, реализацию их экономических и политических прав и свобод, а также удовлетворение таким путём как духовных, так и материальных потребностей населения общества.

В главе проведён теоретический анализ зарубежных и отечественных научных подходов, направленных на социально-психологическое содержание понятий межличностных отношений и ответственности. На основе теоретического анализа изложены психологические компоненты, влияющие на формирование чувства ответственности у предпринимателя, формы проявления ответственности.

Опираясь на научные источники, а именно исследования таких учёных, как Е.Г. Гозиев, В.М. Каримова, Г.Н. Назаров, А.М. Джаббаров, Ш.Х. Абдуллаева, Ш.Дж. Эргашходжаева, Б.Н. Сирлиев, Х.Р. Хайдарова, Н.Н. Шомуротова, У.А. Бутаева, Д.Х. Сафаров, И.А. Узакон, Х.М. Таджибоева, В.П. Прядеин, А.В. Петровский, Н.В. Лейфрид, Т.М. Ньюкомб, Т. Хоббс, И. Кант, Р. Пломин, Х. Германс, Дж. Роттер, Г. Лебон, Т. Парсонс, Г. Гегель, Л. Фестингер, выполнен психологический анализ того, что в основе развития ответственности у человека (предпринимателя) находятся компоненты ответственности (личностные качества, психологическая зрелость, личностная направленность, нравственные чувства).

На основе теоретического анализа разъяснена важность повышения ответственности в процессах, связанных со сферой предпринимательства, в современных условиях, когда необходимо укреплять национальную государственность, последовательно продолжать реформы, обеспечивать экономическую стабильность в обществе. Доказано, что социально-психологический анализ представлений о межличностных отношениях и ответственности, которые освещены в научных источниках, вобравших в себя взгляды отечественных и зарубежных ученых и специалистов, играет важную

роль в определении значимости ответственности в личностных ценностях. и предпринимательской деятельности. Также делается вывод о том, что от предпринимателя как труда в определенном виде профессиональной деятельности в обществе требуется соответствующая готовность к эффективному выполнению возложенных на него задач, что такое положение обуславливает наличие организационно-управленческой ответственности предпринимателя в его предпринимательской деятельности.

В диссертации исследуются многие исторические представления об ответственности и безответственности в «поговорицах», которые считаются произведением устного народного творчества. В частности, среди них «Все делай вовремя, знай, что каждая минута – это ключ к счастью» или «Обещание крепче каменной стены». На основе народного творчества сделан вывод о том, что ответственность как специфическая социальная категория, формы ее реализации связаны с современным состоянием общества, сложившимися в нем типами социальных отношений, историческими традициями, нравственными правилами, духовно-культурными ценностями.

Также в содержании главы на основе системного анализа исследований Д.Х. Сафарова, выражающих социально-психологические механизмы совершенствования отношений продавца и покупателя в условиях рыночной экономики, М. Шараповой, разъясняющей участие государства в реализации принципов корпоративной социальной ответственности и добровольное соблюдение предприятием правил ответственного ведения бизнеса. показано резкое отличие исследовательской работы от вышеуказанных исследований.

В третьей главе диссертации под названием **«Эмпирическое изучение в межличностных отношениях хозяйственной деятельности связи ответственности с личностными и профессиональными компетенциями»**, прежде всего, на основе результатов применения считающегося авторской разработкой «Опросника по исследованию детерминант (факторов, механизмов, аспектов), влияющих на межличностные отношения в хозяйственной деятельности, и выявлению эффективности ответственности предпринимателя», изложен социально-психологический анализ факторов, механизмов и аспектов, влияющих на межличностные отношения. Данный опросник проведен среди 250 человек, работающих руководителями ООО в Андижанской, Ферганской и Наманганской областях и 168 самозанятых предпринимателей в Андижанской области.

На включенный в социально-психологический опросник (СПО) вопрос «Почему вы сейчас начали заниматься предпринимательством и самозанятостью?» 71,53% испытуемых ответили- «материальная заинтересованность» в целях прекращения финансовых проблем, вызванных потерей прежних мест работы в связи с поэтапным переходом общества к рыночной экономике и сокращением рабочих мест в государственном секторе и отсутствие рабочих мест; 67,94% - "необходимость повышения личностного потенциала и обновления профессиональной деятельности"; 65,79%- «потребность реализовать свои возможности и себя, быть признанным другими»; 61,72%- «комфортные условия, созданные в регионе и (или) для

молодежи, женщин»; 61,72% - «вклад выполняемого ими вида деятельности в пользу окружающих людей и процветание Родины»; 47,61%- "возможность стремиться к самостоятельности и иметь больше своего времени"; 46,41%- «возможность работать в ответственном коллективе и с авторитетными людьми»; 23,68%- "рекомендация референтной группы"; 18,42%- «требованием ситуации», еще 16,51 % указали свои варианты (см. рисунок 1).



Рисунок 1. Рейтинг мотивов, послуживших причинами выбора и продолжения предпринимательской деятельности (n=418).

Вместе с тем, по степени участия хозяйствующих субъектов на рынке и их позиции представление обеих категорий предпринимателей в рейтинге мотивов принципиально отличается друг от друга. Выявлено, что 81,2% руководителей ООО в качестве основной причины начала предпринимательской деятельности назвали «необходимость повышения личного потенциала и обновления профессиональной деятельности» (см. таблицу 1).

С социально-психологической точки зрения такая ситуация объясняется отношением респондентов к риску в предпринимательской деятельности. Меняющаяся рыночная среда и ее нестабильность требуют от предпринимателя действовать на основе риска. С этой точки зрения успех в предпринимательстве также определяется отношением к риску. Поэтому приоритетный мотив респондентов, связанный с необходимостью повышения своего личного потенциала и обновления профессиональной деятельности, обусловил их начало предпринимательской деятельности, основанной на риске. Особенно это касается ответов респондентов со стажем предпринимательства более 10 лет. Например, особое значение имеют ответы

ООО «Андижанский эталонный завод», ООО «Автоойна», ООО «Афруз Камал Наби» и других. Для 80,4% респондентов со стажем предпринимательской деятельности от 5 до 10 лет причиной начала предпринимательской деятельности послужила «необходимость реализовать свой потенциал и себя, быть признанным другими».

Таблица 1

Рейтинг мотивов, связанных с организацией и продолжением деятельности субъектов предпринимательства (n=418; доля в общей численности, в процентах)

№	Мотивы	Руководители ООО	Самозанятые
		n=250	n=168
1.	Материальная заинтересованность	61,6	86,3
2.	Стремление к самостоятельности и (или) возможность иметь больше свободного времени	48,4	46,4
3.	Потребность в реализации возможностей и (или) себя, а также признании со стороны окружающих	80,4	44,0
4.	Требование ситуации	10,4	30,4
5.	Комфортные условия, созданные в регионе и (или) для женщин	44,4	87,5
6.	Возможность работать в ответственном коллективе и (или) с уважаемыми личностями	71,2	9,5
7.	Принесение пользы от осуществляемого вида деятельности и вклад, вносимый в процветание родины	72,0	46,4
8.	Необходимость повышения личностного потенциала и (или) обновления профессиональной деятельности	81,2	48,2
9.	На основании референтной группы	34	8,3
10.	Ещё какие?	12,8	22,0

Источник: исследования автора.

Выбор такого приоритетного мотива обычно зависит от оценки респондентами-предпринимателями успешности своей деятельности, их личной способности решать проблемы, возникающие в связи с их деятельностью, их силы воли для преодоления трудностей, а также их чувства ответственности.

Именно это чувство ответственности послужило для предпринимателя особой мотивацией к осознанию того, что вид деятельности, которым он занимается, принесет пользу окружающим его людям и будет способствовать развитию страны. Как выявлено в исследовании, 72,0 процента представителей субъектов предпринимательства, действующих в такой юридической форме организации, как ООО, основной целью занятия предпринимательством считают мотив «принести пользу другим и осознать свой вклад в процветание Родины» (см. таблицу 1).

Как показывает сравнительный анализ, и в исследованиях О.Е. Хайитова среди психологических факторов, привлекающих и побуждающих к занятию предпринимательской деятельностью, предприниматели показывают

приоритет таких мотивов, как самосовершенствование, независимость, материальная обеспеченность, обладание престижем и статусом среди окружающих людей, принесение пользы другим людям. Это еще раз подтверждает, что в экономическом сознании наших отечественных предпринимателей такие мотивы, как принесение пользы окружающим людям и внесение вклада в развитие Родины, являются основными мотивами организации предпринимательской деятельности.

Мы можем видеть это на примерах выделения инвестиций в размере 100 млн долларов США в целях создания городка «Новый Андижан» в Андижанской области, улучшения жилищных условий населения путём развития предпринимательства и малого бизнеса, а также обеспечения финансовыми ресурсами социальной сферы, строительства и ремонта автомобильно-транспортных и инженерно-коммуникационных сетей, предоставления средств в эквиваленте 40 млн долларов США с 3-х летним льготным периодом на 7 лет по ставке 7 процентов для финансовой поддержки ведущих хозяйствующих субъектов, прикрепленных для поддержки развития малого бизнеса и семейного предпринимательства в 200 микрорайонах на основе кооперации. Причина в том, что данные виды предпочтений формируют в сознании наших испытуемых, выбранных для исследования, чувство долга перед своим краем, где они родились и выросли, проживающими в нём близкими, друзьями, земляками, односельчанами, пробуждают чувство большей ответственности к осуществлению деятельности. Это еще раз подтверждает в действительности теоретический подход о том, что в социальном смысле моральный долг человека перед обществом и долгом является причиной формирования у него чувства ответственности.

Ответственность такого отбора служит основой для воплощения психологического портрета выбранных нами респондентов как героев страны при формировании психологического портрета предпринимателя служит основой важным социально-психологическим фактором, украшающим славную историю Андижана в будущем.

По мнению респондентов, при ответе на включённый в СПО вопрос «Причины и факторы, препятствующие вступлению Вас в отношения с субъектами рынка в Вашей предпринимательской и самозанятости» отмечено, что существующие трудности вхождения во взаимоотношения с участниками рынка по объясняются следующими причинами (см. таблицу 2).

Из результатов видно, что 96,4% представителей группы ООО, работающих в сфере производства, оказания услуг и сервиса, и 99,4% респондентов категории, занимающихся самозанятостью, признали, что основной сложностью выхода на рынок является отсутствие у предпринимателя навыка искусства публичных выступлений и плохое знание «языка» рынка, на котором он работает. Выбор именно этого мотива в качестве приоритетного объясняется, прежде всего, тем, что деятельность обеих категорий испытуемых организована в рамках групповых отношений. Во-вторых, с социально-психологической точки зрения такая ситуация

свидетельствует о недостаточно сформированном «локусе контроля» у данной категории предпринимателей-испытуемых.

Таблица 2

Рейтинг факторов, препятствующих вхождению в отношения предпринимательства и деятельности самозанятости (n=418; доля в отношении к общему, в процентах)

№	Мотивы	Руководители ООО	Самозанятые
		n=250	n=168
1.	Небольшой период адаптации к рынку	6,0	11,9
2.	Внедрение новых технологий и инноваций в выбранный вид предпринимательской (самозанят-ой) деятельности (труда) и трудности их усвоения	80,4	28,0
3.	Несформированность системы «наставник– ученик»	32,4	12,5
4.	Существование конкуренции даже внутри одной семьи и группы	89,6	89,9
5.	Неблагоприятные условия работы и риски	82,8	92,3
6.	Тяжёлый труд и моё одиночество	10,0	91,7
7.	Неопределённое распределение обязательств и прав между участниками рынка	9,2	88,1
8.	Несоответствие квалификации обладателя нового труда требованиям выбранной предприниматель-ской деятельности (самозанятости)	13,2	64,9
9.	Недостаток искусства выступления и плохое знание «языка» рынка	96,4	99,4
10.	Непонимание отношений диад «продавец– покупа-тель» и «производитель/оказывающий услуги– клиент»	94,0	95,8
11.	Нарушение принципа справедливости	51,2	51,8
12.	Банкротства в предпринимательской деятельности, самозанятости	78,4	81,0
13.	Ещё какие?	12,4	2,4

Источник:исследования автора.

Причина в том, что механизм внутреннего локус контроля должен хорошо работать в красноречии человека и вступлении в групповые отношения на рынке, чтобы понять его «язык» необходима хорошая работа механизма интернального локус контроля. В соответствии с теоретически проанализированными данными, социально-психологическим содержанием понятий межличностных отношений и ответственности они осознают себя причиной всех событий, препятствующих успешной организации предпринимательской деятельности в сфере самозанятости, и признают только себя как лицо, «ответственное» за ее решение. Из психологических исследований известно, что деятельность хозяйствующих субъектов, наладивших однотипное производство и оказывающих однотипные услуги в одном и том же месте, создаёт среду взаимной конкуренции. Именно эта ситуация, на наш взгляд, является социально-психологической трудностью, препятствующей вхождению в рыночные отношения в сфере предпринимательства и самозанятости. Однако во взглядах представителей группы ООО мы видим обратное. То есть, по мнению экспертов данной категории, внешние факторы, конкуренты (монополисты, импортеры, особые привилегии и вмешательство государства) являются причиной всех событий, которые

произошли и произойдут в будущем. Это свидетельствует о приоритете внешнего локуса контроля в экономическом мышлении данной категории.

94,0% респондентов, относящихся к группе ООО, и еще 95,8% - к группе индивидуальных предпринимателей, в качестве вторичной основной трудности назвали непонимание отношений в диаде «продавец-покупатель» и «производитель/поставщик услуг-клиент» (см. таблицу 2). Такой выбор, прежде всего, свидетельствует о том, что обладатель разных экономических ролей (производитель, поставщик услуг, продавец и т.д.) имеет долг и ответственность перед второй категорией участников рынка (потребитель, заказчик, покупатель и другие). Это свидетельствует о том, что «метод определения заинтересованности потребителя» все шире используется при организации предпринимательской деятельности в нашей стране, а «метод принуждения потребителя к принятию новых товаров или услуг» местными предпринимателями постепенно исчезает. Во-вторых, с психологической точки зрения тот факт, что деятельность субъектов хозяйствования направлена не только на внутренний рынок, но и на внешний рынок, в свою очередь, свидетельствует о важности детерминант, влияющих на содержание межличностных отношений как «природно-географический фактор» этнопсихологически. Причина в том, что природно-географическая детерминанта помогает объяснить «этнопсихологический образ» местного предпринимателя и играет важную роль в формировании образа «узбекского предпринимателя» в сознании зарубежных потребителей в эпоху глобализации.

Для 89,6% респондентов, представляющих группу ООО, «наличие конкуренции даже внутри одной семьи и группы» считают одной из основных проблем, препятствующих организации деятельности (выделено в качестве третьего по приоритетности мотива). На наш взгляд, тот факт, что семейному предпринимательству открывается широкий путь, в частности, реализация программы «Каждая семья – предприниматель» и моделей баланса «спроса и предложения» на рынке, вызывают необходимость применения гибкого подхода к организации предпринимательской деятельности. Для того чтобы иметь полное представление о вышеперечисленных детерминантах, хозяйствующий субъект и работодатель должны иметь очень хорошее представление о том, для чего и какой работы он компетентен (см. таблицу 2). В связи с этим привлекательная и хорошо продуманная в экономической психологии теория «У» МакГрегора не дает четкой оценки существующих детерминант, вызывая трудности в обосновании решения тех или иных рабочих гипотез. И поэтому управление изменениями требует от предпринимателя немедленного пересмотра решений, связанных с организацией его первоначальной деятельности, а в необходимых случаях – всегда быть морально готовым к быстрым изменениям в способе управления предпринимательством.

Анализ результатов СПО показывает, что 92,3% испытуемых, осуществляющих предпринимательскую деятельность в сфере самозанятости, отметили мотив «неблагоприятные условия труда и риски» в рейтинге препятствующих мотивов третьего уровня (см. таблицу 2). Помимо вышеперечисленных, существует также ряд организационных, экономических

и социальных факторов, затрудняющих адаптацию самозанятого работника (например, избравшего неполную профессиональную деятельность) к выбранному виду работы.

Таблица 3

**Коэффициенты корреляции между шкалами опросника «ОПС»
(по коэффициенту корреляция К.Пирсона)**

№	События	Группы респондентов (n=372)	Причины			Вид локус контроля	Гр
			А	Б	В		
1.	Осталось мало денег	Руководитель СП				Интернальный	0,484**
		Руководитель ОАО / ЗАО				Интернальный	0,521*
		Руководитель ООО				Интернальный	0,419**
2.	Человек смеётся	Руководитель СП				Интернальный	0,512*
		Руководитель ОАО / ЗАО				Интернальный	0,524*
		Руководитель ООО				Интернальный	0,537*
3.	Колесо прокололось	Руководитель СП				Интернальный	0,579*
		Руководитель ОАО / ЗАО				Экстернальный	0,399**
		Руководитель ООО				Экстернальный	0,617**
4.	Не могут войти в дом	Руководитель СП				Интернальный	0,411**
		Руководитель ОАО / ЗАО				Интернальный	0,424**
		Руководитель ООО				Интернальный	0,413**
5.	Пишет письмо	Руководитель СП				Интернальный	0,554*
		Руководитель ОАО / ЗАО				Экстернальный	0,636**
		Руководитель ООО				Экстернальный	0,410**
6.	Выключил телевизор	Руководитель СП				Интернальный	0,458**
		Руководитель ОАО / ЗАО				Экстернальный	0,541*
		Руководитель ООО				Экстернальный	0,507*
7.	Вытирает пыль	Руководитель СП				Интернальный	0,431**
		Руководитель ОАО / ЗАО				Экстернальный	0,608**
		Руководитель ООО				Интернальный	0,403**
8.	Разговаривает с криком	Руководитель СП				Экстернальный	0,430**
		Руководитель ОАО / ЗАО				Экстернальный	0,485**
		Руководитель ООО				Интернальный	0,619**
9.	Не может заснуть	Руководитель СП				Экстернальный	0,409**
		Руководитель ОАО / ЗАО				Экстернальный	0,546*
		Руководитель ООО				Интернальный	0,607**
10.	Танцует	КК рахбари				Интернальный	0,615**
		ОАЖ / ЁАЖ рахбари				Экстернальный	0,544*
		МЧЖ рахбари				Экстернальный	0,298**

Примечание: * связь на уровне $p \leq 0,05$ – важные корреляции;

** связь на уровне $p \leq 0,01$ – значительные корреляции.

По существу, эта причинная связь, входя в разряд объективных факторов, влияет на уверенность в себе и формирует у предпринимателя самовнушение, то есть веру в собственные возможности, силы и волю, подчинение себя положительным нормам поведения. В целом внутренний локус контроля, считающийся важным критерием самоуправления, приводит к развитию комплекса необходимых качеств уметь регулярно корректировать и управлять всеми своими действиями в любое время и в любом месте, совершенствование механизма внутренней дисциплины предпринимателя и повышения чувства ответственности.

На данном этапе исследования с опросником Н.С. Сафаева, У.А. Бутаевой «ОПС–основная причина ситуации» мы обратились к 372 респондентам, представителям хозяйствующих субъектов, входящих в группу СП, ОАО и (или) ЗАО, ООО. В соответствии с концепцией социальных представлений причинная связь каждой приоритетной детерминанты послужила объяснению влияния направленности локуса контроля (внутреннего и внешнего) предпринимателей на процесс экономической социализации.

Результаты, полученные по опроснику «ОПС» (см. таблицу 3), показали, что корреляционные связи между факторами взаимозависимости основными причинами ситуации в анкете предпринимателей значима в группе СП, в частности, значимой связью ($r=0,484$, $r\leq 0,01$) шкалы «денег вышло мало» с причиной «деньги слиплись при счете» и внутренним локус контролем, достоверной связью ($r=0,512$, $r\leq 0,05$) шкалы «человек смеется» с причиной «вспомнил смешной случай» и внутренним локус контролем, значимой корреляцией ($r=0,579$, $r\leq 0,05$) шкалы «колесо прокололось» с причиной «шина старая» и внутренним локус контролем, значимой корреляцией ($r=0,411$, $r\leq 0,01$) шкалы «не могут попасть домой» с причиной «потеряли ключи» и внутренним локус контролем, значимой корреляцией ($r=0,554$, $r\leq 0,05$) шкалы «пишет письма» с причиной «скучал по кому-то» и внутренним локус контролем, достоверной связью ($r=0,458$, $r\leq 0,01$) шкалы «выключил телевизор» с причиной «было слишком поздно» и внутренним локус контролем, значимой связью ($r=0,431$, $r\leq 0,01$) шкалы «вытирает пыль» с причиной «готовится принять гостя» и внутренним локус контроле, достоверной связью ($r=0,430$, $r\leq 0,01$) шкалы «разговаривает криком» с причиной «кто-то его разозлил» и внешним локус контролем, достоверной связью ($r=0,409$, $r\leq 0,01$) шкалы «не может уснуть» с причиной «шум вокруг» и внешним локус контролем, достоверной связью ($r=0,615$, $r\leq 0,01$) шкалы «танцует» с причиной «хочет научиться танцевать» и внутренним локус контролем (см. таблицу 3).

Если анализировать результаты с социально-психологической точки зрения, то испытуемые группы СП представляются при осуществлении предпринимательской деятельности как личности типа интернального локус контроля (в 80 процентах ситуаций) (см. рисунок 2). Через эти подходы в качестве важных основ оценивается их способность принять на себя ответственность за события, которые произошли (и могут произойти) в их предпринимательстве и жизни, социальных представлениях о поиске в себе

причин, вызвавших сложившуюся ситуацию. Это также соответствует рыночной позиции выбранного вида бизнеса и свидетельствует о социальной зрелости наших предпринимателей-испытуемых.

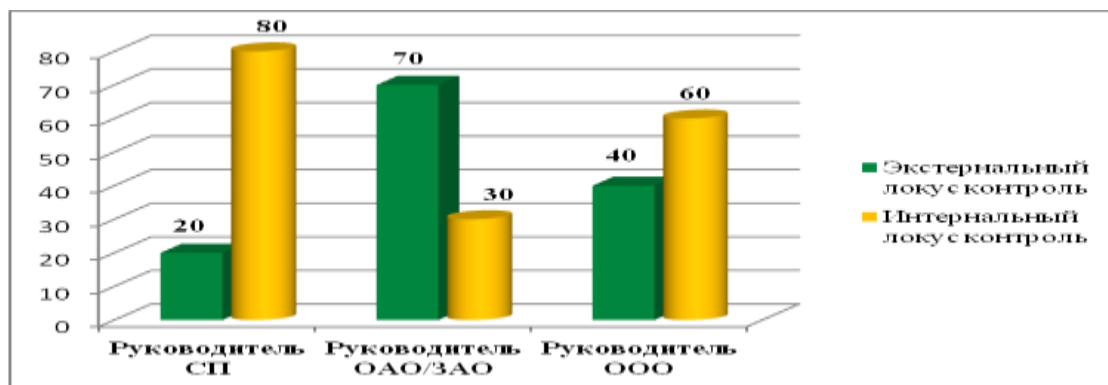


Рисунок 2. Показатели локуса контроля в деятельности субъектов предпринимательства (n=372).

В группе ОАО и (или) ЗАО можно получить подтверждение вступления в корреляционную связь следующих шкал, в частности, важной связи ($r=0,521$, $r \leq 0,05$) шкалы «денег осталось меньше» с причиной «где-то много потратил» и внутренним локусом контроля, важной связи ($r=0,524$, $r \leq 0,05$) шкалы «человек смеется» с причиной «вспомнил смешной случай» и внутренним локусом контроля, значительной связи ($r=0,399$, $r \leq 0,01$) шкалы «колесо проколосось» с причиной «поехали по плохой дороге» и внешним локусом контроля, значительной связи ($r=0,424$, $r \leq 0,01$) шкалы «не могут войти в дом» с причиной «потеряли ключи» и внутренним локусом контроля, значительной связи ($r=0,636$, $r \leq 0,01$) шкалы «пишет письмо» с причиной «потому что отмечается праздник» и экстернатальным локусом контроля, важной связи ($r=0,541$, $r \leq 0,05$) шкалы «выключил телевизор» с причиной «не было ничего интересного» и внешним локусом контроля, значительной связи ($r=0,608$, $r \leq 0,01$) шкалы «вытирание пыли» с причиной «кто-то дал такое задание» и экстернатальным локусом контроля, значительной связи ($r=0,485$, $r \leq 0,01$) шкалы «разговаривает криком» с причиной «кто-то его разозлил» и экстернатальным локусом контроля, важной связи ($r=0,546$, $r \leq 0,05$) шкалы «не может заснуть» с причиной «еще рано спать» и экстернатальным локусом контроля, важной связи ($r=0,544$, $p \leq 0,05$) шкалы «танцует» с причиной «репетирует к какому-либо событию» и экстернатальным локусом контроля (см. таблицу 3).

В группе ООО можно получить подтверждение вступления в корреляционную связь следующих шкал, в частности, корреляции ($r=0,419$, $p \leq 0,01$) шкалы «денег осталось мало» с причиной «где-то много потратил» и интернатальным локусом контроля, корреляции ($r=0,537$, $p \leq 0,05$) шкалы «человек смеется» с причиной «вспомнил смешной случай» и интернатальным локусом контроля, корреляции ($r=0,617$, $p \leq 0,01$) шкалы «колесо проколосось» с причиной «кто-то бросил на дороге гвоздь» и экстернатальным локусом контроля, корреляции ($r=0,413$, $p \leq 0,01$) шкалы «не могут войти в дом» с причиной «потеряли ключ» и интернатальным локусом контроля, корреляции ($r=0,410$, $p \leq 0,01$) шкалы «пишет письмо» с причиной «пишет ответ на чье-то

письмо» и экстернальным локусом контроля, корреляции ($r=0,507$, $p\leq 0,05$) шкалы «выключил телевизор» с причиной «не было ничего интересного» и экстернальным локусом контроля, корреляции ($r=0,403$, $p\leq 0,01$) шкалы «вытирание пыли» с причиной «готовится встречать гостей» и интернальным локусом контроля, корреляции ($r=0,619$, $p\leq 0,01$) шкалы «разговаривает криком» с причиной «хочет победить в споре» и интернальным локусом контроля, корреляции ($r=0,607$, $p\leq 0,01$) шкалы «не может заснуть» с причиной «голова полна проблем» и интернальным локусом контроля, корреляции ($r=0,298$, $p\leq 0,01$) шкалы «танцует» с причиной «пригласили на танец» и экстернальным локусом контроля (см. таблицу 3).

Социально-психологический анализ результатов исследования показывает, что испытуемые группы ООО воплощают в себе в качестве личностей как внутреннего локус контроля (в 60 процентах случаев), так и внешнего локус контроля (в 40 процентах случаев) при взаимодействии с конкурентами и клиентами. в процессе ведения бизнеса (см. рисунок 2). При этом предприниматели, отдающие предпочтение внешнему локусу контроля, обычно получают важный жизненный удар при первом же возникшем препятствии в осуществлении деятельности и по законам рынка практически не способны проявлять характеристики риска. Это, даже за счет небольшой прибыли, обуславливает привлечение ложного фактора к производству (продаже) и оказанию услуг, допускает безответственность и в точности повторяет результаты таблицы 2. То есть в их представлении причиной такого поражения видятся особые привилегии, предоставленные монополистам, импортерам, определенным типам предпринимателей, и вмешательство государства. Вместе с тем, наши предприниматели-испытуемые, для которых внутренний локус-контроль является приоритетом в действиях, связанных с организацией хозяйственной деятельности, вообще не используют фактор лжи для возмещения ущерба, причиняемого каждой ошибкой и недостатком. Вместо этого, пытаются реорганизовать и оживить деятельность на основе баланса спроса и предложения, участники, вступающие в рыночные отношения, видятся в представлении общества как собственники и обладатели особой ответственности.

В целом у всех трех категорий респондентов наблюдается одинаковость в социальных представлениях, связанных с эмоциональным интеллектом, то есть чувством ситуации, чувством юмора. Также наблюдается сходство социальных взглядов на принятие и реализацию изменений в законодательстве, связанных с развитием и улучшением местных рыночных условий и инфраструктуры. Наличие такого сходства в экономическом мышлении свидетельствует о том, что экономическое сознание наших предпринимателей постепенно увеличивает масштабы рациональной экономики в нашей стране и постепенно исчезает иррациональная (теневая) экономика, они стабилизируют свое экономическое поведение и совершенствуют свои личностные компетенции. Следовательно, в нашем исследовании интерпретация основных результатов, полученных с помощью опросника «ОПС–основная причина ситуации», показывая полную совместимость с теорией С.Московичи, служит

основой для объяснения события «социальные представления» в предпринимательской деятельности при успешной экономической социализации предпринимателя в контексте выбранного типа предпринимательства.

По данным психологических исследований сложилась традиция условного деления респондентов на три группы по мотивации предпринимательской деятельности (например, З.Г. Ханова, 2009; И.В. Троицкая, 2010; Ш.М. Улугова, 2011; А.Л. Журавлев, В.П. Позняков, 2012, и другие). Мы также использовали эту классификацию в нашей исследовательской работе. В частности, проанализировали предпринимателей, разделив их на три группы: 1) успешные (ответственные предприниматели, успешно адаптировавшиеся к условиям рыночной экономики, имеющие высокую производительность труда и важные показатели эффективности (Key Performance Indicators, KPI) и удовлетворенные творческим процессом в предпринимательской деятельности); 2) относительно успешные (частично адаптированные к процессу рыночных отношений за счет самозанятости, имеющие высокую производительность труда и KPI, но не удовлетворенные процессом предпринимательской деятельности); 3) безуспешные (неприспособленные к предпринимательской деятельности, имеющие низкую производительность труда, низкий KPI и низкую удовлетворенность деятельностью).

При этом мы выполнили анализ, в контексте трёх групп предпринимателей—успешные (n=131), сравнительно успешные (n=201), безуспешные (n=40)—сформировавшихся в соответствии с результатами проведённой с 372 испытуемыми «Методикой направленности ценностей» М.Р. Рокича. Результаты систематизированы по эффективности деятельности на основе показателей, связанных с ценностями приоритетных этнопсихологических особенностей в психике предпринимателя (см. таблицу 4).

Анализ приоритетных психологических характеристик испытуемых, входящих в группу успешных предпринимателей (131) в зависимости от их терминальных ценностей, показывает, что мотивация 50 предпринимателей направлена на «материальный успех», а 38 из них направлены на «межличностные отношения». Также выявлена положительная корреляция между терминальными ценностями, являющимися приоритетными в психике предпринимателей всех трех регионов (Андижан, Фергана, Наманган). Например, зафиксирован положительный результат ($r = 0,932$) корреляции между такими приоритетными особенностями в психике андижанских и ферганских предпринимателей, как ценность самовыражения в выбранной профессии и ценность осуществляемой предпринимательской деятельности, становление себя как личности, роль семейной жизни в деятельности, альтруизм как представителя экономического сегмента высокого уровня в обществе к близким и друзьям, ожидаемый после этого материальный успех. В соответствии с полученными результатами, в показателях андижанских и наманганских предпринимателей ($r=0,879$), также ферганских и наманганских предпринимателей ($r=0,964$) проявилась положительная корреляция (см. таблицу 5).

Таблица 4

**Показатели связи приоритетных психологических особенностей психики
предпринимателя, связанных с ценностями, эффективностью деятельности (n=372)**

№	Направленность личности	Терминальные ценности									Инструментальные ценности								
		Успешные предприниматели			Сравнительно успешные предприниматели			Безуспешные предприниматели			Успешные предприниматели			Сравнительно успешные предприниматели			Безуспешные предприниматели		
		Анджиджан	Фергана	Наманган	Анджиджан	Фергана	Наманган	Анджиджан	Фергана	Наманган	Анджиджан	Фергана	Наманган	Анджиджан	Фергана	Наманган	Анджиджан	Фергана	Наманган
1.	Ценность проявления себя и трудовой деятельности (Пп)	7	2	3	14	13	18	3	2	2	8	7	6	18	12	11	2	1	1
2.	Сформированность личности (Сл)	6	4	3	5	8	9	2	1	1	3	2	2	9	6	5	5	4	5
3.	Семейная жизнь (Сж)	5	2	4	5	4	7	3	1	1	2	1	3	9	7	3	1	1	2
4.	Межличностные отношения (Мо)	12	15	11	11	11	8	2	1	2	25	22	15	28	19	24	3	1	1
5.	Альтруизм (Ал)	4	2	1	7	5	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	1	1	1
6.	Материальный успех (Му)	21	18	11	39	18	17	5	3	6	15	8	6	15	12	16	5	2	3
Итого		55	43	33	81	59	61	17	10	13	55	43	33	81	59	61	17	10	13
Всего		131			201			40			131			201			40		

Выявлено, что влияние межличностных отношений на то, как успешные предприниматели прославляют свою деятельность как ценность и представляют себя профессионалами, имеет достоверную корреляцию ($r=0,399$, $r \leq 0,05$), то есть установление «плотных» отношений имеет большое значение в реестре целей этой категории испытуемых. Вместе с тем, являющиеся приоритетными в поведении испытуемых межличностные отношения из реестра терминальных ценностей служат основой для формирования чувства альтуризма к окружающим людям (будь это конкурент или потребитель). Мы можем это видеть и в важной корреляционной связи ($r=0,481$, $p \leq 0,05$) в психике успешных предпринимателями между межличностными отношениями и альтруизмом (см. таблицу 5). Исследование показывает, что первая группа детерминант, занимающая ведущее место в личности испытуемых, принадлежащих к группе успешных предпринимателей ($n=131$), проявляет приоритет как процесс в их психике. Причина в том, что в науке значимые психические функции, процессы, способности, часто встречающиеся в ведущей профессиональной деятельности и обеспечение их участия служат основой для построения психограммы предпринимателя. А это позволяет сделать вывод о том, что уровень оценки достигнутых результатов (0,984), объясняющий систему мотивационных характеристик, связанных с организацией деятельности у предпринимателей, зависит от степени временных впечатлений и условных рефлексов респондентов.

Таблица 5

Показатели корреляционной связи приоритетных особенностей психики предпринимателей по направленности на терминальные ценности (n=372)

Направленность личности	Пп	Сл	Сж	Мо	Ал	Му
Ценность проявления себя и трудовой деятельности (Пп)	1					
Сформированность личности (Сл)	0,920	1				
Семейная жизнь (Сж)	0,898	0,999**	1			
Межличностные отношения (Мо)	0,399*	0,726	0,761	1		
Альтруизм (Ал)	0,996	0,952	0,935	0,481*	1	
Материальный успех (Му)	0,869	0,993	0,998**	0,800	0,911	1

Примечание : * уровень связи $p \leq 0,05$ – важные корреляции;

** уровень связи $p \leq 0,01$ – значительные корреляции

А формирование знаний о знакомстве на основе внешних признаков предпринимателей обычно опирается на силу мотива познания (0,966) и (или) представления. Этот приоритет, в свою очередь, свидетельствует о подтверждении в ещё одной науке вывода о том, что «социальные представления выполняют роль посредника между когнитивными знаками в сознании индивида и его поведением». Первый сформированный комплекс представлений о рынке и отношениях с ним служит для выражения уровня ожидаемых результатов в предпринимательской деятельности (0,921). Потому что «неоднозначные образы» с различной интерпретацией полезны при измерении «частоты», показывающей мотивацию достижения успеха у предпринимателей, а вычисляемый «индекс» представляется как количественная оценка мотивации успеха, ожидаемого от деятельности.

Показатели исследования, мотивационный характер правомерности результатов, достигнутых предпринимателем (0,844), масштаб влияния созданных им «бренда» и «торговой марки», согласованность и гармония разрабатываемого продукта и (или) предоставляемые услуги со спросом и предложением на рынке находятся в прямой зависимости. Устойчивость такого образа (бренда, товарного знака) на современном рынке косвенно зависит от степени социального воображения, сформировавшегося под влиянием приоритетных ценностей и приобретенных знаний потребителей разных возрастных групп после проверки его конкурентоспособности (0,830). Из этого следует, что социальные представления, в свою очередь, формируют представления о принятии решений, направленных от общего к частному или наоборот, за счет разумной оценки каждым предпринимателем собственных возможностей (0,778). Решение (иногда «суждение», основанное на риске), принятое на основе этих понятий, наглядно демонстрирует силу воли предпринимателя в сфере деятельности (0,751). Выявлено, что важную роль играет тот факт, что 50 предпринимателей, ориентированных на финансовый успех, отчетливо демонстрируют добровольный поступок в бизнесе, умеют правильно мобилизовать свои силы для достижения цели (0,716).

Считается, что каждый предприниматель, вступающий в рыночные отношения, имеет свою личную позицию, и благодаря своему активному подходу к избранной сфере он проводит систематический анализ трудности каждой задачи (задания), которую он перед собой поставил и планирует поставить, основываясь на своей интерпретации, он создает в своем социальном воображении концепцию бизнес-плана. Такое положение явно проявляется и как приоритетный процесс в психике предпринимателя (0,701). Обычно на основе систематического анализа собственная интерпретация предпринимателем как общественного ожидания складывается благодаря логическому мышлению, интеллектуальному подходу, а в ее историческом генезисе находится решение о необходимости «менять деятельность» (0,691) в какой-то момент. Значит, такие «твёрдые умения», характерные для предпринимательской деятельности, в свою очередь, воплощаются в виде социально-психологического механизма и служат прямым психологическим измерительным критерием определения социальной ответственности, характерной для предпринимателей.

Как отмечается в литературе, труд обладает внутренней мотивационной силой, которая, в свою очередь, находится в гармонии с другими, индивидуальными и сложными системами отношений в действительности. Вместе с тем, простые воздействия биологического и физиологического уровня у этой категории испытуемых отражаются в психике предпринимателей из-за их внутренних мотивов, а при вступлении в рыночные отношения ярко проявляют приоритетность ситуации (0,686). Этот устойчивый приоритет обычно обусловлен мотивацией к успеху, и важна ценность каждого достижения и победы. То есть эту ценность можно оценить как приоритетное состояние прошлого «Я», настоящего «Я», будущего «Я», идеального «Я», динамического «Я» или полной реализации индивидуальности каждого

предпринимателя. (0,634). Следовательно, такие «мягкие компетенции», относящиеся к специфическому для предпринимательской деятельности «Я», оцениваются как социально-психологический механизм, регулирующий деятельность, и имеют косвенное значение в процессе определения важных психологических закономерностей, формирующих социальную ответственность предпринимателей.

Такой приоритетный психический процесс и (или) состояние в психике респондентов повышает инициативу (0,616) по отношению к деятельности и заставляет созидать, т.е. все творческие способности и таланты направлять на развитие предпринимательства. Условия, созданные для предпринимателей в обществе, определяют качество «антиципации» (0,514), которое является гарантом будущих побед за счет формирования группы успешных предпринимателей и взаимоуважения, и служит основой для создания креативной модели будущей деятельности. По нашему мнению, такой комплекс знаний, который дает возможность сознательного управления деятельностью и поведением успешного предпринимателя, то есть способность отражать в них, проявляет приоритетность как особенность в психике предпринимателей и служит измерительным механизмом для мотивации избежать поражения (0,444).

В целом эти результаты показывают наличие ведущих социально-психологических детерминант в психике предпринимателя, и в процессе адаптации каждого работника, выбирающего профессиональную деятельность в сфере предпринимательства, основное внимание следует уделить системе мотивационных характеристики, идентифицированные как лидер в их психике. Это позволяет сделать вывод о том, что система таких мотивационных характеристик напрямую зависит от «жестких навыков», приобретаемых предпринимателем на протяжении всей жизни, и косвенно от его «мягких компетенций». Это само по себе является необходимой детерминантой предпринимательской деятельности в социально-экономическом развитии общества.

В четвертой главе диссертации под названием **«Эмпирическое исследование в контексте предпринимательства зависимости ответственности, основанной на семейных ценностях, в межличностных отношениях от коммуникативной компетентности»** изложен социально-психологический анализ системно-характериологических особенностей личности предпринимателя и социально-психологических аспектов коммуникативной компетентности, значимости коммуникативных и организаторских способностей в формировании предпринимательской ответственности, уровня вхождения в общение предпринимателей и участников рыночных отношений. В частности, к испытуемым обращено с методикой В.В. Сиявского и В.А. Федорошина «Определение коммуникативных и организаторских способностей» (КОС-2), адаптированной В.М. Каримовой к местным условиям. Результаты этой методики помогли нам объяснить качества предпринимателей, относящиеся к блоку коммуникативных компетенций, способность

устанавливать деловое общение с окружающими и проявлять инициативу (см. таблицу 6).

В соответствии с анализом показателей проявления коммуникативных и организаторских способностей руководителей СП, 12% испытуемых показали очень низкий уровень коммуникативной деятельности и 10% склонностей к организационной деятельности. В случае руководителей ОАО/ОАО этот показатель составил соответственно 1,4% и 1,4%. Низкий уровень коммуникативных и организаторских способностей только у одного из наших испытуемых второй категории можно объяснить «близкими» отношениями, сложившимися по типу хозяйствующего субъекта, т.е. на предприятии, созданном на основе вкладов. Причина в том, что каждое принимаемое решение основывается на выборе большинства, что снижает количество ошибок в работе испытуемого.

Выяснилось, что 4 процента респондентов, работающих в СП, имеют ниже среднего уровень коммуникативных способностей, которые считаются важными в предпринимательской деятельности, а 2 процента респондентов обладают по развитости на уровне ниже среднего склонность к организаторским способностям.

Таблица 6

Показатели проявления коммуникативных и организаторских способностей у руководителей совместных предприятий и корреляции между ними (по коэффициенту корреляции К.Пирсона; n=50)

№	К	Оценка	Уровень проявления коммуникативной способности		r _p
1.	0,10–0,45	1	паст		
2.	0,46–0,55	2	ўртачадан паст		
3.	0,56–0,65	3	ўртача		
4.	0,66–0,75	4	юкори		
5.	0,76–1,00	5	жуда юкори		
№	К	Оценка	Уровень проявления организаторской способности		
1.	0,20–0,55	1	паст		
2.	0,56–0,65	2	ўртачадан паст		
3.	0,66–0,70	3	ўртача		
4.	0,71–0,80	4	юкори		
5.	0,81–1,00	5	жуда юкори		

Источник: исследования автора.

Среди наших предпринимателей-респондентов, работающих в акционерном обществе, этот показатель составил соответственно 7,0 процентов и 11,1 процента. Этот показатель свидетельствует, прежде всего, о силе мотивации респондентов к общению в контексте выбранной предпринимательской деятельности, а также о низком уровне эмоционального интеллекта. Во-вторых, такая ситуация резко снижает уровень тайм-менеджмента испытуемых в организации деятельности, затрудняет им установление контактов с покупателями и клиентами. В-третьих, результаты показывают, что испытуемые проявляют низкий уровень инициативы в выбранной деятельности, что, в свою очередь, вызывает у предпринимателя недостаток смелости в принятии важных управленческих решений.

Для 30 процентов предпринимателей-испытуемых, работающих в СП, характерно проявление коммуникативности и 6 процентов – склонности к организаторским наклонностям. Среди наших предпринимателей-респондентов, работающих в акционерных обществах, этот показатель составил соответственно 31,9% и 18,0%. Выявлено, что масштаб межличностного общения этих испытуемых с субъектами рыночных отношений средний, и они редко меняют круг постоянных клиентов в сфере выбранной предпринимательской деятельности. Организаторская культура находится на среднем уровне, особенно хромает экономическая грамотность в принятии важных решений. Обычно мы можем наблюдать это на встречах с заинтересованными сторонами, связанных со стратегическим планированием предпринимательской деятельности. В свою очередь, при таком результате «предприниматель» демонстрирует перед акционерами низкий уровень экономического «потенциала», а это свидетельствует о том, что его экономическое поведение имеет тенденцию быстро подпадать под влияние изменений на рынке. По нашему мнению, целесообразна разработка системных психокоррекционных программ по формированию (совершенствованию) коммуникативных и организаторских способностей, которые находят отражение в экономическом поведении данной категории испытуемых.

Особенно они обладают способностью ценить труд коллег, общаться с акционерами и при необходимости (во время управления изменениями) всегда противостоять течению, быть образцом ответственности и личной ответственности. А это служит в полном смысле слова основой для укрепления их позиции, известной как «лидер-защитник», что полезно при организации и управлении предпринимательской деятельностью.

В целом результаты, полученные в нашем исследовании, соответствуют теории, предложенной Т.М Ньюкомбом, они еще раз показывают социальную значимость социальной роли общения в выбранных видах предпринимательской деятельности. А это позволяет сделать вывод о возможности поддержания социального баланса и стабильности в социальной системе за счет достижения симметрии во взаимоотношениях, характерных для группы испытуемых разных категорий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Теоретико-эмпирический анализ данной диссертационной работы по выявлению социально-психологических детерминант повышения ответственности к межличностным отношениям в предпринимательской деятельности позволил выдвинуть следующие выводы:

1. Кластеризация «мягких умений» и «твёрдых компетенций» предпринимательской деятельности позволяет усовершенствовать психологические закономерности, критерии измерения выявления социальной ответственности, свойственной предпринимателям, а также социально-психологические механизмы повышения ответственности к межличностным отношениям. Такое положение служит осознанной подготовленности предпринимателя как

обладателя определённой профессиональной деятельности к выполнению задач, возложенных на него в обществе.

2. Обосновано, что в результате влияния методов «крауд-сорсинга» и «ко-креаций» на развитие таких качеств предпринимателя, как «креация», «антиципация», «рефлексия», у предпринимателей повышается уровень «ключа производства», «индикаторов деятельности», «KPI».

3. Предприниматели, не берущие на себя ответственность за события, которые уже свершились и свершатся в будущем в предпринимательстве, ищущие во вне причины, вызвавшие ситуацию, относятся к категории лиц, у которых в самый нужный момент недостаёт «акме» преданности, которым свойственна отстранённость от инициативности, которые признаются личностями, приоритетно рассматривающими экстернальный локус контроля.

4. Дифференциация представителей малого и среднего бизнеса по уровням предпринимательства на успешных, сравнительно успешных и безуспешных служит расширению круга общения в отношении предпринимательской деятельности, ускоряет процесс усвоения предпринимателями, впервые налаживающие деятельность, экономических поведенческих норм, принятых в обществе. Вместе с тем, помогает скорректировать «эгоизм», считающийся доминантой экономического поведения предпринимателя, на чувство «альтуризм» и ответственность, направленные на процветание Родины и развитие общества.

5. Успешная адаптация каждой личности, выбравшей сферу предпринимательства, к деятельности показывает связь системы мотивационных особенностей, выявленных как ведущей в их психике, прямо с усвоенными «твёрдыми умениями» и косвенно с «мягкой компетенцией», а также выражает необходимую доминантность социально-экономического развития. В такой специфичной кластеризации общение можно принять как основу социально-психологической модели «система А–В–Х».

6. Доказано, что проявление у предпринимателя форм мышления «силлогизм» (простая), «индукция» (общая), «дедукция» (частная), связанных с трансформацией экономических ролей, приводит к адаптивному развитию ментальных качеств «будущее-Я» и «динамическое-Я».

7. Наблюдалось, что среда нездоровой конкуренции на рынке, льготы, предоставляемые монопольным субъектам предпринимательства, что предприниматель не сталкивается с кризисом, не оказывается «банкротом» являются важными для непропорциональной развитости эмоционально-когнитивных ценностей «целевого» экономического мышления и формирования социальных компетенций, сконцентрированных в «психологической ответственности и культуре».

8. Специфические особенности характера личности предпринимателя в контексте предпринимательской деятельности проявляются, во-первых, в том, что это конкретные и индивидуальные особенности, во-вторых, в выявлении содержания поведения и выбранной им предпринимательской деятельности, в-третьих, в том, что они эмоционально реагируют во время

определённых изменений, то есть в отношении к окружающей действительности.

Исходя из результатов нашей исследовательской работы, на основе приоритета в психике личности форме и виду знаний по мотивации предпринимательской деятельности для повышения ответственности к межличностным отношениям предлагаем соблюдать следующие **рекомендации**:

во-первых, простые воздействия на каждом биологическом и физиологическом уровнях возникают в результате внутренних мотивов и побуждений, проявляют приоритет как ситуация по отношению к деятельности, происходящей в психике предпринимателя. А это, в свою очередь, показывает необходимость системного критического анализа своей деятельности предпринимателями, относящимися к категории «безуспешных», проведения реформ именно в системе мотивационных особенностей;

во-вторых, причиной осознания «прежнего Я» до начала предпринимательской деятельности и «сегодняшнего Я» в ситуации достигнутого успеха является мотив признания одержанных достижений. Такое положение требует от предпринимателей, относящихся к категории «успешных», системного критического анализа своей деятельности, необходимости создания образов стратегического «будущего Я» и конкурентоспособного «динамического Я» за счёт обеспечения стабильности личностных компетенций;

в-третьих, отсутствие креации по отношению к деятельности возникает из-за недостатка инициативности, проявляется в приоритете особенности по отношению к деятельности, происходящей в психике предпринимателя. Такое положение вызывает у предпринимателей, относящихся к группе «безуспешных», необходимость при создании своего бренда обратиться к курсам «Бизнес лечение» и (или) к бизнес-тренерам для внедрения в свою деятельность методов «крауд-сорсинг» и «ко-креации»;

в-четвёртых, существование такой особенности личности, как антиципация, считающейся причиной предпринимательской деятельности и создания заранее модели своего бренда, явно демонстрирует приоритетность в психике предпринимателя особенности по отношению к своей деятельности. А это, в свою очередь, требует от предпринимателей, относящихся к группе «успешных», постоянной организации своей деятельности в соответствии спроса и предложения, а также проведения положительного «PR» образа «идеальный Я», основанного на мотиве самоуважения, путём обеспечения стабильности профессиональных компетенций.

**ONE TIME SCIENTIFIC COUNCIL OF ACADEMIC AWARD
SCIENTIFIC COUNCIL PhD.21/30.10.2020.PED/S.127.01 AT THE
RESEARCH INSTITUTE "MAHALLA AND FAMILY "
ANDIJAN STATE UNIVERSITY**

HALIMOVA MASHRABOY VAHIDOVNA

**SOCIO-PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF INCREASING
RESPONSIBILITY OF INTERPERSONAL RELATIONS IN
ENTREPRENEURIAL ACTIVITY**

19.00.05 – Social psychology. Ethnopsychology.

**DISSERTATION
OF DOCTOR OF SCIENCE IN PSYCHOLOGY THESIS**

Tashkent – 2022

Subject of the thesis of DSc in psychology is registered with the Higher Certification Commission under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan with reference B2022.2.DSc/P32.

Thesis is prepared in Andijan State University.

Thesis summary is prepared in three languages (Uzbek, Russian, English (brief)) and uploaded to website of Scientific Council (www.psi-ik.uz) and «Ziyonet» information-education portal (www.ziyonet.uz).

Research Advisor: **Safaev Nuriddin Salihovich**
Doctor of Psychology, Professor

Official opponents: **Umarov Bahriiddin Mengboevich**
Doctor of Psychology, Professor
Abdurasulov Rustam Abduraimovich
Doctor of Psychology, Associate professor
Umarov Ilkhomjon Yuldashevich
Doctor of economic, Associate professor

External reviewer: **Karshi State University**

Thesis defense will be taking place on _____2022 at ____ pm at One time Scientific Council of Academic Award Scientific Council meeting Ref: PhD.21/30.10.2020.Ped/S.127.01 at «Mahalla and Family» research institute (Address: 100000, Tashkent, Mirabad district, Istiqbol street, 15. Tel: (+99871) 203-01-21; Fax: (+99871) 267-03-92, e-mail: mvaointi@exat.uz mvaointi@gmail.com).

Thesis is available for review at information-resource center of «Mahalla and Family» research institute Address: 100000, Tashkent, Mirabad district, Istiqbol street, 15. Tel: (+99871) 203-01-21; Fax: (+99871) 267-03-92

Thesis summary is issued on "__" _____ 2022.
(issue reference number ____ "_____" _____ 2022)

N.M Egamberdieva
Chairman of One Time Scientific Council of Academic Award Scientific Council Doctor of Pedagogy, Professor

H.U. Abdusamatov
Scientific Secretary One Time Scientific Council of Academic Award Scientific Council PhD Psychology, Associate professor

O.E.Hayitov
Chairman on One Time Scientific seminar at Academic Award Scientific Council Doctor of Psychology, Professor

INTRODUCTION (Annotation to DSc thesis)

Research objective is identification of the priority of the conditions, causes and factors of the local environment, which serve to establish successful entrepreneurial activity, as well as the development of proposals and recommendations for improving socio-psychological determinant mechanisms for increasing responsibility for interpersonal relations in entrepreneurial activity.

Research object is entrepreneurs, self-employed persons, belonging to the category of entrepreneurs (individuals) among the population of Andijan (305 people), Ferghana (210 people) and Namangan (323 people) regions, total of 838 respondents.

Research subject is socio-psychological patterns and mechanisms aimed at increasing responsibility for interpersonal relations in entrepreneurial activity on the basis of national universal and religious values.

Scientific novelty of research is as follows:

differential development of "internal" and "external" features as a result of the influence of social ideas on the economic socialization of entrepreneurs is justified in accordance with the formation on the basis of projective thinking of communicative abilities to visualize professional aspects of the entrepreneur's profile "hard skills," soft skills data, rational-targeted work with information;

increase in the levels of "production key," "performance indicators," "kpi" has been proven due to the integrative formation of feelings of altruism and praxia of terminal values with the cognitive aspect of motivation to achieve success as a result of the development of the qualities "creation," "anticipation," "reflection" using the methods of "crowd-sourcing" and "co-creations";

adaptive development of the mental qualities "future-i" and "dynamic-i" has been proven, based on the formation of an adequate assessment of the competencies of social responsibility, creativity, the ability to set smart goals and make the right decisions in accordance with the manifestation of the entrepreneur's forms of thinking "syllogism" (simple), "induction" (general), "deduction" (private) related to the transformation of economic roles;

inverse proportionality of entrepreneurs of a low level of manifestation of a sense of social responsibility to the qualities of "desire for success," "faith in tomorrow" in accordance with the importance of disproportionate development of emotional-cognitive values of "targeted" economic thinking and the formation of social competencies concentrated in "psychological responsibility and culture" is justified;

the importance of the state of development of such qualities as "critical mind," "intuitive social thinking" has been proven based on a change in the dynamic features of communicative and organizational abilities in the manifestation of the level of creativity of entrepreneurs by managing situational changes in activities and forming a skill of fair assessment (authenticity).

Implementation of research results. Following results were revealed basing on research papers on identification of socio-psychological determinants of increasing responsibility for interpersonal relations in entrepreneurial activity:

proposals on the validity of the differential development of "internal" and "external" features as a result of the influence of social ideas on the economic socialization of entrepreneurs, in accordance with the formation on the basis of projective thinking of communicative abilities to visualize professional aspects of the entrepreneur's profile "solid qualification" (hard skills), soft skills data, rational and targeted work with information, based on the order of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a introduced into the module "Professional Psychology" (certificate of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a). As a result of the application of these proposals, the enrichment of scientific and methodological support for the training of modern competitive personnel of psychologist-practitioners was achieved;

basing on data on the evidence of increasing the level of "production key," "performance indicators," "KPI" due to the integrative formation of the feelings of altruism and praxia of terminal values with the cognitive aspect of motivation to achieve success as a result of the development of the qualities of "creation" in the activity, "Anticipation," "reflection" using the methods of "crowd-sourcing" and "co-creations," the monograph "Socio-psychological features of increasing responsibility for interpersonal relations in entrepreneurial activity" was published, as well as practical recommendations based on the order of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a were introduced into the module "Social Psychology" and used in the educational process (certificate of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a). As a result, an opportunity has been created for psychologists-practitioners to successfully demonstrate their competence in the ability to make decisions related to entrepreneurial activity;

proposals on the evidence of the adaptive development of the mental qualities "future-I" and "dynamic-I," based on the formation by corrective action of an adequate assessment of the competencies of social responsibility, creativity, the ability to set SMART goals and make the right decisions in accordance with the manifestation of the entrepreneur's forms of thinking "syllogism" (simple), "induction" (general), "deduction" (private) related to the transformation of economic roles, on the basis of the order of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a were introduced into the module "Social Psychology" (certificate of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a). The introduction of this proposal served to increase the knowledge, skills and skills related to the activities of future psychologist-practitioners in the psychological service;

data on the justification of inverse proportionality among entrepreneurs of a low level of manifestation of a sense of social responsibility to the qualities of "striving for success," "faith in tomorrow" in accordance with the importance of the disproportionate development of emotional-cognitive values of "targeted"

economic thinking and the formation of social competencies, concentrated in "psychological responsibility and culture," on the basis of the order of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University of May 6, 2022 No. PM-03-a were introduced into the module "Psychology of Interpersonal Relations" and used in the educational process (certificate of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a). The introduction of this proposal served to improve the knowledge of psychologists-practitioners to identify socio-psychological determinants of increasing responsibility for interpersonal relations in entrepreneurial activity, and to further increase practical psychological training in the field of entrepreneurship;

proposals on the evidence of the importance of the state of development of such qualities as "critical mind", "intuitive social thinking," based on a change in the dynamic features of communicative and organizational abilities in the manifestation of the level of creativity of entrepreneurs by managing situational changes in activities and creating a fair assessment skill (authenticity), on the basis of the order of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022, No. PM-03-a were introduced into the module "Professional Psychology" and used in the educational process (certificate of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University dated May 6, 2022 No. PM-03-a). The introduction of this proposal served to improve the knowledge of psychologists-practitioners to identify socio-psychological determinants of increasing responsibility for interpersonal relations in entrepreneurial activity, and to further increase practical psychological training in the field of entrepreneurship.

Evaluation of study results. The results of this study were discussed at 2 international and 10 republican scientific and practical conferences.

Publishing of dissertation results. On the main results of the study, 29 scientific works were issued, including 1 monography, 11 scientific articles in science media recommended by the Higher Attestation Commission of the Republic of Uzbekistan for publishing doctoral thesis' results, including 9 articles in republican magazines and 2 articles published in foreign science magazines, as well as 4 conference abstracts.

Structure and volume of thesis. The thesis consists of introduction, four chapters, general summary, reference list and annexes. Main content of present dissertation, excluding annexes, consists of 219 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLIKATIONS

I бўлим (I часть; I part)

1. Xalimova M.V. «Tadbirkorlik faoliyatida shaxslararo munosabatlarga oid mas'uliyatni oshirishning ijtimoiy-psixologik xususiyatlari Monografiya «Umid Dezgin» Toshkent – 2022 ISBN 987-9943-7926-5-4 KBK 88.4.

2. Xalimova M.V. «Kulturgeschichtliche wurzeln unternehmerischen handelns und psychologische beziehungen im mittelstand» Berlin Studies Transnational Journal of Science and Humanities 2021//ISSN 2749-0866, Vol.1(Issue1.9 Psychologysciences), 22-25 bet.

3. Халимова М.В. «Теоретические основы феномена ответственности сформированы в системе общественных отношений» Вестник интегративной психологии // Журнал для психологов. Вып. 21. /Под ред. В.В.Козлова. – Ярославль: МАПН, 2020. – 478 с. 432-435 bet. (19.00.00; № 2).

4. Xalimova M.V. «Mas'uliyatlilik fenomenining ijtimoiy-psixologik tahlili va uning rivojlanish bosqichlari»// Buxoro»Psixologiya» ilmiy jurnal//№2-son 2021//.32-36-bet.(19.00.00. №5).

5. Xalimova M.V. «O'z harakatlari uchun javobgarlik hissi yoki kichik maktab yoshi davrida mas'uliyat tushunchasini shakllantirishning psixologik jihatlarini». Bola va Zamon//№3//2021.18-19 bet. (19.00.00; № 1).

6. Xalimova M.V. «Tadbirkorlik faoliyatida shaxslararo munosabatlar faoliyatining ijtimoiy psixologik xususiyatlari». Nukus, Ilm ham jamiyat.//3-son//2021y84-89-bet. (19.00.00; № 2).

7. Халимова М.В.»Муваффақиятли тадбиркорлар ва улар психикасидаги устивор жиҳатларнинг этнопсихологияси» Замонавий таълим №1//2022 март 53-60 бет. (19.00.00; № 8).

8. Xalimova M.V. «Tadbirkorlik faoliyati psixologiyasining zamonaviy tendehsiyalari»//O'zbekiston milliy universiteti, UzMU xabarlarini. /1/3/1/2022y180-182 bet. (19.00.00; № 10).

9. Xalimova M.V. «Muloqot kommunikativ kompetentlikning asosi sifatida». Bola va Zamon//№2//2022 28-29 bet. (19.00.00; № 1).

10. Халимова М.В.»Тадбиркорлик фаолиятида шахслараро муносабатларга таъсир кўрсатувчи омиллар, механизмлар ва жиҳатларнинг ижтимоий-психологик таҳлили» Samarqand davlat universiteti, ilmiy axborotnomasi. ISSN 2181-1296 2022-yil, //№2// (132) Gumanitar fanlar seriyasi 142-145 bet. (19.00.00; № 6).

11. Халимова М.В «Тадбиркор шахсига хос тизимли-характериологик хусусиятлар ва коммуникатив компетентликнинг ижтимоий-психологик жиҳатлари» Berдах nomidagi Qoraqalpoq davlat universiteti, ilmiy axborotnomasi. 2022//№1(55) 167-169 bet. (19.00.00; № 9).

12. Халимова М.В Инсон тараққиёти концепцияси – шахслараро муносабатларга оид масъулиятни оширишнинг таянч методологик асоси

сифатида. Uzluksiz ta'lim Ilmiy uslubiy jurnal//2022//№3son97-102 bet (19.00.00; № 7).

13. Xalimova M.V «Iqtisodiy sohani boshqarishda muloqotning psixologik aspektlari» «Xarakatlar strategiyasi»da fuqarolik jamiyatini rivojlantirish va aholi ijtimoiy faolligini oshirish vazifalari respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari Andijon – 2018 230-231 betlar.

14. Xalimova M.V «Tadbirkorlik faoliyatida turkiy xalqlar psixologiyasi» Monografia pokonferencyjna science, research, development №13 V.02 Berlin (Berlin) 30.01.2019 - 31.01.2019 50-51 bet.

15. Xalimova M.V «Экономическое воспитание детей младшего школьного возраста». Boshlang'ich va Maktabgacha ta'limda ona tili, matematika o'qitishning dolzarb masalalari. Andijon – 2019 Respublika ilmiy-amaliy anjuman materiallari.192-193 betlar.

16. Xalimova M.V «Ijtimoiylashuv jarayonida tadbirkorlik faoliyatida munosabatlar ma'suliyatining psixologik xususiyatlari.»»Faol investitsiyalar va ijtimoiy rivojlantirishning dolzarb masalalari». ADU. Iqtisod kafedrasida xalqaro ilmiy amaliy konferentsiya //2019.11-oktyabr. 521-523 bet.

II бўлим (II часть II part)

17. Xalimova M.V. «Tadbirkorlar shaxsining kasbiy muhim individual psixologik xususiyatlari».Ta'lim fan va innovatsiya //2021//3-son 159-163 bet.

18. Xalimova M.V. «Socio-psychological factors of interpersonal relationships in enterpreneurial activity» International journal of scientific & texnologiy research volume 9. issue 04. april 2020 issn 22778616 SCOPUS 1658-1660 bet.

19. Халимова М.В. «Экономические функции и мотивационный анализ предпринимательской деятельности» Международный научно-образовательный электронный журнал «Образование и наука в XXI веке». выпуск №18 (том 3) (сентябрь, 2021). дата выхода в свет: 30.09.2021. 25-29-бет.

20. Xalimova M.V. «Tadbirkorlik faoliyatini boshqarishda shaxslararo munosabatlarning ijtimoiy psixologik asoslari» Pedagogika va psixologiyada innovatsiyalar, Tadqiqot uz ISSN 2181-9513 Doi. Journal 10.26739/2181-9513, № 7// 2019 yil.

21. Xalimova M.V. «The problem of responsibility in foreign psychology and its role in the moral development of the individual» International scientific journal theoretical & applied science philadelphia USA issue 11, volume 79, published November, 30/2019 520-522 bet

22. Xalimova M.V. «Social features of studying the phenomenon of responsibility in psychology» Spirit-time №11 (23) 2019 issn 2522-9923 vol. 243-45 bet.

23. Xalimova M.V. «Iqtisodiyotda va biznesda psixologiyaning roli». Pedagogika va psixologiyada innovatsiyalar, Tadqiqot uz ISSN 2181-9513, Doi. Journal 10.26739/2181-9513, №1, 3 jild, 2020 yil. 64-67 bet.

24. Xalimova M.V.»Psychological aspects of students socialresponsibility development in the higher education system» Jamiyat va innovatsiyalar special Issue – 6 (2021) // ISSN 2181-1415// 195-199 bet.

25. Xalimova M.V «Pedagogik Kompetentlik, Kreativlik o'qituvchi faoliyatining asosi sifatida» Innovatsion and Global Issues congress. IV Lara Antaliya. Novmber //22-24 //2018. 1464-1470 bet.

26. Xalimova M.V «Tadbirkorlik faoliyatida turkiy xalqlar psixologiyasi» Monografia pokonferencyjna science, research, development №13 V.02 Berlin (Berlin) 30.01.2019 - 31.01.2019 50-51 bet.

27. Xalimova M.V «Tadbirkorlik faoliyatida kishining kishi tomonidan idrok qilinish munosabatlar mas'uliyatining asosiy omili». «XXI asrda psixologiya fanining dolzarb masalalari: muammolar va echimlar» Andijon - 2019 36-38 betlar.

28. Xalimova M.V «Tadbirkorlarda o'z-o'ziga bo'lgan munosabat faoliyat samaradorligining belgilovchi omil sifatida».»Amaliy psixologiya-psixologik xizmatning muammolari, dolzarb masalalari va echimlari» mavzusida respublika ilmiy-amali konferentsiya Andijon-2020 36-39 betlar.

29. Халимова М.В. «Мулоқотнинг ижтимоий-психологик модели – асосий методологик ғоя сифатида» мавзусидаги республика илмий-амалий конференцияси. Андижон-2022 493-494 бетлар.

Аврофферат «IQTISOD-MOLIYA» нашриётида тахрирдан ўтказилди

Босишга рухсат этилди: 02.11.2022
Бичими: 60x84 1/8 «Times New Roman»
гарнитурда рақамли босма усулда босилди.
Шартли босма табағи 4,2. Адади: 100. Буюртма: № 62.

«DAVR MATBUOT SAVDO» МЧЖ
босмахонасида чоп этилди.
100198, Тошкент, Қўйлик, 4-мавзе, 46.