

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ПЕДАГОГИКА УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2021.P.26.02 РАҚАМЛИ
ИЛМИЙ КЕНГАШ**

АНДИЖОН МАШИНАСОЗЛИК ИНСТИТУТИ

САТВАЛДИЕВ АЗИЗЖОН АХМАДЖАНОВИЧ

**ЎЗБЕКИСТОНДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ
ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ГЕНДЕР ВА ЭТНОПСИХОЛОГИК ЎЗИГА
ХОСЛИГИ**

19.00.05 – Ижтимоий психология. Этнопсихология

**ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент - 2022

УДК: 159.9:316.663.5

**Психология фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата доктора философии (PhD) по
психологическим наукам**

**Contents of Dissertation Abstract of the Doctor of Philosophy (PhD) on
psychological Sciences**

Сатвалдиев Азизжон Ахмаджанович

Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хослиги.....4

Сатвалдиев Азизжон Ахмаджанович

Гендерные и этнопсихологические особенности малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане.....25

Satvaldiev Azizjon Akhmadzhanovich

Gender and ethnopsychological peculiarities of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan50

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works.....58

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ПЕДАГОГИКА УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ PhD.03/30.12.2021.P.26.02 РАҚАМЛИ
ИЛМИЙ КЕНГАШ**

АНДИЖОН МАШИНАСОЗЛИК ИНСТИТУТИ

САТВАЛДИЕВ АЗИЗЖОН АХМАДЖАНОВИЧ

**ЎЗБЕКИСТОНДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ
ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ГЕНДЕР ВА ЭТНОПСИХОЛОГИК ЎЗИГА
ХОСЛИГИ**

19.00.05 – Ижтимоий психология. Этнопсихология

**ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD)
ДИССЕРТАЦИЯСИ АВТОРЕФЕРАТИ**

Тошкент - 2022

Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида B2022.1.PhD/Psi161 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Андижон машинасозлик институтида бажарилган.

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

Илмий раҳбар:

Каримова Василя Маманасиrowна
психология фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар:

Қодиров Умарали Дўстқобилович
психология фанлари доктори, доцент

Шойимова Шохиста Санақуловна
психология фанлари номзоди, доцент

Етакчи ташкилот:

Тошкент давлат шарқшунослик университети

Диссертация ҳимояси Тошкент давлат педагогика университети ҳузуридаги PhD.03/30.12.2021.P.26.02 рақамли Илмий кенгашнинг 2022 йил «__» _____ соат ____даги мажлисида бўлиб ўтади. (Манзил: 100185, Тошкент шаҳри, Чилонзор тумани, Бунёдкор кўчаси, 27. Тел.: (+99871) 276-82-32; факс: (+99871) 276-76-51; e-mail: tdpu_kengash@edu.uz).

Диссертация билан Тошкент давлат педагогика университетининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин. (_____ рақам билан рўйхатга олинган.) (Манзил: 100185, Тошкент шаҳри, Чилонзор тумани, Бунёдкор кўчаси, 27. Тел.: (+99871) 276-82-32).

Диссертация автореферати 2022 йил «__» _____ куни тарқатилди.
(2022 йил «__» _____даги _____ рақамли реестр баённомаси).

Ф.А.Акрамова

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш раиси ., психол.ф.д., доцент

Н.Б.Атабаева

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш котиби, психология. фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент

З.Т.Нишонова

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш қошидаги Илмий семинар раиси, психол.ф.д., профессор

КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертациянинг мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳонда ривожланган мамлакатларда иш билан банд аҳолининг асосий қисми кичик бизнес секторида фаолият кўрсатаётганлиги бу тармоқ вакилларининг касбий, яъни тадбиркорлик фаолиятининг самарадорлигини ошириш заруратини вужудга келтирмоқда. Шу боис, БМТ Бош котиби Антонио Гутерриш 2019 йил 11–17 март кунлари бўлиб ўтган БМТ Хотин-қизлар аҳоли бўйича комиссиясининг 63-сессиясида: «Қаердаки сиёсий ва ижтимоий ҳаётда хотин-қизлар фаол иштирок этаётган бўлса, ўша жойда иқтисодиёт ўсмоқда, барқарорлик мустаҳкамланмоқда ва фуқароларнинг фаровонлиги юксалмоқда»¹ деб таъкидлаган ҳамда тадбиркорлик фаолиятида эркаклар ва аёлларнинг гендер тенглигини, сиёсий, иқтисодий ҳуқуқларини таъминлаш масаласи бўйича тизимли ишлар амалга оширилмоқда.

Жаҳонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишда гендер тенгликни таъминлаш, бу борадаги фаолиятларнинг этнопсихологик асосларини тадқиқ қилиш, ишонччилик, шаффофлик мезонларига риоя этиш, соҳани ривожлантиришда ташуубускорлик, инновацион фаоллик, юксак маданиятлилик каби ижтимоий-этнопсихологик қарашларни амалиётдаги ижросига доир илмий тадқиқотларга алоҳида эътибор берилмоқда. Хусусан, бу тадқиқотларда хусусий тадбиркорликнинг ижтимоий-психологик масалалари, мотивацияси, таваккалчилик омиллари, яратувчанликнинг гендер жиҳатларини аниқлаш асосида мазкур фаолиятни самарали ошириш жараёнидаги турли тўсиқларни бартараф этиш бўйича илмий тадақиқотларга алоҳида эътибор берилмоқда.

Республикамизда сўнгги йилларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хослигини инобатга олиш муҳимлиги долзарб вазифа сифатида белгиланиб, меъёрий асослари яратилмоқда. «Хотин-қизларнинг замонавий касб-ҳунарларни пухта эгаллаши учун шароит яратиш, ... хотин-қизларни тадбиркорликка кенг жалб этиш»² ҳамда «аҳолида тадбиркорлик соҳасида зарурий кўникмаларни шакллантиришга қаратилган ўқитиш тизимини жорий этиш, тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш, аҳолини ва бошқа кичик бизнес вакиллари салоҳиятини рўёбга чиқариш орқали улар фаолиятини кенгайтириш ва ривожлантиришга қаратилган тизимни яратиш»³ долзарб вазифа сифатида белгиланиб, бу борада илмий изланишларни чуқурлаштириш талаб этилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сон «2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида» Фармони, 2019 йил 7 мартдаги ПҚ-4231-сон

¹ <https://news.un.org>. Глава ООН: вопрос равноправия – это вопрос власти. 11 марта 2019

² Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлис йигирманчи ялпи мажлисидаги нутқи. 22.06.2019 00:44:50 / <https://kun.uz/news/2019/06/22/>.

³ 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 / <https://lex.uz/docs/5045889>

«Худудларда аҳолини тадбиркорликка кенг жалб қилиш ва оилавий тадбиркорликни ривожлантиришга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида», 2020 йил 13 октябрдаги ПҚ-4862-сон «Аҳолини тадбиркорликка жалб қилиш тизимини такомиллаштириш ва тадбиркорликни ривожлантиришга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида», 2021 йил 27 мартдаги ПҚ-5041-сон «Оилавий тадбиркорликни ривожлантириш дастурлари доирасида амалга ошириладиган кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» Қарорлари ҳамда мавзуга оид бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишга мазкур диссертация муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланиши 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 йўналиши доирасида бажарилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хос хусусиятлари муаммоси психология соҳасида республикамиз олимларидан И.Г.Гафарова, А.У.Элмуратова В.М.Каримова, Ш.М.Улуғова, Н.Ш.Умарова, Г.О.Очилова, О.Э.Ҳайитов, Ш.С.Шойимовалар, иқтисодиёт соҳасида Қ.Х.Абдурахманов, А.О.Арипов, А.Ш.Бекмуродов, А.Н.Самадов, Б.Ю.Ходиев, М.С.Қосимова, С.С.Фуломов, Г.Н.Остонақулов, М.А.Юсупов ва бошқалар томонидан тадқиқ этилган.

Мустақил Давлатлар Ҳамдўстлиги олимларидан В.А.Аверин, В.Агеев, А.Антонов, Г.Андреева, Т.В.Бендас, М.В.Бучацкая, Г.Волкова, Т.С.Вавакина, Т.П.Данилова, А.Донцов, А.Л.Журавлев, С.А.Карташов, А.Китов, Я.Н.Коломинский, И.Кон, Ф.Кузин, М.И.Лисина, О.В.Лукьянов, Г.В.Миллар, Л.Н.Ожигова, Е.И.Осташенко, Б.Паригин, В.Попов, В.П.Позняков, Н.В.Плисенко, А.Филиппов ва бошқалар томонидан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ижтимоий-психологик жиҳатлари тадқиқ этилган.

Хориж олимларидан Г.Гейманс, Э.Джонс, Р.Кентер, К.Кессел, Дж.Ландау, А.Маслоу, Д.Майерс, Д.Маршалл, Д.Маршалл, Т.Питтмен, Э.Сюллеро, С.Уолш ва бошқалар томонидан кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг ўзига хос томонлари тадқиқ этилган.

Диссертация мавзусининг диссертация бажарилаётган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация Андижон машинасозлик институти илмий-тадқиқот ишлари режасининг ПЗ-2014-0913113120 рақамли «Оила барқарор ривожланишининг иқтисодий демографик омиллари» мавзусидаги амалий лойиҳаси доирасида бажарилган (2015-2017 йй.).

Тадқиқотнинг мақсади кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ҳамда этнопсихологик ўзига хослигини эмпирик жиҳатдан ўрганиш, зарур амалий тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

турли жинсга мансуб хусусий тадбиркорларнинг фаолият мотивациясининг устувор жиҳатлари, уларнинг ижтимоий, оилавий мақомлари ҳамда манфаатдорлигига алоқадор шахс хусусиятлари, қадриятлари, шахсий установакалари ва ишончининг гендер ва этнопсихологик жиҳатларини таҳлил қилиш;

глобаллашув шароитида ўзбек тадбиркор аёлларининг ижтимоий тасавурларидаги психологик хусусиятлари намоён бўлишини тадқиқ этиш;

хусусий ва (ёки) оилавий тадбиркорликнинг эркаклардаги ўзига хос (агрессив) бошқарув билан аёллардаги ўзи тўғрисида ижобий таассурот қолдиришга асосланган менежмент усуллари ва инграциациясининг коммуникатив-демократик бошқарувдаги этнопсихологик жиҳатларини турли вазиятларда намоён бўлишининг гендер ўзига хослигини аниқлаш;

маҳаллий кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятига бошқарувчи ва (ёки) иш юритувчи хотин-қизларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш дастурларига илмий-психологик таклифлар ишлаб чиқиш.

Тадқиқот объекти сифатида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хослигини тадқиқ этиш жараёни танланган бўлиб, тадқиқотга Андижон, Наманган, Фарғона вилоятларидан кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари бошқарувчилари саналган жами 305 нафар респондентлар жалб этилган.

Тадқиқотнинг предметини кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик хусусиятлари, омиллари, мотивлари ташкил этади.

Тадқиқот усуллари. Тадқиқотда суҳбат, интервью, «Бугуннинг тадбиркор бошқарувчи аёли ким, уни кадрлайдиган сифатлар» мавзусида блиц-сўров натижаларининг контент-таҳлили, Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хослигини аниқлашга ёрдам берувчи махсус ИПС (муаллифлик ишланмаси), “Раҳбар имижини шакллантирувчи услубларни баҳолаш”, “Раҳбарнинг имижини ташкил этувчи профессионал ва шахсий сифатларини баҳолаш” методикалари (Ю.В. Андреева бўйича В.М. Каримова модификацияси), С.С.Носовнинг “Сизнинг раҳбарлик имижингиз” методикаси; математик-статистик методлар фоизли таҳлил, Студентнинг t-мезони, ёрдамида тадқиқотда қўлга киритилган миқдорий кўрсаткичлар сифат нуқтин назардан қайта ишланди.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

кичик бизнес ва тадбиркорлик соҳаларида фаолият юритаётган бошқарувчи ва иш юритувчиларнинг шахс ижтимоий мақоми билан боғлиқ феноменологик жиҳатларига кўра, «тадбиркорликка мойиллик» ҳамда “бизнес қобилиятлари»нинг шаклланишини ижтимоий-когнитив компонентга устиворлик бериш асосида таъминлаш орқали коммуникативликнинг ижтимоий-психологик хусусиятларини гендер фарқлари мавжудлиги асосланган;

хусусий тадбиркорлик бўйича бошқарув фаолиятини ташкиллаштиришда миллий-маданий муҳитнинг таъсири натижасида, шахснинг мотивацион соҳасида эрудиция ва ахлоқий когницияларнинг ўзаро уйғун ривожланиб,

қадриятлар даражасига ўзгариши туфайли, гендер стереотипларнинг трансформацияланиши ижтимоий-психологик жиҳатдан асосланган;

эркаклар агрессив ва авторитар бошқарув услуби ва аёллардаги коммуникатив малакани шарқона интеграцияси натижасида «идеал тадбиркор эркак» ва «идеал тадбиркор аёл» образларини қарор қабул қилишдаги дадиллик хусусиятини экстровеертик, оптимистлик, лидерлик сифатларини дифференциаллашуви орқали хусусий ва оилавий тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда гендер фарқлар кузатилиши далилланган;

тадбиркорлик фаолиятида аёллар мавқеига таъсир этувчи сегрегацияни бартараф этишда шахснинг ташқи қиёфаси, раҳбарлик имижидида когнитив сифатларни намоён бўлишига кўра, аксиологик ва этнопсихологик мезонларнинг зарурияти контент таҳлил асосида далилланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

хусусий тадбиркорлик билан шуғулланаётган касаначи аёл ва эркаклар фаолиятининг мотивациялари, уларнинг ўз мақоми манфаатдорлигига алоқадор шахс хусусиятлари, қадриятлари, шахсий установакалари, ишончининг гендер ва этнопсихологик жиҳатларига доир қарашлар тизимлаштирилган ва амалга тадбиқ этилган;

хусусий тадбиркорликнинг бошқарув фаолияти билан боғлиқлиги ва унинг миллий-маданий муҳит, миллий психология, тарбия услублари, жамиятда мавжуд бўлган гендер стереотиплар билан трансформациясини аниқловчи ижтимоий-психологик сўровнома амалиётга жорий этилган;

хусусий ва (ёки) оилавий тадбиркорликда эркаклардаги агрессив бошқарув ва аёллардаги ўзи тўғрисида ижобий таассурот қолдириш орқали коммуникатив бошқарувнинг этнопсихологик жиҳатлари, шарқона одоб ва инграция, ўзгаларда таассурот қолдириш орқали уларга таъсир кўрсатишда муомала маданиятининг аёллар ижтимоий хулқидаги намоён бўлиши турли вазиятларда қандай кўринишга эга бўлишига доир услубий маълумотлар тадбиркорлик ўқув марказларида жорий этилган;

турли жинс вакилларининг гендер ўзига хослигини амалий жиҳатдан ўрганиш тадбиркорлик фаолияти самардорлигига эришишга доир назарий хулоса, амалий тавсия ва таклифлар ишлаб чиқиш, гендер менежментни ривожлантиришда фойдаланилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги республика ва халқаро миқёсдаги илмий конференция материаллари тўпламлари, ОАК рўйхатидаги махсус журналлар ҳамда хорижий илмий журналларда мақолалар чоп этилгани, нашр этилган монография ва у ҳақдаги тақриз, хулосаларда, ишлаб чиқилган таклиф ва тавсияларнинг амалиётга жорий этилгани, олинган натижаларнинг ваколатли ташкилотлар томонидан тасдиқлангани билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти бевосита унинг илмий янгилиги ва тадқиқот методларининг ишонччилигидан келиб чиқади, шунингдек эмпирик тадқиқот дастурини ишлаб чиқиш усуллари, мазмуний-статистик таҳлил, ўзига хос методологик ёндашувларнинг тадқиқотимизда комплекс равишда қўлланилиши

янги шаклланаётган тадбиркор аёллар тоифасини ўқитиш, қайта тайёрлаш ва уларни малакасини ошириш тизимини такомиллаштириш, бошқарувдаги гендер психологиясининг миллий маданий муҳитга, ундаги миллий анъаналарга, тарбия услубларига, жамиятда мавжуд бўлган гендер стереотипларга боғлиқлигига доир илмий хулосалар хотин-қизларнинг ижтимоий, сиёсий, иқтисодий, маданий ҳаётдаги фаоллигини ошириш, гендер тенглик, эмансипация, феминизм ҳаракатининг моҳиятини, генезиси ҳамда инсоният ҳаётидаги ўрнини ўрганишга ва такомиллаштиришга тўсқинлик қилувчи муаммоларни бартараф этишга қаратилган истиқболли тадқиқот муаммоларини ҳал этишга хизмат қилиши билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти шундаки, унда эмпирик таҳлиллар орқали амалга оширилган натижалар ва назарий хулосалар ҳамда категориал тушунчалар «Гендер психологияси», «Этнопсихология ва дин психологияси», «Ижтимоий психология» каби фанларни янги маълумотлар билан бойитишда, шу билан бирга, натижалар Ўзбекистон оила ва маҳалла билан ишлаш вазирлиги бошқармалари, «Тадбиркор аёл» уюшмаси, «Хунарманд» уюшмаси фаолиятида, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолияти иштирокчиларининг миллий менталитетга хос этнопсихологик ва гендер хусусиятларини тизимли равишда шарҳлашда фойдаланиш мумкинлиги билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Ўзбекистонда хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хос хусусиятларини аниқлаш бўйича олинган илмий натижалар асосида:

кичик бизнес ва тадбиркорлик соҳаларида фаолият юритаётган бошқарувчи ва иш юритувчиларнинг шахс ижтимоий мақоми билан боғлиқ феноменологик жиҳатларига кўра, «тадбиркорликка мойиллик» ҳамда «бизнес қобилиятлари»нинг шаклланишини ижтимоий-когнитив компонентга устиворлик бериш асосида таъминлаш орқали коммуникативликнинг ижтимоий-психологик хусусиятларини гендер фарқлари мавжудлиги асосланган маълумотлар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2020 йил 19 августдаги 9-сонли буйруғига асосан «Ижтимоий психология» модулига киритилган (ТДПУ қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2020 йил 19 августдаги П-М-9-г-сон маълумотномаси). Натижада хусусий тадбиркорликнинг шахс гендер мақоми билан боғлиқ феноменологик жиҳатлари, хотин-қизлардаги бизнес қобилиятларнинг ижтимоий-психологик ҳамда гендер ўзига хослигининг позитив имкониятларини такомиллаштиришга эришилади;

хусусий тадбиркорлик бўйича бошқарув фаолиятини ташкиллаштиришда миллий-маданий муҳитнинг таъсири натижасида, шахснинг мотивацион соҳасида эрудиция ва ахлоқий когницияларнинг ўзаро уйғун ривожланиб, кадриятлар даражасига ўзгариши туфайли, гендер стереотипларнинг трансформацияланиши ижтимоий-психологик жиҳатдан асосланган илмий тавсиялар Андижон вилояти маҳалла ва оилани кўллаб-қувватлаш бошқармасининг «Хотин-қизлар ўртасида энг илғор бизнес лойиҳа» танлови

лойиҳасини ишлаб чиқишда ҳамда Андижон вилояти бандлик бошқармаси томонидан 2020 йил учун белгиланган тадбирларни амалга оширишда фойдаланилган (Ўзбекистон Республикаси Маҳалла ва оилани қўллаб-қувватлаш вазирлигининг 2021 йил 25 февралдаги 02-02/448-сон, Ўзбекистон Республикаси Бандлик ва меҳнат муносабатлари вазирлигининг 2021 йил 19 январдаги 01/00-03/09-575-сон маълумотномалари). Натижада ижтимоий муносабатлар, миллий-маданий муҳитнинг хотин-қизлар тадбиркорлик фаолиятига ижобий таъсирини шакллантириш самарадорлигини оширишга эришилган;

эркаклар агрессив ва авторитар бошқарув услуби ва аёллардаги коммуникатив малакани шарқона интеграцияси натижасида «идеал тадбиркор эркак» ва «идеал тадбиркор аёл» образларини қарор қабул қилишдаги дадиллик хусусиятини экстровеертик, оптимистлик, лидерлик сифатларини дифференциаллашуви орқали хусусий ва оилавий тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишда гендер фарқлар кузатилиши далилланган маълумотлар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2020 йил 19 августдаги 9-сонли буйруғига асосан «Оила психологияси» модулига киритилган (ТДПУ қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2020 йил 19 августдаги П-М-9-г-сон маълумотномаси). Натижада оилавий муҳит воситасида хусусий ва (ёки) оилавий тадбиркорлик фаолиятини юритаётган аёлларнинг коммуникатив компетенцияларни шакллантириш самарадорлигини оширишга эришилган;

тадбиркорлик фаолиятида аёллар мавқеига таъсир этувчи сегрегацияни бартараф этишда шахснинг ташқи қиёфаси, раҳбарлик имижидида когнитив сифатларни намоён бўлишига кўра, аксиологик ва этнопсихологик мезонларнинг зарурияти контент таҳлил асосида далилланганлигига доир амалий тавсиялар Тошкент давлат педагогика университети қошидаги Психология ўқув-илмий Марказининг 2020 йил 19 августдаги 9-сонли буйруғига асосан «Этнопсихология ва дин психологияси» модулига киритилган (ТДПУ қошидаги Психология ўқув-илмий марказининг 2020 йил 19 августдаги П-М-9-г-сон маълумотномаси). Натижада тадбиркорлик фаолиятида аёллар мавқеига таъсир этувчи сегрегацияни бартараф этишнинг гендер хусусиятлари, ҳудудий, этнопсихологик, муҳит, дин, мафкура, этнос тарихи ва маданиятининг ўрнига оид назарий қарашлар ва амалий тавсиялар билан «Этнопсихология ва дин психологияси» ўқув фани мавзулари такомиллаштирилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Мазкур тадқиқот натижалари 5 та халқаро ва 7 та республика илмий-амалий конференцияларида муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилинганлиги. Диссертация мавзуси бўйича жами 18 та илмий иш чоп этилган, Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг диссертациялари асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 6 та мақола, жумладан, 3 таси республика ва 3 таси хорижий журналларда нашр этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, учта боб, 7 та параграф, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат. Диссертациянинг ҳажми 123 бетни ташкил этади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати асосланган, диссертациянинг мавзуси бўйича хорижий илмий тадқиқотлар шарҳи ва муаммонинг ўрганилганлик даражаси баён этилган, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, шунингдек, объекти ва предмети аниқланган, ишнинг фан ва технологиялар ривожланишининг муҳим йўналишларига мослиги кўрсатилган ҳамда тадқиқотнинг илмий янгилиги, натижаларнинг амалиётда жорий этилиши, эълон қилинганлиги, ишнинг тузилиши борасидаги маълумотлар киритилган.

Диссертациянинг «**Психологияда тадбиркорлик ва унинг гендер муаммолари тадқиқининг назарий-методологик асослари**» деб номланган биринчи боби мазмуни ижтимоий психологияда бошқарув ва тадбиркорлик фаолиятининг гендер хусусиятлари муаммоси, тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишнинг гендер хусусиятларининг хорижда ўрганилиши, Ўзбекистон шароитида тадбиркорликдаги гендер ўзига хосликларни ўрганишга оид ёндашувларга бағишланган.

Мустақиллик йилларида бизнес соҳасида фаолият юргизаётган хотин-қизларнинг онги, фикрлаш тарзи ва дунёқарашларида сезиларли ўзгаришлар рўй берди. Эрак ва аёллар ўртасида бевосита профессионал фаолиятда намоён бўлувчи гендер муносабатлар, олимларнинг фикрича, аслида бир-бирига қарама-қарши бўлган икки ҳолатнинг мавжудлиги орқали ҳам изоҳланиши мумкин. Бу – муайян маънода очик ёки яширин тарзда кечадиган сегрегация ва конвергенция жараёнларидир. Сегрегация – маъно жиҳатдан «узоқлашиш» маъносини билдириб, жамиятда одамларнинг ёки муайян ижтимоий гуруҳларнинг бирор бир белги жиҳатидан (масалан, жинс, ирқ, ижтимоий келиб чиқиш каби) ажратилиши, сунъий тарзда узоқлаштирилиши бўлиб, бу уларнинг жамиятдаги ижтимоий мақомлари, машғул бўлган фаолият турлари, бир-бирлари билан мулоқот қилиш имкониятларини назарда тутди. Бундай узоқлаштириш одатда муайян ижтимоий нормалар, хулқ-атвор стереотиплари, ижтимоий институтлар воситасида амалга оширилиб, баъзан айрим рамзий белгилар (юриш-туриш, кийим-кечак, таъқиқлар, одат, анъаналар ва бошқалар.) ҳам ўйлаб топилади. Бундай тафовутлашувларнинг орасида жинсига кўра узоқлашув амаллари алоҳида ўрин тутди. Чунки сегрегациянинг жинсий кўринишидан ташқари, унинг ёшга оид, антропологик типларга оид, миллий-этник кўринишдаги турлари ҳам бор.

Сегрегациядан фарқли конвергенция – шахслараро муносабат тизимида муомаланинг тиғизлиги ёки унинг етишмаслиги оқибатида фикр, ўй, мақсад ва маслақларнинг бирига бирининг уйғунлашиб, уйқаш бўлиб кетишини изоҳловчи ҳолатдир. Бундай ҳолатлар бир шароитларда жинслараро

муносабатларнинг ўта илиқ, самимий, дўстона бўлишини таъминласа, бошқа бир шароитда, аксинча, ўзаро душманлардай муносабатда бўлишларини таъминлайди.

«Тадбиркорликнинг гендер хусусиятлари», «Аёллар тадбиркорлиги» каби тушунчалар «Иқтисодий демократия» тушунчаси билан бир вақтда – ўтган асрнинг 30-йилларида АҚШ ва Европа тадқиқотчилари асарларида пайдо бўлди. Кичик бизнес ва тадбиркорликнинг илмий, назарий-фалсафий масалаларини тадқиқ этган илк олимлар қаторида П.Кручман, Ф.Хайек, Р.Даль, М.Асколи, Ф.Лехманн ва бошқаларни эслатиш мумкин, бироқ улар Ғарб тажрибасини ўрганиш билан, Цзин-Нин Цунь эса Хитой билан чекланадилар.

Умуман тадбиркорлик тушунчасини инглиз олими Р.Кантильтон илк мартаба изоҳлаган бўлса, А.Смит, Д.Рикардо, И.Кант, Ф.В.Гегель, Ж.Ж.Руссо, Ш.Л.Монтескье асарларида тадбиркорликни юксалтириш билан боғлиқ масалаларнинг фалсафий-психологик таҳлили амалга оширилган. Жамиятни ижтимоий-иқтисодий тараққиётида тадбиркорлар фаолиятининг илмий-назарий асосларини ишлаб чиқиш ва ижтимоий-маданий аҳамиятини асослашда А.Тюрго, Ж.Б.Сей, Р.Хизрич, Й.Шумпетер, У.Адамс, Г.Гросс, Ж.Филипс, В.Хойер каби иқтисодчи олимлар ҳам илмий асосланган қарашларини илгари сурганлар. МДХ доирасида тадбиркорликда гендер тавофутларни олдини олиш масаласининг этнопсихологик тадқиқини В.С.Автономов, хорижда эса иқтисодиёт соҳасида Нобел мукофоти совриндорлари М.Алле ва Г.Саймон асарларида кузатиш мумкин.

Австриялик олимлар Л.Мизес ва Ф.Хайекларнинг тадқиқотларида тадбиркорнинг шахсий қобиляти, фаолияти хусусиятлари, яъни унинг ўзгарувчан иқтисодий, ижтимоий ҳодисаларга муносабати, қарор қабул қилишдаги мустақиллиги, бошқариш қобилятига, тадбиркорликнинг жамият иқтисодий тизимини мувозанатлаштиришни - тартибга солишдаги ролини таҳлил қилишга катта эътибор берганлар.

Тадбиркор аёлларнинг ижтимоий-психологик жиҳатларини Ш.М.Улуғова, Ш.С.Шоимова, А.Елмуратова ва Г.О.Очиловлар тадқиқ этганлар. Улар диққатини ўзбек аёлларининг бозор иқтисодиёти шароитига психологик мослашуви, унда этномаданий, этнопсихологик ва социологик омилларнинг ўрнини ўрганишга қаратганлар. Бундан ташқари, мамлакатимизда сўнгги йилларда чоп этилган менежмент, бошқарув психологияси соҳасида гендер муаммолар, аёллар ва эркакларнинг жамиятдаги мавқеи, уларнинг ижтимоий-иқтисодий жараёнлари, хусусан тадбиркорлик фаолиятидаги ўзига хосликлар тадқиқ этилган масалалар ҳам тадқиқотимизнинг методологик базасини шакллантиришга муайян маънода ҳисса қўшди.

Мамлакатимизда сўнгги йилларда гендер тенгликни таъминлаш борасида муҳим кадам ташланиб, «Хотин-қизлар ва эркаклар учун тенг ҳуқуқ ҳамда имкониятлар кафолатлари тўғрисида»ги, «Хотин-қизларни тазйиқ ва зўравонликдан ҳимоя қилиш тўғрисида»ги қонунлари қабул қилинди.

Гендер тенгликни таъминлаш стратегиясининг ишлаб чиқилиши ва қабул қилиниши эса мамлакатда инсон ҳуқуқларига нисбатан хурмат билан қарашни

шакллантириш, Ўзбекистоннинг халқаро майдондаги нуфузини янада юксалтириш имконини беради.

Ўзбекистон Республикасининг 2020-2030 йилларда гендер тенгликни таъминлаш Стратегияси лойиҳаси ушбу йўналиш бўйича давлат бошқаруви органлари, нодавлат ноижорат ташкилотлари, халқаро экспертлар вакиллари билан иборат Ишчи гуруҳ томонидан ишлаб чиқилди.

Мазкур лойиҳада ижтимоий-сиёсий соҳа, бандлик ва меҳнат миграциясида гендер тенгликни таъминлаш, зўравонликнинг олдини олиш ҳамда одам савдоси, гендер режалаштириш ва бюджетлаштириш масалаларидан иборат 9 та йўналиш белгиланган.

Шунингдек, Ўзбекистонда амалга оширилаётган ислохотларнинг иқтисодий ўсишини жадаллаштириш ва меҳнат бозорига кириб келаётган хотин-қизларни иқтисодий фаоллик билан қамраб олиш учун ишбилармонлик, инвестицион муҳитни яхшилашга алоҳида эътибор қаратилган. Асосан, хотин-қизларнинг иқтисодий ресурслардан, шу жумладан, кўчмас мулк, ер, молиявий кредитлар, жамоатчилик жамғармалари, шунингдек, эркин танланган тадбиркорлик фаолияти турларидан тенг фойдаланиш ҳуқуқи қўллаб-қувватланади.

Айниқса, чекка ҳудудлардаги хотин-қизларни муносиб иш билан таъминлаш бўйича дастурлар янада такомиллаштирилади. Аёлларнинг бандлик ва меҳнат бозоридан фойдаланиш ҳуқуқини кенгайтириш учун мактабгача ва бошланғич мактаб таълимининг ҳаммабплигини оширишга эътибор қаратилмоқда.

Диссертациянинг «**Кичик бизнес ҳамда хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик жиҳатлари**» деб номланган иккинчи бобида аввало гендер ўзига хосликларнинг тадбиркорликда, хусусий тадбиркорлик этнопсихологик асосларининг тадбиркор-раҳбар аёл фаолиятида намоён бўлиши жиҳатлари ўрганилган. Тадқиқотларнинг кўрсатишича, тадбиркорлик ўзига хослиги истеъмолчилар талабини қаноатлантириш учун инновацион фаолиятни тизимли, доимий тарзида амалга ошириш заруриятини келтириб чиқаради. Тадбиркорлик фаолиятининг устунлиги унинг бозор муносабатларида тез ўзгариб боровчи талабларга тез жавоб бера олиш қобилияти ҳисобига рўй беради, рақобатчиларга нисбатан товар ёки хизмат кўрсатишда олдинроқ маррага чиқиш, тадқиқотлар асосида муҳим омил ҳисобланади. Шунинг учун ҳам бундай омилларни Шарқ ва Ғарб давлатларида тадбиркорлик фаолиятининг гендер хусусиятларини ўрганиш муҳим аҳамиятга эга.

Маънавий дунёқараш ва эътиқод, ислом дини ғоялари жиҳатидан бизга яқин бўлган араб модели ўзига хос хусусиятларга эга. Тадбиркорликнинг арабча модели анъанавий-жамоавий (корпоратив), расмий-иерархик (табақалашган), ранг-баранг, экспрессив хусусиятлари билан жаҳондаги бошқа моделлардан ажралиб туради. Араб мамлакатларида тадбиркорлар орасида келишув шахсий, маданий муносабатлар воситасида тузилади (оила аъзолари, ўртоқлар, дўстлар, танишлар тавсиясида), уни араблар «ВАСТ» (дўстлик, танишиш) деб атайдилар. Шунинг учун ҳам замонавий араб бизнесмени юксак

ишбилармонлик фазилатларга эгадирлар, шунингдек, уларнинг аксарияти бирон-бир хорижий тилни мукамал биладилар.

Гендер менежмент борасида эътиборга молик ғоялардан яна бири шуки, раҳбар инсон барибир ҳар қандай шароитда ҳам ўзига нисбатан баҳосини ошириб боришига интилади. Буни ўз вақтида У. Джеймс «Ўзини излаш», «Ўзини севиш» мотиви, деб атаган эди. Менежмент соҳасида эса Тессер ўзига нисбатан баҳони сақлаш назариясини яратиб, уни self-evaluation maintenance – SEM деб атади. SEM ҳодисасининг самараси шундаки, шахс, айниқса, муайян мавқега эга бўлган шахс ҳаминша ўзи тўғрисидаги яхши фикрни сақлашга интилади. Лекин текширишлар SEM ҳодисаси кўпроқ йигитларда намоён бўлишини, қизларда, аксинча, дўстларидан узоқлашмасликка интилиш ҳар қандай ҳолатда ҳам мавжуд эканлигини исботлади.

1-жадвал.

Эркак ва аёллар ўртасидаги тадбиркор сифатлари

| Тавсифлар | Тадбиркор эркалар | Тадбиркор аёллар |
|-----------------------------|--|--|
| Бизнесни бошлашдаги ёши | 20 – 30 ёш | 30 – 45 ёш |
| Маблағ олишдаги манбалар | Омонатдан фойдаланиш, банк кредитлари олиш, инвесторларни жалб этиш, яқин танишлардан қарз олиш | Омонатдан фойдаланиш, ота-онаси ва яқин танишлардан қарз олиш |
| Қўллаб-қувватлаш гуруҳи | Дўстлар, бизнес ҳамкорлар, турмуш ўртоғи | Яқин дўстлар, турмуш ўртоғи, оила, аёллар уюшмалари |
| Мотивация | Бизнес қилиш истаги, мустақилликка эришиш, вазиятларнинг бошқариш | Қўйилган мақсад сари интилиш, мустақилликка эришиш |
| Кўпроқ мақбул бўлган тармоқ | Саноат, қурилиш, савдо, хизмат кўрсатиш | Хизмат кўрсатиш, савдо, енгил саноат (тўқимачилик), касаначилик |
| Шахсий сифатлар | Ўз фикрини маъқуллайди, мақсадга интилади, ҳаддан ортиқ ўзига ишонади, ностандарт фикрлайди, кучли, мустақил | Бошқалар фикрини ўрганади, мослашувчан, чидамли, мақсад сари интилади, кучли, ностандарт фикрлайди |

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликда аёлларнинг ўрнини баҳолар экан, тадбиркор эркалар ва тадбиркор аёллар ўртасидаги сифатларни қуйидаги 6 та омил асосида тавсифлаб беради (1-жадвалга қаранг).

БМТнинг аёллар тузилмаси экспертларининг таъкидлашича, жаҳон мамлакатларининг сиёсий ҳаётида аёлларнинг фаол иштирокига қарамай, ҳозирги кунда аёллар мамлакат парламентларида ўртача 23,7 фоиз ўринга эга бўлиб, бу гендер тенглик тамойилига жавоб бермайди. 46 мамлакатдагина парламентнинг камида битта палатасидаги аёллар улуши 30 фоизни ташкил этади. Умуман олганда, гендер тенгликни таъминлаш ижтимоий-иқтисодий соҳаларда бир қатор ижобий натижаларга олиб келиши мумкин. Хусусан, Халқаро меҳнат ташкилоти томонидан 70 та мамлакатда 13 мингта корхонада

Ўтказилган сўровнома иштирокчиларининг 57 фоиздан кўпроғи гендер хилма-хиллиги бизнес натижаларини яхшилаётганини тасдиқлашган. Бошқарув органларида гендер хилма-хиллигини таъминлаган компанияларнинг қарийб тўртдан уч қисми фойда улушини 5 фоиздан 20 фоизгача оширганини билдиришган. Мутахассислар фикрича, аёлларнинг меҳнат бозорида тўлиқ иштироқи иқтисодий ўсиш суръати 10 фоиз ошишига олиб келса, хотин-қизларнинг таълим олиш дастурларига киритилган сармоя 5 баробар, аёлларни тадбиркорлик субъектларига кенг жалб қилишга киритилган сармоя 7 баробар кўп даромад келтиради. БМТ Тараққиёт дастури томонидан ҳар йили дунё мамлакатларида гендер тенгсизлик индекси бўйича тадқиқот ўтказилади. Унда 3 та асосий кўрсаткич бўйича мавжуд ҳолатлар ўрганилади:

- 1) репродуктив соғлиқни сақлаш;
- 2) фуқаролик ҳуқуқ ва имкониятлари;
- 3) меҳнат бозоридаги иқтисодий фаолият ва имкониятлар.

Меҳнат бозорида иш билан банд аҳолининг иқтисодий фаол қатлами 2020 йилнинг 4-чорак яқунларига кўра, 14 797,9 минг нафарни ташкил қилиб, улардан 10 742,5 минг нафари нодавлат секторда фаолиятда юритмоқда (2-жадвалга қаранг). Кичик корхона ва микрофирмалар ичида хотин-қизлар 221 860 нафарни, фермер хўжаликларидаги ишчи-хизматчилар 207 779 нафарни ташкил этмоқда. Бу кўрсаткичлар турли вилоятларда турличадир.

Тадбиркорлик хотин-қизларнинг бўш вақти ва хоҳиш-истакларига мувофиқ бажариладиган меҳнат туридир. У аёлларга нафақат кўшимча даромад келтиради, худди шунингдек, уларга ижтимоий фазилатлари ва қобилиятларини рўёбга чиқариш имконини беради. Ўзимиз ўтказган савол-жавобда қатнашган эксперт-респондентларнинг 72 фоизи тадбиркорлик негизида ижтимоий-фойдали меҳнат ётганини, айнан ушбу фаолият аёлларга жамият ва давлат ҳаётида фаол қатнашиш имконини бераётганини қайд этадилар.

Тинмай ўзгартириладиган қонун, тартиб шахсда иккиланишларни, ишончсизликни келтириб чиқаради, бундай вазиятда у шу куннинг талаби, эҳтиёжи билан яшашга, имкониятдан фойдаланиб, бойлик орттиришга мажбур бўлади. Бу ўринда эксперт-респондентларимизнинг жавобларига эътибор бериш ўринлидир. «Бизнес ва тадбиркорлик билан шуғулланишга нималар халақит бермоқда?» деган саволимизга уларнинг 80 фоизи – «Маблағи етишмайди», 72 фоизи – «Маҳаллий ҳокимиятдагилар тўсқинлик қилади», 61 фоизи – «Муқим ишлашига имкон беришмайди», 53 фоизи – қоғозбозлик, текшир-текширлар бездиради», 43 фоизи – «Вақти йўқ», 29 фоизи – «Билими етишмайди», 27 фоизи – «Ташкилотчилик, тадбиркорлик қобилияти йўқ», 12 фоизи – «Оиласидагилар қўллаб-қувватламайди», 4 фоизи – «Турмуш ўртоғи руҳсат бермайди», деб жавоб қайтарган. Бизнес ва тадбиркорлик билан шуғулланишга ғов бўлаётган тўсиқлардан бири маблағ етишмаслигидир. Кейинги жавоблардан маълум бўладики, хотин-қизларнинг ижтимоий-иқтисодий фаоллигини маҳаллий ҳокимиятдагилар, айниқса оиласи, энг аввало турмуш ўртоғи, эри қўллаб-қувватлайвермайди. Расмиятчилик, текшир-текширлар ҳам аёлларнинг ижтимоий-иқтисодий фаолият олиб боришга ғов бўлмоқда. Шу билан бирга эксперт-респондентларнинг 72 фоизи, оддий респондентларнинг 47 фоизи давлатимиз аёлларнинг бизнес ва тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлаётганини, бу

борада муҳим қонунлар қабул қилинаётганини, кредитлар берилиб, текширишлар камайтирилаётганини қайд этадилар. Улар яқдиллик билан хотин-қизлар ижтимоий-иқтисодий фаоллигини кўллаб-қувватлаётган ва кафолатлаётган Президентимиз эканини эътироф қиладилар.

Диссертациянинг «**Ўзбекистонда оилавий ҳамда хусусий тадбиркорликнинг гендер жиҳатларини ўрганиш муаммосининг эмпирик яқунлари**» деб номланган учинчи бобда тадбиркор ва раҳбар аёлларнинг имиджини шакллантирувчи гендер сифатларни ўрганишнинг контент-таҳлили, ўзгаларда таассурот уйғотишга туртки бўлувчи имидж шакллантирувчи сифатларнинг гендер ўзига хослиги, тадбиркорликни бошқаришда инграциянинг шахсга ва ижтимоий установакаларга боғлиқлигининг гендер томонлари эмпирик жиҳатдан ўрганилган.

Ўзбекистонда хусусий ва оилавий тадбиркорликнинг ривожланишига омил сифатида қараладиган ижтимоий-психологик сифатларни тадбиркор аёл ва раҳбарларда намоён бўлишининг ҳам бир қатор ўзига хослиги мавжуд. Бунинг учун биз танлаб олинган объектларда тест сўровлари ва психологик диагностика методикаларидан фойдаландик. Энг аввало раҳбар аёлнинг имижини, яъни «шахснинг жамият аъзолари томонидан ташқи қабул қилинувчи образи»ни ўргандик. Бунинг учун танланган респондентларга очик савол билан муурожаат қилиб, «Бугуннинг тадбиркор бошқарувчи аёли ким, уни қадрлайдиган сифатлар» мавзусида блиц-сўров ўтказдик. Блиц-сўровга фақат 2-3 минут вақт берилди ва бу вақтда респондентлар камида 10 та шахсни қадрловчи сифатни ажратиб ёзишларига сўралди. Мақсадимиз – респондентлар улар айна пайтда хусусий ва оилавий тадбиркорликни билан шуғулланаётган хотин-қизлар ҳамда кичик ва ўрта бизнес соҳасида муваффақият билан фаолият юритаётган эркак бизнесменлар – қисқа фурсатда миясига келган фикрлари орқали улар тан олаётган сифатлар – қадриятлар қаторини шакллантириш бўлди. Блиц-сўров хотин-қизлар ҳамда эркаклар ўртасида алоҳида-алоҳида шароитларда ўтказилди. Унда жами 100 нафар аёл ва 65 нафар эркак-тадбиркорлар қатнашдилар. Натижалар қиёсий таҳлил этилди.

Хотин-қизлар жавобларида қайд этилган сифатлар: оқила, ишчан, фаол, меҳрибон, ёқимтой, дилкаш, гўзал, жозибали, қатъий, шижоатли, бир сўзли, самимий, ақлли, иқтидорли, лобар, дангалчи, талабчан, кибрли, салобатли, одамлар кўнглини сўрайдиган, болажон, оилапарвар, чидамли, меҳнаткаш, ўқимишли, ўзига бино қўйган, ораста, тартибли, интизомли, намунали хулқ эгаси, масъулиятли, чаққон, гапга чечан, ҳозиржавоб, ўз ҳукмини ўтказа оладиган, дунёқарашни кенг, мансабпараст, жонсарак, назокатли, вафодор, ўз фикрини ўтказувчи, нозик таъб. Ушбу сифатлар, таъкидланганидек, хотин-қизлар тўлдирган жавобларидан териб олинди, улардан ҳар бирининг неча мартаба қайтарилганлиги махсус метод ёрдамида контент-анализ қилинди.

Энди эркакларнинг тадбиркор сифатида мустақил фаолият юритаётган аёл имижига алоқадор сифатлар тўғрисидаги фикрларини таҳлил қиламиз. Эркакларнинг ўзлари ҳам ўз иш ўринларида раҳбарлик лавозимларида ишлашларига карамай, берилган топшириққа масъулият билан ёндашганликларини ва улар аниқ белгиланган вақтда хотин-қизларга нисбатан камроқ сифатлар батареясини келтирган бўлсаларда, ҳар қалай тадқиқотимиз

мантиғига жавоб берадиган фикрларни баён этдилар. 65 та ёзувлардан териб олинган жами сифатлар комплекси қуйида келтирилди: эркин, хур, мустақил фикрли, лобар, чиройли, салобатли, мағрур, назокатли, маданиятли, яхши суҳбатдош, ақлли, оқила, фаол, дунёқараши кенг, ўқимишли, масъулиятли, оилапарвар, мода кетидан қувадиган, замонавий, келишувчан, иккиланувчан, ширинсўз, фидойӣ, кўркмас, дадил, иболи, ифбатли, доно, зукко, замонавий, меҳнаткаш, мулойим. Сифатлар батареясининг ўзи ҳам бир қарашдаёқ, замонавий раҳбар аёлни улуғловчи сифатларни баён этиш топшириғи берилганлигига қарамай, хотин-қизлар имижини ассоциацияси кучли келган бўлса керак, эркаклар жавобида аёлларнинг ўзлари ҳақида ёзмаган сифатлар ҳам пайдо бўлганлигини, иккинчидан, хотин-қизларнинг ўзларига нисбатан, эркакларда қарама-қарши жинс вакилларига нисбатан анчагина танқидий установка мавжудлигини кўрсатиб турибди.

Қуйидаги жадвалларда тадқиқотимиз мақсадларига мос равишда тадбиркор сифатида мустақил фаолият юритаётган аёлларнинг имижини шакллантирувчи сифатларнинг контент-анализ натижалари келтирилган (2-жадвалга қаранг).

2-жадвал.

Эркак ва аёллар жавобларидаги имиж шакллантирувчи сифатларнинг контент-таҳлил натижалари

| | Эркаклар n=65 | Ч нис | Аёллар n=100 | Ч нис |
|-----|-----------------------|-------|-----------------------------|-------|
| 1. | яхши суҳбатдош | 0,63 | гапга чечан, ҳозиржавоб | 0,82 |
| 2. | ақлли, оқила | 0,62 | меҳнаткаш | 0,79 |
| 3. | ўқимишли | 0,62 | масъулиятли | 0,79 |
| 4. | лобар, чиройли | 0,58 | ақлли, иқтидорли | 0,79 |
| 5. | салобатли | 0,58 | одамлар кўнглини сўрайдиган | 0,75 |
| 6. | меҳнаткаш | 0,58 | ўқимишли | 0,71 |
| 7. | дунёқараши кенг | 0,55 | ишчан | 0,71 |
| 8. | доно, зукко | 0,48 | самимий | 0,63 |
| 9. | замонавий | 0,48 | дунёқараши кенг | 0,53 |
| 10. | кўркмас, дадил | 0,45 | оилапарвар | 0,48 |
| 11. | фаол | 0,42 | оқила | 0,48 |
| 12. | эркин, хур | 0,38 | бир сўзли | 0,41 |
| 13. | ширинсўз | 0,37 | меҳрибон | 0,41 |
| 14. | маданиятли | 0,35 | ўзига бино қўйган | 0,39 |
| 15. | мустақил фикрли | 0,34 | тартибли, интизомли | 0,33 |
| 16. | оилапарвар | 0,34 | лобар | 0,30 |
| 17. | фидойӣ | 0,28 | назокатли | 0,28 |
| 18. | модага кетидан қувган | 0,24 | ораста | 0,25 |
| 19. | мулойим | 0,19 | гўзал, жозибали | 0,20 |
| 20. | келишувчан | 0,18 | жонсарақ | 0,19 |
| 21. | мағрур | 0,17 | ёқимтой, дилкаш | 0,18 |
| 22. | иккиланувчан | 0,12 | болажон | 0,15 |
| 23. | замонавий | 0,7 | салобатли | 0,10 |
| 24. | масъулиятли | 0,4 | нозик таъб | 0,09 |
| 25. | назокатли | 0,4 | фаол | 0,6 |
| 26. | иболи, ифбатли | 0,3 | сабр-қаноатли, чидамли | 0,5 |
| 27. | | | вафодор | 0,3 |
| 28. | | | салобатли | 0,3 |
| 29. | | | қатъий | 0,2 |

Иккинчи жадвалдан кўришиб турибдики, эркеклар жавоблари билан хотин-қизлар жавобларидаги ўзаро мосликнинг нисбати ўртача 39 фоизни ташкил этди, яъни эркеклар жавобларидаги 10 та сифат ва аёллар жавобларидаги 11 сифат ўзаро мос тарзда айнан сўзлар ёки иборалар тарзида ифодаланган. Маънодош сўзларни биз бу ўринда инобатга олмадик. Маълум бўлмоқдаки, бир объект хусусиядаги икки жинс вакиллари жавобларида умуман олганда мослик мавжуд, лекин абсолют тарзда таҳлил этилганда бундай мослик мавжуд эмас.

Энди ўзаро мос келган ва келмаганлигидан қатъий назар, эркеклар ва хотин-қизлар жавобларида энг кўп марта қайтарилган сифатларнинг рейтингига эътиборни қаратамиз. Қуйида келтирилган 3-жадвалда айнан шу сифатларнинг рейтинг ифодаланган.

3-жадвал.

Эркек ва аёллар жавобларида энг кўп марта қайд этилган шахсий сифатларнинг рейтинг кўрсаткичлари

| | Эркеклар n=65 | Ч нис | Аёллар n=100 | Ч нис |
|-----|-----------------|-------|-------------------------|-------|
| 1. | яхши суҳбатдош | 0,62 | гапга чечан, ҳозиржавоб | 0,82 |
| 2. | ўқимишли | 0,62 | меҳнаткаш | 0,79 |
| 3. | ақлли, оқила | 0,62 | ақлли, иқтидорли | 0,79 |
| 4. | лобар, чиройли | 0,58 | масъулиятли | 0,77 |
| 5. | салобатли | 0,58 | ўқимишли | 0,75 |
| 6. | меҳнаткаш | 0,58 | ишчан | 0,66 |
| 7. | дунёқараши кенг | 0,48 | самимий | 0,66 |
| 8. | доно, зукко | 0,45 | салобатли | 0,63 |
| 9. | кўркмас, дадил | 0,42 | фаол | 0,58 |
| 10. | замонавийлик | 0,7 | дунёқараши кенг | 0,58 |
| 11. | масъулиятли | 0,4 | оқила | 0,48 |
| 12. | | | сабр-қаноатли, чидамли | 0,48 |

Рақамлардан кўришиб турибдики, аввало, тадбиркор сифатида мустақил фаолият юритаётган хотин-қизлар имижига алоқадор энг кўп қайтарилган сифатлар борасида эркек респондентлар билан аёл респондентлар фикрларида муайян уйғунлик ва ўхшашлик мавжуд (3-жадвалга қаранг). Масалан, «ақлли, оқила», «ўқимишли», «меҳнаткаш», «лобар, чиройли», «дунёқараши кенг», «фаол», «масъулиятли», «салобатли» каби сифатлар иккила тоифа сўралувчилар жавобларида ҳам энг кўп марта қайтарилган сифатлардан бўлиб чиқди. Тўғри, рейтинг нуқтаи назаридан айрим сифатларнинг жавобларда жойлашуви турлича бўлса-да, уларнинг респондентларнинг ярмидан зиёдида қайд этилгани барибир ушбу сифатларнинг аҳамиятини таъкидлайди. Масалан, «ақлли» (0,62 / 0,79), «ўқимишли» (0,62 / 0,75), «меҳнаткаш» (0,58 / 0,79) кабилар ҳақиқатан ҳам юқори рейтингларда иккала гуруҳнинг фикрларида борлигини кўришимиз мумкин. Бевосита раҳбар хотин-қизларнинг ташқи имижига, қиёфасига алоқадор сифатларга келсак, улардаги «замонавийлик» (0,7) эркеклар жавобларида бор, лекин аёлларникида мутлақо йўқ. Раҳбар аёлнинг киришимлилиги, «яхши суҳбатдош» (0,62) эканлиги эркеклар жавобларида бор, хотин-қизлар жавобларида эса бу сифат «гапга чечан, ҳозиржавоб» (0,82) сифатида юқори рейтингда қайд этилган. Бу иккала ҳолат аслида хотин-қиз

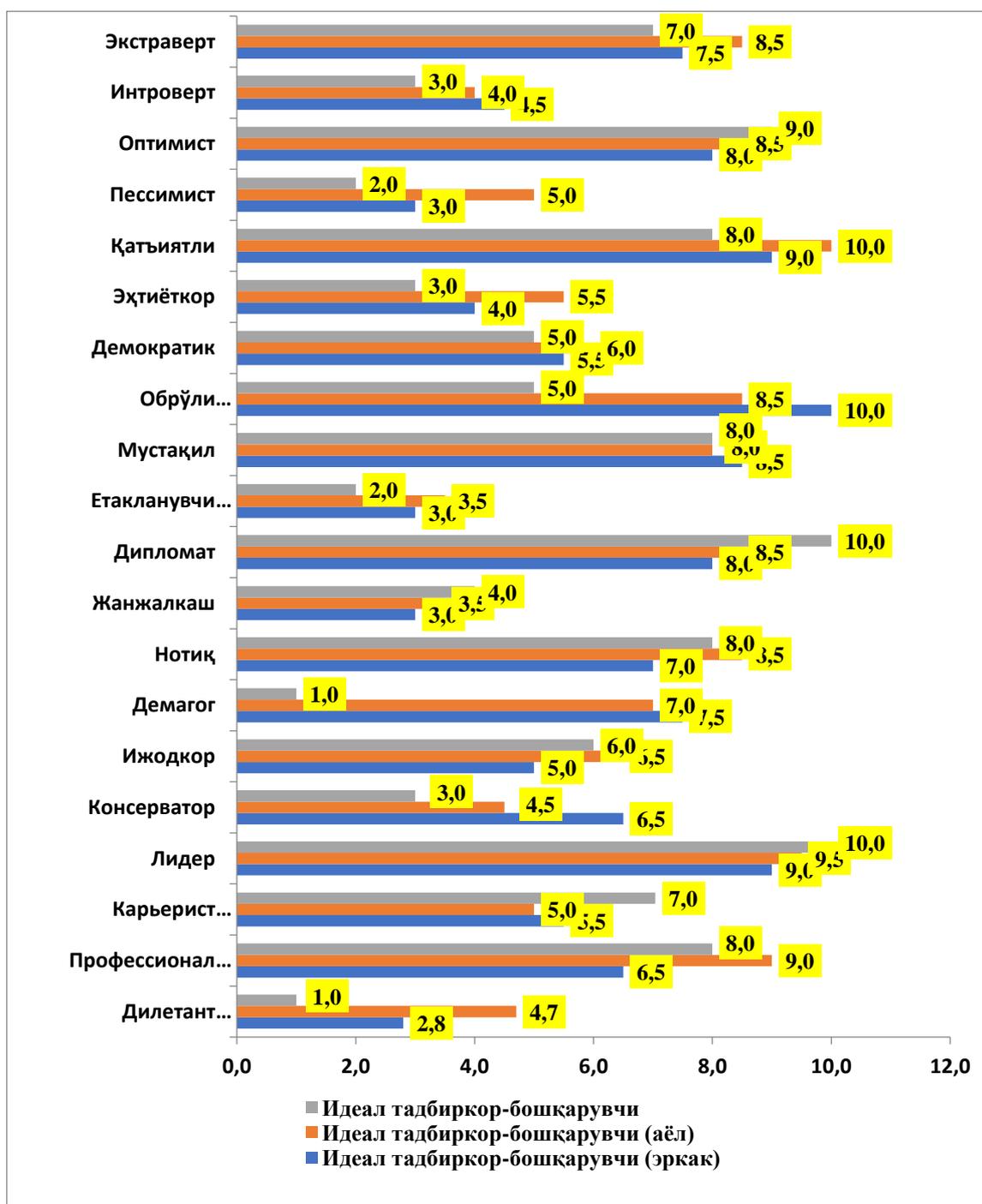
рахбарлардаги коммуникатив компетенциянинг мавжудлигидан дарак беради.

Эркаклар ижтимоий перцепцияда тадбиркор сифатида мустақил фаолият юритаётган аёлнинг ташқи имижига алоқадор сифатлар орасида «лобар, чиройли» (0,58), «ширинсўз» (0,37), «назокатли» (0,4), «иболи, ифбатли» (0,3), «мулойим» (0,19) кабиларни миллий қадр-қимматлар сифатида эътироф этилганини инобатга олган ҳолда, «замонавий» (0,7), «маданиятли» (0,35), «салобатли» (0,58), «мағрур» (0,17), «мода кетидан қувган» (0,24) каби сифатларнинг жавобларда ўз аксини топганлигини замонавий тадбиркор бошқарувчи аёл имижига берилаётган чизгилар сифатида қабул қилса бўлади. Чунки илгари эркакларнинг ижтимоий тасаввурларида бу каби янгича талқинлар бўлмаган. Айнан «замонавий», «маданиятли», «салобатли», «мағрур» каби талқинлар бу эркак жинсига хос сифатлар тарзида идрокка ўрнашиб қолган эди.

Хотин-қизларнинг жавобларига келсак, уларда ҳам ижтимоий перцепциянинг ташқи элементларини эътироф этиш ҳолатлари мавжуд. Энг кўп марта қайд этилган рейтинг баланд жавобларда бевосита имиж яратувчи сифатлар деярли бўлмаса-да, умуман берилган қолган жавобларда уларнинг ўрни бор. Масалан, 100 нафар блиц-сўров ёзганларнинг 18 нафари раҳбар аёлни «ёқимтой, дилкаш» деб, 20 нафари «гўзал, жозибали» деб, 30 нафари «лобар», 10 нафари «салобатли», 39 нафари «ўзига бино қўйган», 25 нафари «ораста», 28 нафари «назокатли», 9 нафари эса «нозик таъб» деб таърифлаган. Тўғри, бу сифатларнинг ҳаммаси ҳам раҳбар аёлни ижобий томондан тавсифламайди. Масалан, «ўзига бино қўйган» (0,39), «салобатли» (0,3), «нозик таъб» ((0,09) кабилар кўпроқ амбивалент сифатларга ўхшайди, чунки улар айнан хотин-қизлар билан ишлаганда, бир томондан, аёллик ғурурини тиклашда, уни баланд кўтаришга хизмат қиладиганга ўхшайди, лекин иккинчи томондан, айнан хотин-қизлар аудиторияси раҳбар аёлдан кўпроқ раҳбарлик компетенциясини таъминловчи сифатларни кутади. Лекин раҳбар аёлларнинг ўзгалар ва ўз психологик жинси вакиллари ижтимоий тасаввурларида интеллектуал, коммуникатив билимдонликни кўрсатувчи сифатлар қаторида назокатли, салобатли, ёқимтой, дилкаш, назокатли, ораста, лобар каби фазилатларнинг соҳибаси эканлигининг тан олинishi уларнинг ижобий имижига алоҳида ўрин тутади.

Танланган объектларда респондентларнинг раҳбар сифатидаги имижини ўрганиш учун биз рус тадқиқотчиси Ю.В. Андреева ўз изланишларида қўлланган «Раҳбар имижини шакллантирувчи услубларни баҳолаш» ҳамда «Раҳбарнинг имижини ташкил этувчи профессионал ва шахсий сифатларини баҳолаш» методикаларидан фойдаландик.

1-расмда келтирилган жавоблардаги кўрсаткичларни таҳлил қилиш шуни кўрсатдики, аввало лидер сифатида ўз идеалларидаги шахсни баҳолаш, ундан кейин самарали фаолият юритаётган эркак тадбиркор-раҳбар ҳамда худди шундай аёл тадбиркор-раҳбарларнинг психологик портретларида муайян ўзига хос қириллар мавжуд. Масалан, «лидер, «етакчи» сифатида уччала образ орасида идеал раҳбарни баҳолашда фикрларда уйғунлик мавжуд, бу – ҳар қандай идеал раҳбарга қўйиладиган сифатдир, яъни иккала гуруҳ вакиллари ҳам идеал раҳбардаги лидерликни юқори балларда – мос равишда 9 ва 9,5 балларда баҳолаганлар.



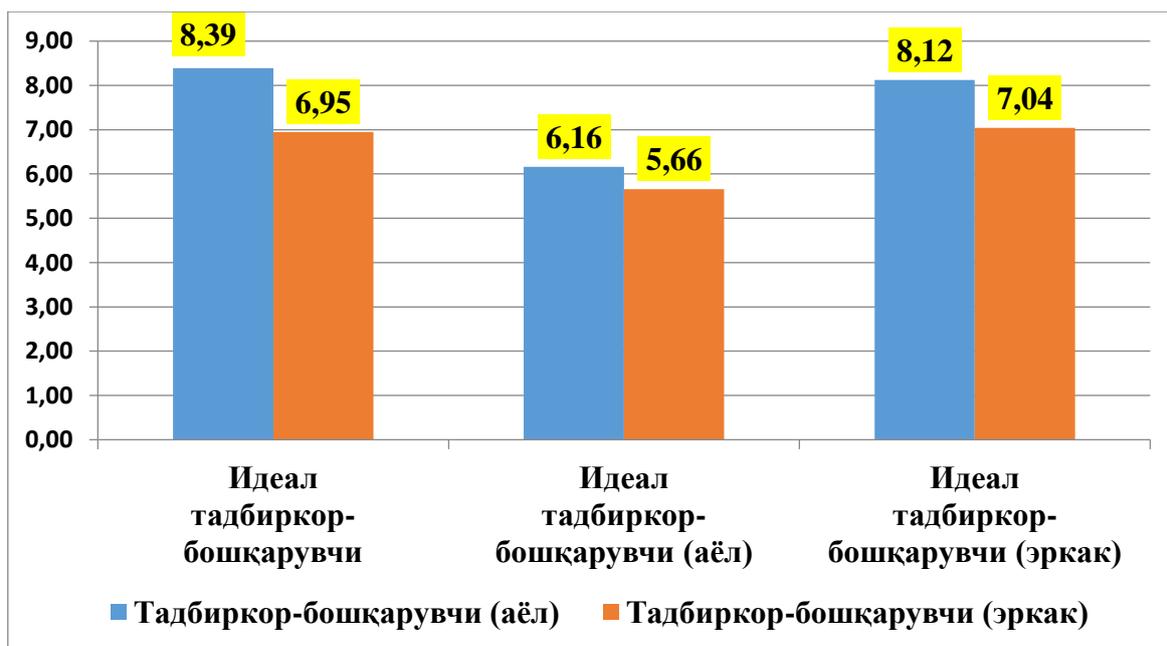
1-расм. Респондентларнинг тадбиркор-бошқарувчи (идеал, эркак ва аёл) борасидаги баҳолари.

Сўралувчиларнинг қайси раҳбарлик услубини афзал кўришлари борасидаги фикрларига келсак, уларнинг жавобларида негадир демократик услубга нисбатан пессимистик ёндашув бор, чунки иккала гуруҳ вакиллари ҳам идеал раҳбарда ҳам, аёл раҳбарларда ҳам ушбу бошқарув услубини тан олмаганлар: идеал раҳбарда мос равишда 5,5 / 6 баллдан; самарали фаолият юритаётган аёл раҳбарда ҳам мос равишда 4 / 5,5 баллдан. Аксинча, эркак раҳбарда бу услубни тан олиш кўрсаткичи юқорироқ: мос равишда 6,5 / 7 балл. Шу сабабли уларнинг авторитетга-обрўиликка муносабатларини кўрамиз.

Биз ушбу жавобларда келтирилган рақамларнинг қай даражада

объективлиликка мос келишини ўрганиш учун Ю.В. Андреевнинг яна бир методикасидан фойдаландик. Тадқиқот натижаларининг таҳлилига кўра, яъни уччала тоифа тадбиркор-раҳбарларни жамоани бошқариш маданияти нуқтаи назаридан баҳолаш шуни кўрсатдики, бу борада хотин-қизларнинг баҳолари эркаларникидан анча юқори балларда тавсифланди. Айниқса, «ўзига эргаштириш, руҳлантириш, жалб қилиш қобилияти» самарали фаолият кўрсатаётган аёл раҳбарларда юқори баҳоланди (8,8), шунга мос равишда «жамоани корпоратив руҳда ушлаб тура олиш қобилияти» ҳам ўртача 7,5 балл кўрсатгичида аниқланди. Бу масалада эркаларга берилган таъриф бироз пастроқ (мос равишда 6,0 ва 5,6). Лекин айнан эркалар «ходимларни танлаш ва ўз жойига қўйиш» (8,6) ва «қарорлар қабул қилишда дадиллик» (7,7) сифатлари бўйича аёллардан устун эканликлари хотин-қизлар томонидан эътироф этилди.

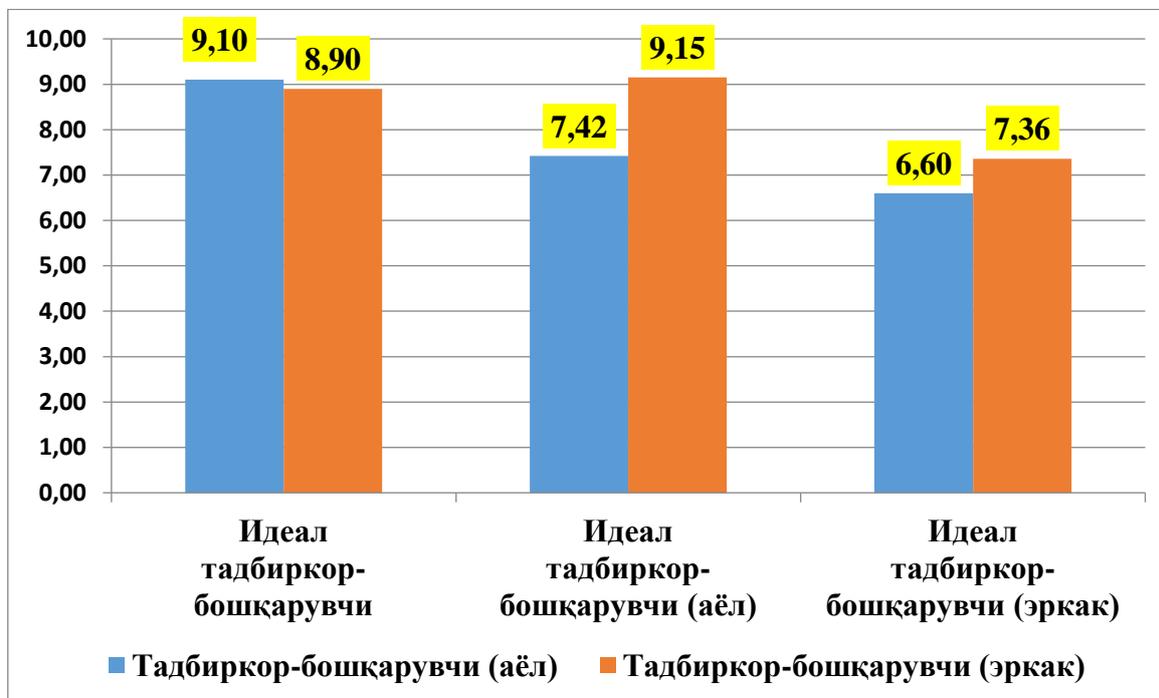
«Муомала маданияти» блоки бўйича баҳоланган кўрсаткичларни уччала шкала асосида ўртача арифметик қийматини ҳисобласак ҳам юқоридаги фикрларимизга миқдорий асос топган бўламиз. Масалан, иккала гуруҳ респондентлари орасида идеал раҳбарнинг имиж шакллантирувчи ва профессионал хусусиятлари ичида муомала маданиятига оид қирраларини юқорироқ баҳолаганлар бўлиб чиқди, чунки айнан улар идеал раҳбарни 8,39 баллда баҳолаганлар. Шуниси характерлики, ўртача қиймат бу борадаги эркалар фикрининг самарали фаолият юритаётган аёл тадбиркор-раҳбар сифатларига деярли яқинлаштирган. Чунки бундай тадбиркор-раҳбар аёл ҳам эрка тадбиркор-раҳбарлар фикрида 8,12 баллни олди. Демак, муомала борасида аёл тадбиркор-раҳбарлар идеал раҳбарга яқинлашиб қолган. Лекин хотин-қиз респондентлар бу борада ўзларининг психологик жинсдошларига нисбатан танқидий қараганлар, ўртача қиймат 7,04 баллни ташкил этган. Умуман уччала шкала бўйича ҳам аёл тадбиркор-раҳбарларнинг баҳолари пастроқ (мос равишда 6,95; 7,04 ва 5,66).



2-расм. «Муомала маданияти» блокада эркак ва аёл тадбиркор-раҳбарларнинг берган жавоблари қиёси.

Иккинчи расмда ушбу қийматларнинг фарқи визуал кўрсатилган бўлса, рақамлар ўртасидаги фарқнинг статистик самараси жадвалда акс эттирилган. Шундай қилиб, замонавий раҳбар тадбиркор ва раҳбар аёлнинг муҳим гендер жиҳати бу унинг мулоқотга чечанлиги, киришимлилиги ва нотиклигидир. Дарҳақиқат, хотин-қизларнинг раҳбарликка даъвогарлик қилишининг муҳим мезони ҳам айнан уларнинг фикрлари кимлардир томонидан тан олинаётгани, кўпчилиكنинг ўртасида ўзини йўқотмаслиги, ўз фикр-мулоҳазаларини ўзгаларга етказа олишда ўзларини дадил тутишларидир.

Бизнинг фикримизча, бу сифатлар раҳбар аёлдаги ахлоқий фазилатлар билан уйғунлашган тақдирда янада жозибали ва самарали кечади. Шу боис ҳам биз Ю.В. Андреева методикасидаги охириги – муҳим блокка алоҳида эътибор қаратдик. Бу блок саволларини ҳам барча қолган блокларга ўхшаш таҳлил қилгач, олинган маълумотларни иккала респондентлар гуруҳи бўйича умумлаштириб, эмпирик хулосалар чиқардик (3-расмга қаранг).



3-расм. «Ахлоқий маданият» блокада эркак ва аёл тадбиркор-раҳбарларнинг берган жавоблари қиёси.

Тадқиқотда қўлга киритилган натижалар, муайян маънода тадбиркор-раҳбар аёллар ҳамда эркакларнинг бугунги ахлоқий қиёфасини ифодалайди. Иккала гуруҳ фикрларида идеал раҳбарни баҳолашда яқинлик бўлсада (мос равишда 9,1 ва 8,9), самарали фаолият кўрсатаётган тадбиркор-раҳбар аёлдаги ахлоқий фазилатларнинг тадбиркор-раҳбар эркаклар томонидан эътироф этилишини акс эттирувчи рақамларда тадбиркор-раҳбар эркаклар фикрлари тадбиркор-раҳбар аёлларнинг ўзлари тўғрисидаги фикрларидан анча ижобий, агар тадбиркор-раҳбар эркаклар бу томондан тадбиркор-раҳбар аёлларни 9,15 баллда баҳолаган бўлсалар, хотин-қизларнинг жавоблари бўйича бу рақам ўртача 7,42 баллни кўрсатмоқда. Бизнинг фикримизча ҳам, замонавий ўзбек

тадбиркор-рахбар аёли учун жамиятдаги ахлоқ нормаларига бўйсуниб, уларни тан олиш ва кундалик фаолиятда, одамлар билан ишлаганда, айниқса, хотин-қизлар билан ишлаб, ўз иқтидорлари ва истеъдодларини намоён этишда ақлий-иродавий сифатлардан ҳам айнан муомала маданияти ва ахлоқийлик катта инсоний аҳамиятга эгадир. Бу сифатларнинг мавжудлигини тадбиркор-рахбар эркаклар томонидан тан олиниши эса аёл тадбиркор-рахбарларнинг катта ютуғи, деб ҳисоблаймиз.

Шунингдек, С.С.Носовнинг «Сизнинг раҳбарлик имижингиз» сўровнома тести ўтказилган.

1. Инсоннинг кийиниши уларга бўлган муносабатингизга таъсир қиладими?
2. Кийим-кечак ва зебу-зийнатлардан фойдаланишда урф бўлган кийиниш услубига риоя қилишга ҳаракат қиласизми?
3. Сиз дўкон витринаси олдидан ўтиб кетаётиб, ойнада ўз аксингизни кўрганингизда, тўхтаб, ташқи кўринишингизга эътиборни қаратасизми?
4. Ташқи кўринишга қараб жинойтчи типини аниқлаш мумкинми?
5. Нутқ сўзлаётганингизда ташқи кўринишингиз қандай эканлигини тасаввур қилишга ҳаракат қиласизми?
6. Қимматбаҳо зебу-зийнатлардан фойдаланишга ҳаракат қиласизми?
7. Нутқингизда ноўрин (вайсаки) сўзлар йўқлигига ишонч ҳосил қиласизми?
8. Кийинишдаги қулайликдан кўра, сиз учун кийим услуби муҳимроқми?
9. Йўлда кетаётиб кийимларингиз бирданига яроқсиз ҳолатга келиб қолса, ҳамкасбларингиз билан режалаштирилган учрашувни бекор қила оласизми?

Ўтказилган сўровнома натижаларини таҳлил қилар эканмиз куйидагиларни алоҳида натижаларини таҳлил қилар эканмиз куйидагиларни алоҳида эътироф этиш мақсадга мувофиқдир. Эркак тадбиркорлар раҳбар ташқи имижининг намоён бўлишини диагностикасида ўз қарашларини баён этишар эканлар, «Инсоннинг кийиниши уларга бўлган муносабатингизга таъсир қиладими?» ва «Йўлда кетаётиб кийимларингиз бирданига яроқсиз ҳолатга келиб қолса, ҳамкасбларингиз билан режалаштирилган учрашувни бекор қила оласизми?» деган саволларга 62 нафар респондентнинг ҳаммаси «ҳа» деб жавоб беришгани боис улар ўртасидаги ўзаро корреляцион боғлиқликни аниқлашни имкони бўлмади.

Лекин, кийим-кечак ва зебу-зийнатлардан фойдаланган ҳолда, сўнги урфда кийинишга риоя қилиш ҳақидаги қарашлари бирор тадбир(мажлис)да нутқ сўзлаётганда ўз ташқи кўриниши қандай эканлиги тўғрисида аниқ тасаввурга эга ўртасида ўзаро боғлиқлик юқори даражада қайд этилиб (0,709), мамлакатимиз эркак тадбиркор-рахбарлари ҳам бу борада дунё амалиётидаги харизматик услубга яқинлашиб бораётганлигидан далолат беради. Шунингдек, ушбу қарашлари ҳақидаги собитликни кийинишдаги қулайликдан кўра, кийим услубини муҳимроқлиги афзал эканлиги жавоблари билан ҳам мустаҳкамлаб қўйишади (0,597).

Аёл тадбиркорларнинг раҳбарлик имижи ҳақидаги шахсий қарашларининг ўзаро корреляцион боғлиқлиги (n=88)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
|---|----------|---------|----------|----------|--------|--------|-------|--------|---|
| 1 | 1 | | | | | | | | |
| 2 | -0,206 | 1 | | | | | | | |
| 3 | 0,338** | 0,312** | 1 | | | | | | |
| 4 | 0,097 | -0,097 | -0,146 | 1 | | | | | |
| 5 | 0,203*** | -0,005 | -0,058 | 0,062 | 1 | | | | |
| 6 | 0,145 | -0,089 | 0,250*** | -0,167 | -0,231 | 1 | | | |
| 7 | -0,024 | 0,089 | -0,125 | 0,375** | -0,058 | 0,000 | 1 | | |
| 8 | 0,032 | 0,078 | -0,218 | 0,236*** | 0,138 | -0,109 | 0,109 | 1 | |
| 9 | 0,082 | 0,121 | 0,536 | -0,185 | 0,040 | 0,185 | 0,021 | -0,207 | 1 |

Раҳбарлик имижи ҳақидаги шахсий қарашлар ҳақидаги гендер тафовутланиш ҳақида сўз юритар эканмиз аёл тадбиркорларнинг фикри эркакларникидан фарқланади. Жумладан, аёл тадбиркор-раҳбарларнинг фикрича, инсоннинг кийинишига қараб, унга бўлган муносабат ўзгаради, ва шу боис ҳам аёллар дўкон витринаси олдидан ўтиб кетаётиб ҳам, ойнада ўз аксини кўрганларида, тўхтаб, ташқи кўринишларига алоҳида эътиборни қаратишади (0,338). Шунингдек, омма олдида чиқиш қилаётганда аёл тадбиркор-раҳбар ўз ташқи кўриниши ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлиши учун ҳам кийим-кечак ва зебу-зийнатлардан фойдаланиб, сўнгги урфда кийиниш масаласига ижобий баҳо беради (0,312) ҳамда бу борада эркак тадбиркор-раҳбарлар фикрига муштарак эканликларини намоён қилишади.

Аёл тадбиркор раҳбарнинг фикрича, ташқи кўринишда шахс типини, айниқса, шубҳали шахс тасаввурини жонлаштиришда, кишининг нутқидаги ноўрин (вайсақи) сўзлар кўплиги алоҳида аҳамият касб этади (0,375). Ва бунда эркаклар фикрига қарама-қарши фикр намоён бўлиб, шунга кўра, «кийим услуги» муҳимроқдир (0,236).

Шундай қилиб, ўтказилган барча тадқиқотларимиз хотин-қизлар бошқарувининг менежментда самарали эканлигини кўпроқ исбот қилади ва бунда аёл табиатига хос бўлган жиҳатлар муайян ижобий роль ўйнаши ўз исботини топди. Хотин-қизларни бошқарув ва раҳбарлик фаолиятига ўқитиш тизимида биз қўлга киритган барча эмпирик натижаларни инобатга олиш ва уларни самарали иқтисодий фаолиятини таъминлашга эришиш лозим.

ХУЛОСА

«Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хослиги» мавзусидаги диссертация бўйича олиб борилган тадқиқотлар натижаси қуйидаги хулосаларни илгари сурди:

1. Биз ўтказган тадқиқотларимизга таянган ҳолда тадбиркорлик соҳаларида фаолият юритаётган раҳбар ва иш юритувчиларнинг, тадбиркорликка мойиллиги ҳамда бизнес қобилиятларининг шаклланишини таъминловчи

коммуникативлиликнинг ижтимоий-психологик хусусиятларини гендер фарқлари мавжудлигини асосланди.

2. Миллий-маданий муҳитнинг таъсирини тарбиркорларда бошқарув фаолияти бўйича такомиллаштириш натижасида мотивацион соҳадаги ахлоқий когницияларининг ўзаро уйғун гендер стереотипларнинг трансформациясининг ижтимоий-психологик жиҳатларини шакллантирилди.

3. Хотин-қизлар тадбиркорлиги аёлларни иқтисодий демократик ўзгаришларга жалб этишнинг самарали усулидир: хусусий ва (ёки) оилавий тадбиркорликда турли вазиятларда самарадорликка эришишнинг ўзига хос гендер хусусиятлари аниқланган: эркаклар учун – агрессив ва авторитар бошқарув усули билан, аёллар орасида - уларнинг шарқона тарбия ва интеграция шаклидаги коммуникатив малакалари, ўзларининг шахсияти ҳақида ижобий таассурот қолдириб, бошқаларга таъсир қилишлари, тадбиркор аёлларнинг леморик бошқарув услуби уларнинг коммуникатив компетенцияси билан муваффақиятли уйғунлаштирилди.

4. Тадқиқотимизда аксиологик ва этнопсихологик мезонларни эркаклар хулқ-атвори мотивлари билан солиштириб, тадбиркорлик фаолиятида аёлларнинг мавқеига таъсир этувчи сегрегацияни бартараф этишнинг гендер хусусиятлари ўрганилган. Икки жинс вакиллариининг хулқ-атворининг гендер таҳлили ўтказилиб, маҳаллий кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларида бошқарув ва (ёки) ишлаб чиқариш фаолиятини амалга оширувчи аёлларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш дастурлари бўйича ижтимоий-психологик таклифлар ишлаб чиқилди.

5. Тадбиркорлик типининг юқори даражаси кузатилган раҳбар аёллар фаолиятида мағлубиятдан қочиш истаги, мотивацияси юқори ва улар ўзларига ишонадилар. Ижтимоий тип юқори даражада кузатилган раҳбар аёлларга баъзи психологик хусусиятлар, яъни фаоллик, мулоқотчанлик, эмоционаллик, таъсирланувчан бўлиш ва ўз меҳнатларига жиддий ёндашиш хослиги аниқланди.

ТАВСИЯЛАР

Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг гендер ва этнопсихологик ўзига хослиги мавзусидаги диссертацияни ўрганиб қуйидаги амалий таклифларни беришимиз мумкин:

1. Тадбиркорлик фаолияти субъектлари сифатида аёлларнинг жами тадбиркорлик субъектларига нисбатан улушини барқарор ошириш режасини ишлаб чиқиш, «Аёл–тадбиркор» мавзусида теледебатлар уюштириш ва уларга хотин-қизларни таклиф этиш мақсадга мувофиқдир.

2. Олий Мажлис Сенати Хотин-қизлар ва гендер тенглик масалалари қўмитаси қошида Ўзбекистоннинг иқтисодий-ижтимоий ҳаётида тадбиркор хотин-қизларнинг ўрни, уларнинг давлат бошқарувидаги иштироқи, тадбиркорлик фаолияти билан боғлиқ гендер, этнопсихологик муаммоларни

тадқиқ қилувчи «Ўзбекистонда гендер ва этнопсихологик тадқиқотлар институти»ни ташкил этиш мақсадга мувофиқ.

3. Кичик бизнес, хотин-қизларнинг тадбиркорлиги Олий Мажлис Сенати Хотин-қизлар ва гендер тенглик масалалари қўмитаси томонидан доимий ўрганилиб, мониторинг ўтказилиб, бу борада Олий Мажлиснинг Ахборотномаси жорий этилиб, ундаги маълумотлар ҳар йили эълон қилиб борилиши даркор.

4. Тадқиқотда қўлга киритилган маълумотлар асосида таъкидлаш мумкинки, аёллар, шу жумладан, бола туғилиши сабабли, меҳнат фаолиятини қанча кеч бошласа, у ишга жойлашишда ва иш жойига кейинчалик мослашишда шунчалик кўп қийинчиликни бошидан кечиради ҳамда унда «умиди узилган ишсиз» туйғуси шаклланиши эҳтимоли катта бўлади. Шунинг учун Ўзбекистон Республикаси Маҳалла ва оилани қўллаб-қувватлаш вазирлиги ва унинг жойлардаги идораларида аёллар ва эркаклар тадбиркорлигини йўлга қўйишдаги гендер ва этнопсихологик сегрегацияларни олдини олишга қаратилган тизимли ишларни йўлга қўйиш лозим.

5. Жойларда аёлларнинг ўз бизнесини ташкил этиш ва юритиш кўникмаларини шакллантириш, бизнес ғояларини тайёрлашда консултатив ёрдам бериш, шу жумладан, лойиҳа бизнес-режасини тайёрлаш, солиққа тортишнинг турли режимларини танлаш ва қўллаш, бухгалтерия ҳисобини юритиш, замонавий ахборот технологияларидан фойдаланиш ва бошқа йўналишлар бўйича қисқа ўқув курсларини ташкил этиш лозим.

6. Олий ўқув юртларида хотин-қизлар ва эркаклар тадбиркорлигининг гендер ва этнопсихологик хусусиятларини кенгроқ ёритишга мўлжалланган ва улардаги зарарли ҳолатларни бартараф этишга бағишланган ўқув дастурларини ишлаб чиқиш ҳамда уни тизимли ўқитишни йўлга қўйиш мақсадга мувофиқ.

7. «Бизнес омбудсман» фаолиятини тартибга солувчи Низомга хотин-қизлар ва эркаклар тадбиркорлигининг гендер ва этнопсихологик хусусиятларига доир сегрегатив ҳолатларни бартараф этиш ва бу билан боғлиқ ҳуқуқбузарликларни бартараф этишга қаратилган бандини киритиш керак.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ PhD.03/30.12.2021.P.26.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
ПЕДАГОГИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

АНДИЖАНСКИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ

САТВАЛДИЕВ АЗИЗЖОН АХМАДЖАНОВИЧ

**ГЕНДЕРНЫЕ И ЭТНОПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ
МАЛОГО БИЗНЕСА И ЧАСТНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В
УЗБЕКИСТАНЕ**

19.00.05 – Социальная психология. Этнопсихология.

**АВТОРЕФЕРАТ
ДИССЕРТАЦИИ ДОКТОРА ФИЛОСОФИИ (PhD)
ПО ПСИХОЛОГИЧЕСКИМ НАУКАМ**

Ташкент – 2022

Тема диссертации зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за номером B2022.1.PhD/ P 161.

Диссертация выполнена в Андигданском машиностроительном институте.

Автореферат диссертации на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме)) размещен на веб-странице по адресу www.tdpu.uz, а также на Информационно-образовательном портале «ZiyoNet» по адресу www.ziyo.net.uz

Научный руководитель:

Каримова Василя Маманосировна
доктор психологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Кодиров Умарали Дустқобилович
доктор психологических наук (DSc), доцент

Шойимова Шохиста Санакуловна
кандидат психологических наук, доцент

Ведущая организация:

Ташкентский государственный университет востоковедения

Защита диссертации состоится «__» _____ 2022 г. в __ часов на заседании Научного совета PhD.03/30.12.2021.П.26.02 при Ташкентском государственном педагогическом университете (Адрес: 100047, г. Ташкент, Чиланзарский район, ул. Бунёдкор, 27. Тел.: (+99871) 276-80-86; факс: (+99871) 276-76-51; e-mail: tdpu_kengash@edu.uz).

С докторской диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного педагогического университета (зарегистрирован за № ____). Адрес: 100185, г. Ташкент, Чиланзарский район, ул. Бунёдкор, 27. Тел.: (+99871) 276-80-86; факс: (+99871) 276-76-51.

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2022 года (реестр протокола рассылки № ____ от _____ 2022 года).

Ф.А.Акрамовна
Председатель научного совета по
присуждению ученых степеней,
д.психол.н., профессор

Н.Б.Атабоева
Учечной секретарь Научного совета
по присуждению ученых степеней,
доктор философии по психологическим
наукам (PhD), доцент

З.Т.Нишоновна
Председателя научного семинара
при научном совете по присуждению
ученых степеней, д.п.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и необходимость темы диссертации Тот факт, что основная часть занятого населения в развитых странах мира работает в сфере малого бизнеса, создает необходимость повышения эффективности профессиональной, то есть предпринимательской деятельности представителей этой сферы. Поэтому на прошедшей 11-17 марта 2019 года 63-й сессии Комиссии ООН по положению женщин Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш заявил: «Там, где женщины активно участвуют в политической и общественной жизни, растет экономика, укрепляется стабильность, повышается благосостояние граждан» и ведется планомерная работа по вопросу обеспечения гендерного равенства, политических и экономических прав мужчин и женщин в предпринимательской деятельности.

В мире особое внимание уделяется реализации социально-этнопсихологических взглядов, таких как обеспечение гендерного равенства в деятельности малого бизнеса и частного предпринимательства, исследование этнопсихологических основ деятельности в связи с этим, соблюдение критериев надежности, открытости, инициативы в развитие промышленности, инновационная деятельность, высокая культура. В частности, в этих исследованиях особое внимание уделяется научным исследованиям по устранению различных препятствий в процессе эффективного повышения этой активности на основе выявления социально-психологических проблем частного предпринимательства, мотивации, факторов риска, гендерных аспектов творчества.

В последние годы в качестве актуальной задачи определена важность учета гендерной и этнопсихологической специфики развития малого бизнеса и частного предпринимательства, создаются нормативные основы. «Создание условий для овладения женщинами современными профессиями, ...широкое вовлечение женщин в предпринимательскую деятельность» и «внедрение системы обучения, направленной на формирование необходимых навыков в сфере предпринимательства у населения, поддержку предпринимательства, населения и других субъектов малого предпринимательства». представителей «создание системы, направленной на расширение и развитие своей деятельности путем реализации своего потенциала» определяется как актуальная задача, и требуется углубление научных исследований в этом направлении.

Постановление Президента Республики Узбекистан № ПФ-60 от 28 января 2022 года «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы», PQ-4231 от 7 марта 2019 года «Дополнительные меры по вовлечению населения в предпринимательство и развитию семейного предпринимательства в регионах" о мероприятиях", № PQ-4862 от 13 октября 2020 года "О дополнительных мерах по совершенствованию системы привлечения населения к предпринимательству и развитию предпринимательства", № PQ-5041 от 27 марта, 2021 «Дополнительные меры, реализуемые в рамках программ развития

семейного бизнеса». Настоящая диссертация в определенной мере служит реализации задач, определенных в Постановлениях «О мероприятиях» и других нормативных правовых документах, связанных с темой.

Соответствие исследования с приоритетным направлениями развития науки и технологий республики. Данное исследование проводилось в рамках первого приоритета развития науки и технологий республики I. «В социальном, правовом, экономическом, культурном, духовном и образовательном развитии информированного общества и демократического государства формирование системы инновационных идей и способов их реализации».

Степень изученности проблемы. Изучение гендерных и этнопсихологических особенностей частного предпринимательства и феноменологических факторов мотивов, связанных с социальным поведением женщин, особенно в современных условиях создания возможностей для развития частного и семейного бизнеса. В области психологии эту область исследовали И.Г.Гафарова, А.У.Эльмуратова, В.М.Каримова, Ш.М.Улгуова, Н.Ш.Умарова, Г.О.Очилова, О.Э.Хаитов, Ш.С.Шойимова.

Сексуальное самосознание человека, психологические взгляды на гендерные характеристики в рефлексивных процессах исследовали такие учёные как В.А.Аверин, Т.В.Бендас, М.В.Бучацкая, Г.Волкова, Т.П.Данилова, С.А.Карташов, А.Китов, Я.Н.Коломинский, Ф.Кузин, М.И.Лисина, Г.В.Миллар, Л.Н.Охигова, В.Попов, А.Филиппов, Н.В.Плисенко; социальные восприятия и установки, социально-психологические концепции социальных стереотипов В.Агеев, А.Антонов, Г.Андреева, А.Донцов, И.Кон, Б.Паригин, предпринимательство, гендерная специфика производственного процесса, исследование их сущности Т.С.Вавакина, А.Журавлев, О.В.Лукьянов, Э.Остащенко, В.Позняков, Б.Рейсберг, О.И.Титова.

Г.Гейманс, Э.Джонс, Р.Кентер, К.Кессель, Дж.Ландау, А.Маслоу, Д.Майерс, Д.Маршалл, Д.Маршалл, Т.Горняки, Э.Сюллеро в исследовании С.Уолша напрямую не рассматривают вопросы женской социально-политической активности, но они исследуют гендерное равенство, психофизиологические характеристики мужчин и женщин, семейные отношения и влияние традиционного образа жизни на менталитет и социальную активность женщин.

Связь темы диссертации с планами научно-исследовательских работ высшего образовательного учреждения, где выполнена диссертация. Диссертационное исследование выполнено в рамках практического проекта ПЗ-2014-0913113120 на тему «Экономические демографические факторы стабильного развития семьи (2015-2017 гг.)» в рамках плана научно-исследовательских работ Андижанский институт машиностроения

Целью исследования являются эмпирическое изучение социально-психологических различий и этнопсихологических специфических особенностей малого бизнеса и частного предпринимательства на примере

женщин и мужчин, осуществляющих предпринимательскую деятельность, а также разработка необходимых практических рекомендаций.

Задачи исследования:

эмпирическое изучение в рамках национальной культуры общения склонности к предпринимательству как у женщин, так и у мужчин, а также социально-психологических и гендерных особенностей бизнес-способностей у представителей двух полов, осуществляющих управленческую и производственную деятельность в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства;

систематизация приоритетных аспектов мотивации деятельности женщин и мужчин предпринимателей, личностных качеств, ценностей, личных установок, гендерных и этнопсихологических особенностей доверия, связанных с их социальным и семейным статусом и заинтересованностью;

исследование проявления узбекистанскими предпринимателями в условиях глобальных изменений, в рамках национальных ценностей, специфических особенностей социальных представлений женщин о предпринимательстве и о бизнесменах;

изучение гендерной специфики проявления в различных ситуациях этнопсихологических особенностей стилей управления собственным бизнесом, проявления феномена интеграции и интрации коммуникативно-демократического управления у женщин с попыткой оставить положительное впечатление у окружающих, и своего рода агрессивном управлении у мужчин;

разработать социально-психологические предложения к программе подготовке, переподготовки и (или) повышения квалификации женщин, осуществляющих управленческую и делопроизводственную деятельность в местном малом бизнесе и частного предпринимательстве.

Объектом исследования являются 305 мужчин и женщин – управляющих субъектами семейного, среднего и малого бизнеса.

Предметом исследования являются личностные предпринимательские качества, этнопсихологические и гендерные аспекты мотивов, обеспечивающие достижение успеха в бизнесе.

Методы исследования. В исследовании, беседе, интервью, контент-анализе результатов блиц-опроса на тему «Кто сегодня является женщиной-предпринимателем-менеджером, качества, которые ее ценят», проведены специальные ИПС (авторские разработки), помогающие определить пол и этнопсихологическая идентичность малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане, методика оценки стилей «Формирователь имиджа руководителя», методика «Оценка профессиональных и личностных качеств, составляющих образ руководителя» (модификация В.М. Каримовой по Ю.В. Андреевой), С.С. Носова метод «Ваш лидерский образ»; С помощью математических и статистических методов, процентного анализа, t-критерия Стьюдента количественные показатели, полученные в ходе исследования, были обработаны с качественной точки зрения.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

доказано феноменологическим аспектам, связанным с социальным статусом руководителей и работников малого бизнеса и частного предпринимательства, формирование «предпринимательских наклонностей» и «деловых качеств» на основе приоритета социально-познавательного компонента основывается на наличии гендерные различия в социально-психологических характеристиках общения;

доказано влияние национально-культурной среды на организацию управленческой деятельности в частном предпринимательстве, за счет гармоничного развития эрудиции и нравственных познаний в мотивационной сфере личности и перехода на ценностный уровень, трансформации гендерных стереотипов имеет социально-психологическую основу;

обоснование восточной интеграции мужского агрессивно-авторитарного стиля управления и женских коммуникативных навыков доказано, что гендерные различия наблюдаются в организации частной и семейной предпринимательской деятельности за счет дифференциации образов «идеального мужчины-предпринимателя» и «идеального предпринимателя. женщина» в принятии решений, смелость в принятии решений, экстраверсия, оптимизм, лидерские качества;

доказывается на основе контент-анализа необходимость аксиологических и этнопсихологических критериев, по проявлению когнитивных качеств во внешности человека и образе лидерства в устранении сегрегации, влияющей на положение женщин в предпринимательской деятельности.

Практические результаты исследования следующие:

систематизированы и реализованы взгляды на гендерные и этнопсихологические аспекты мотивации деятельности женщин и мужчин, занимающихся частным предпринимательством, их личностные особенности, ценности, личные убеждения, связанные с интересом собственного статуса, доверием;

внедрен социально-психологический опросник для определения связи частного предпринимательства с управленческой деятельностью и его трансформацией с национально-культурной средой, национальной психологией, методами воспитания, гендерными стереотипами, существующими в обществе;

этнопсихологические аспекты коммуникативного управления в частном и (или) семейном бизнесе путем создания положительного впечатления о себе у мужчин и путем создания положительного впечатления о себе, восточных манер и заискивания, методическое исследование того, как проявляется культура поведения у женщин социальное поведение при воздействии на других путем оставления на них впечатления в различных ситуациях информация внедряется в бизнес-тренинги;

практическое изучение гендерной идентичности представителей разных полов используется при разработке теоретического заключения, практических рекомендаций и предложений, разработке гендерного менеджмента.

Достоверность результатов исследования выражается в издании статей в материалах республиканских и международных научных конференций, специальных журналах ВАК и зарубежных научных журналах, изданной монографии и рецензии на неё, внедрении в практику выводов, разработанных предложений и рекомендаций, подтверждении полученных результатов со стороны компетентных организаций.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования выражается в том, что выдвинутые в нём научные выводы о специфических особенностях личностных качеств предпринимателя, в частности, совершенствование обучения, повышения квалификации и переподготовки новой формируемой категории женщин-предпринимателей, связи гендерной психологии в управлении с национальной культурной средой, национальными традициями в ней, духовными ценностями, сохраняемыми на протяжении веков в сознании народа, способами воспитания, существующими в обществе гендерными стереотипами могут служить научно-методической основой для исследований, направленных на устранение проблем, препятствующих изучению и совершенствованию проблем повышению активности женщин в социальной, политической, экономической, культурной жизни, сущности, генезиса и места в жизни человечества гендерного равенства, эмансипации, движения феминизма.

Разработанный в этом исследовании ряд категориальных понятий служит обогащению, научно-методической основой таких сфер науки, как «Гендерная философия», «Гендерная психология», «Методика организации связей с общественностью», а также определённым теоретическим источником для связанных с проблемой лекций, учебных пособий, учебников и дальнейших исследований по данному направлению.

Практическая значимость результатов исследования выражается в том, что результаты, теоретические выводы и категориальные понятия, полученные в исследовании путём эмпирического анализа, обогащают новыми данными такие науки, как «Гендерная философия», «Гендерная психология», «Методика организации связей с общественностью» и «Социальная психология», вместе с тем результаты создают возможность для системной трактовки свойственных национальному менталитету этнопсихологических и гендерных особенностей участников малого бизнеса и частного предпринимательства в деятельности Управлений Министерства Республики Узбекистан по работе с семьёй и махалли, «Центров духовности и просветительства», ассоциации «Женщина-предприниматель», ассоциации «Хунарманд» («Ремесленник»), а также организации духовно-просветительских мероприятий этого направления, создании гендерной философии, подготовки научных докладов на темы «Женщина и государство», «Женщина и общество», «Женщина и предпринимательство», организации специальных курсов.

Внедрение результатов исследования. На основании научных результатов по определению гендерно-этнопсихологических особенностей частного предпринимательства в Узбекистане:

доказанные сведения о феноменологических аспектах, связанных с социальным статусом руководителей и работников малого бизнеса и частного предпринимательства, формирование «предпринимательских наклонностей» и «деловых качеств» на основе приоритета социально-познавательного компонента, которые основывается на наличии гендерных различий в социально-психологических характеристиках общения включён в модуль «Социальная психология» на основании приказа №9 Учебно-научного центра психологии от 19 августа 2020 г. (Справка № П-М-9-г Учебно-научного центра психологии ТГПУ от 19 августа 2020 г.). В результате были достигнуты феноменологические аспекты частного предпринимательства, связанные с гендерным статусом личности, совершенствование позитивных возможностей социально-психологической и гендерной идентичности деловых качеств женщин;

научные предложение по доказанию влияния национально-культурной среды на организацию управленческой деятельности в частном предпринимательстве, за счет гармоничного развития эрудиции и нравственных познаний в мотивационной сфере личности и перехода на ценностный уровень, трансформации гендерных стереотипов, которая имеет социально-психологическую основу использован в выполнении проекта «Самый передовой бизнес среди женщин и девушек» Андижанской области отдела поддержки соседства и семьи, а также использован при разработке конкурсного проекта установленных на 2020 год отделом занятости Андижанской области (Справка №02-02/448 Министерства соседства и поддержки семьи Республики Узбекистан от 25 февраля 2021 года, справка №01/00-03/09-5753 Министерства занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан от 19 января). В результате достигнуто повышение эффективности формирования общественных отношений, положительное влияние национально-культурной среды на предпринимательскую активность женщин;

обоснованные сведения о интеграции мужского агрессивно-авторитарного стиля управления и женских коммуникативных навыков доказано, что гендерные различия наблюдаются в организации частной и семейной предпринимательской деятельности за счет дифференциации образов «идеального мужчины-предпринимателя» и «идеального предпринимателя». женщина» в принятии решений, смелость в принятии решений, экстраверсия, оптимизм, лидерские качества включен в модуль «Социальная психология» на основании приказа №9 Учебно-научного центра психологии от 19 августа 2020 г. (Справка № П-М-9-г Учебно-научного центра психологии при ТГПУ от 19 августа 2020 г.). В результате достигнуто повышение эффективности формирования коммуникативных компетенций женщин, занимающихся частной и (или) семейно-хозяйственной деятельностью через семейную среду;

доказываемые материалы на основе контент-анализа о необходимости аксиологических и этнопсихологических критериев, по проявлению когнитивных качеств во внешности человека и образе лидерства в устранении сегрегации, влияющей на положение женщин в предпринимательской деятельности включен в модуль «Семейная психология» на основании приказа №9 Учебно-научного центра психологии от 19 августа 2020 г. (Справка №П-М-9-г Учебно-научного центра психологии при ТГПУ от 19 августа 2020 г.). В результате были усовершенствованы темы учебной дисциплины «Этнопсихология и психология религии» с теоретическими представлениями и практическими рекомендациями по гендерным особенностям, территориальным, этнопсихологическим, экологическим, религиозным, идеологическим, историческим и культурным аспектам преодоления сегрегации, влияющей на положение женщин в предпринимательской деятельности.

Апробация результатов исследования. Результаты данного исследования апробированы на 5 международных и 7 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 18 научных работ, в том числе, 6 статей в научных изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссии Республики Узбекистан к публикации основных научных результатов диссертаций, из них 3 – в республиканских научно-методических журналах, 3 – в зарубежных журналах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, 7-ми параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 123 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **введении** диссертации обоснована актуальность и необходимость темы диссертации, изложены обзор зарубежных научных исследований по теме диссертации и степень изученности проблемы, определены цель и задачи, объект и предмет исследования, показано соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий, а также приведены данные о научной новизне, внедрении в практику, объявленности результатов исследования, структуре работы.

Содержание первой главы диссертации под названием «**Теоретико-методологические основы предпринимательства и его гендерных проблем в психологии**» посвящено подходам к проблеме гендерных особенностей управления и предпринимательской деятельности в социальной психологии, изучению за рубежом гендерных особенностей занятия предпринимательской деятельностью, изучению гендерной специфики предпринимательства в условиях Узбекистана.

За годы независимости произошли серьезные изменения в сознании, образе мышления и мировоззрении женщин, занимающихся деятельностью в

сфере бизнеса. По мнению учёных, гендерные отношения между мужчинами и женщинами, проявляющиеся в непосредственной профессиональной деятельности, в действительности можно объяснить существованием противоположных друг другу ситуаций. Это процессы сегрегации и конвергенции, протекающие в определённом смысле открыто или закрыто. Сегрегация по смыслу выражает «Отдаление», является отделением по какому-либо признаку (например, полу, расе, социальному происхождению), искусственным отдалением людей или определённой социальной группы общества, это подразумевает их социальные статусы в обществе, виды занятий деятельности, возможности общения друг с другом. Такое отдаление обычно осуществляется посредством определённых социальных норм, стереотипов поведения, социальных институтов, иногда придумываются также некоторые характерные признаки (поведение, одежда, запреты, обычаи и традиции и другое). Среди действий отдаления особняком находятся различия в зависимости от пола. Потому что у сегрегации, помимо полового проявления, существуют также виды проявлений, связанных с возрастом, антропологическими типами, национально-этническими особенностями.

В отличие от сегрегации конвергенция – это состояние, выражающее переплетение друг с другом мнений, суждений, целей и убеждений вследствие близости или нехватки общения в системе межличностных отношений. Такие ситуации в одних условиях обеспечивают очень тёплые, искренние, дружеские отношения между представителями разных полов, а в других, наоборот – обеспечивают наличие очень враждебных отношений.

Понятия «Гендерные особенности предпринимательства», «Предпринимательство женщин» появились в 30-е годы прошлого века в трудах исследователей США и Европы. Среди учёных, впервые исследовавших научные, теоретико-философские вопросы малого бизнеса и предпринимательства можно напомнить П.Кручмана, Ф.Хайека, Р.Даля, М.Асколи, Ф.Лехманна и других, однако, они ограничились изучением опыта Запада, а Цзин-Нин Цунь – Китая.

Если понятие предпринимательства было впервые охарактеризовано английским учёным Р.Кантильтоном, то философско-психологический анализ вопросов, связанных с повышением предпринимательства осуществлён в трудах А.Смита, Д.Рикардо, И.Канта, Ф.В.Гегеля, Ж.Ж.Руссо, Ш.Л.Монтескье. При разработке научно-теоретических основ и социально-культурной значимости деятельности предпринимателей в социально-экономическом прогрессе общества выдвигали научно обоснованные взгляды такими учёные-экономистами, как А.Тюрго, Ж.Б.Сей, Р.Хизрич, Й.Шумпетер, У.Адамс, Г.Гросс, Ж.Филиппс, В.Хойер. В рамках СНГ этнопсихологическое исследование вопроса предупреждения гендерных различий можно наблюдать в трудах В.С.Автономова, а за рубежом в экономической сфере – в трудах лауреатов Нобелевской премии М.Алле ва Г.Саймона.

В исследованиях австрийских учёных Л.Мизеса и Ф.Хайека уделено большое внимание анализу личной способности, особенностям деятельности

предпринимателя, т.е. его отношению к изменяющимся экономическим, социальным событиям, самостоятельности в принятии решений, управленческой способности, роли предпринимательства в регулировании и уравнивании экономической системы общества¹.

Социально-психологические особенности женщин-предпринимателей исследовали в Узбекистане Ш.С.Шоимова, Ш.М.Улугова, А.Елмуратова и Г.О.Очилова. Они обратили внимание на изучение психологической адаптации узбекских женщин к рыночной экономике, роли в этом процессе этнокультурных, этнопсихологических и социологических факторов. Кроме того, изданные в последние годы в нашей стране в научных трудах по вопросам менеджмента, в исследованиях гендерных проблем управленческой психологии, статуса женщин и мужчин в обществе, их социально-экономических процессов, в частности, специфики предпринимательской деятельности в определённом смысле являются вкладом для разработки методологической базы для нашего исследования.

В последние годы в нашей стране сделаны важные шаги в обеспечении гендерного равенства во всех сферах, в частности, в сфере развития предпринимательства. Приняты законы «О гарантиях равных прав и возможностей для женщин и мужчин», «О защите женщин от притеснения и насилия». Проект Стратегии Республики Узбекистан по обеспечению гендерного равенства в 2020-2030 годах разработан Рабочей группой, состоящей из представителей государственных органов, негосударственных некоммерческих организаций, международных экспертов данного направления. В данном проекте намечено 9 направлений, состоящих из вопросов социально-политической сферы, обеспечения гендерного равенства в занятости и миграции, предупреждения насилия, а также торговли людьми, гендерного планирования и бюджетирования.

Вместе с тем, в Узбекистане уделяется особое внимание улучшению предпринимательской, инвестиционной среды для ускорения экономического роста реализуемых реформ и охвата экономической активностью женщин, входящих в рынок труда. В основном, осуществляется поддержка равных прав женщин в использовании экономических ресурсов, в частности, недвижимости, земли, финансовых кредитов, общественных фондов, а также, свободы выбора видов предпринимательской деятельности.

Особенно осуществляется дальнейшее совершенствование программ по обеспечению достойной работой женщин, проживающих на окраинах. Для расширения прав женщин по использованию занятости и рынка труда обращается внимание доступности школьного и начального школьного образования.

Во второй главе диссертации под названием **«Гендерные и этнопсихологические особенности малого бизнеса и частного предпринимательства»** прежде всего, изучены аспекты проявления гендерных специфических особенностей в предпринимательстве, этнопсихологических

¹ Хайек Ф.А. Индивидуализм и экономический порядок. - Челябинск: СОЦИУМ, 2011. - 394 с.

основ частного предпринимательства в деятельности женщины, являющейся предпринимателем-руководителем. Как показывают исследования, специфика предпринимательства вызывает необходимость постоянной, системной реализации инновационной деятельности для удовлетворения потребностей потребителя. Приоритет предпринимательской деятельности реализуется за счёт её способности оперативно реагировать на быстро изменяющиеся требования в рыночных отношениях, важным фактором считается достижение раньше конкурентов демонстрации товара или услуги на основе исследований. И поэтому в государствах Востока и Запада имеет важное значение изучение этих факторов при исследовании гендерных особенностей предпринимательской деятельности.

Арабская модель, близкая нам с точки зрения духовного мировоззрения и убеждения, идей исламской религии, обладает специфическими особенностями. Арабская модель предпринимательства отличается от других в мире моделей традиционно-коллективными (корпоративными), официально-иерархическими (дифференцированными), разнообразными, экспрессивными особенностями. В арабских странах соглашение между предпринимателями составляется посредством личных, культурных отношений (по рекомендации членов семьи, товарищей, друзей, знакомых), такое соглашение арабы называют «ВАСТ» (дружба, знакомство). И поэтому современный арабский бизнесмен обладает высокими деловыми качествами, а также большинство из них в совершенстве знают какой-либо иностранный язык.

В гендерном менеджменте одной из заслуживающих внимания идей является то, что каждый руководящий работник в любых условиях стремится повысить оценку в отношении к себя. Это явление в своё время У.Джеймс назвал мотивом «Поиск себя», «Себялюбие». А в сфере менеджмента Тессер создал теорию сохранения оценки в отношении себя и назвал её self-evaluation maintenance – SEM. Эффект SEM-события в том, что личность, особенно, личность, обладающая определённым экономическим и социальным статусом, постоянно стремится сохранить хорошее мнение о себе. Однако, проверки доказали, что SEM-событие чаще проявляется у парней, у девушек, напротив, стремление не отдаляться от подруг существует во всех случаях.

Оценивая место женщин в малом бизнесе и предпринимательстве, характеризует различия между предпринимателями мужчинами и женщинами по нижеследующим 6-ти факторам (см. таблицу 1).

По утверждению экспертов женских структур ООН, несмотря на активное участие женщин в политической жизни стран, на сегодняшний день удельный вес женщин в парламентах стран составляет 23,7 процента, что не отвечает принципу гендерного равенства. Только в 46 странах лишь в одной палате парламента удельный вес женщин составляет 30 процентов. Если брать в целом, то обеспечение гендерного равенства в социальных сферах может привести к ряду положительных результатов. В частности, более 57 процентов участников опроса, проведённого Международной организацией труда в 13 тысячах предприятий 70 стран, подтвердили, что гендерное разнообразие

улучшает результаты бизнеса. Примерно три четверти компаний, обеспечивших гендерное разнообразие в органах управления, показали рост доли прибыли от 5-ти до 20-ти процентов. По мнению специалистов, если полное участие женщин на рынке труда приведёт к росту темпа экономического роста на 10 процентов, то это приведёт к росту в 5 раз капиталовложений в программы получения образования женщинами, а капиталовложения по широкому привлечению женщин в субъекты предпринимательства – к росту доходов более чем 7 раз. Программой развития ООН ежегодно проводятся исследования по индексу гендерного равенства в странах мира. В нём изучается существующее положение по трём основным показателям:

Таблица №1.

Предпринимательские качества у мужчин и женщин

| Характеристика | Мужчины-предприниматели | Женщины-предприниматели |
|------------------------------|---|--|
| Возраст начала бизнеса | 20 – 30 лет | 30 – 45 лет |
| Источники получения средств | Использование сбережений, кредитов банка, привлечение инвестиций, получение долга от близких знакомых | Использование сбережений получение долга от близких знакомых |
| Группа поддержки | Друзья, бизнес-партнёры, супруги | Близкие друзья, супруги, семья, ассоциации женщин |
| Мотивация | Стремление к занятию бизнесом, достижению независимости, управлению ситуацией | Стремление к поставленной цели, достижению независимости |
| Более альтернативная отрасль | Промышленность, строительство, торговля, оказание услуг | Оказание услуг, торговля, лёгкая промышленность (швейная), надомничество |
| Личностные качества | Поддерживает своё мнение, стремится к цели, сверх меры уверен в себе, нестандартно мыслит, сильный, независимый | Изучает мнения других, приспособляющаяся, терпеливая, стремится к цели, сильная, нестандартно мыслит |

- 1) охрана репродуктивного здоровья;
- 2) права и возможности граждан;
- 3) экономическая активность и возможности на рынке труда.

По итогам 4-го квартала 2020 года слой экономически активного занятого трудом населения на рынке труда составляет 14 797,9 тысяч человек, из них 10 742,5 тысяч человек осуществляют деятельность в негосударственном секторе (см. таблицу 2).

На сегодняшний день в нашей стране число женщин в малых предприятиях и микрофирмах составляет 221 860 человек, рабочих и служащих в фермерских хозяйствах 207 779 человек. Эти показатели в разных областях различны.

Предпринимательство является видом труда, который выполняется женщинами в свободное время и в соответствии с их желанием и пожеланиями.

Это не только приносит женщинам дополнительный доход, но и даёт возможность реализовать их социальные качества и способности. В организованном нами вопроснике 72 процента участвовавших экспертов-респондентов указали в ответах, что в основе предпринимательства лежит социально-полезный труд, именно эта деятельность женщин даёт возможность для активного участия женщин в жизни общества и государства.

Беспрестанные изменения законов, правил вызывают у человека сомнения, недоверие, в такой ситуации он вынужден жить требованиями, потребностями сегодняшнего дня, вынужден увеличивать своё богатство, используя возможности. При этом уместно обратиться к ответам наших экспертов-респондентов. На наш вопрос «Мешает ли что-нибудь для занятий бизнесом и предпринимательством?» 80 процентов из них ответили «Недостаток средств», 72 процента «Препятствия со стороны местных органов власти», 61 процент «Не дают возможность для систематической работы», 53 процента «Досаждают бюрократия, проверки», 43 процента «Нет времени», 29 процентов «Не хватает знаний», 27 процентов «Нет организаторской, предпринимательской способности», 12 процентов «Не поддерживают члены семьи», 4 процента «Не разрешает муж, супруг». Одной из причин, препятствующих занятию предпринимательством, является нехватка средств. Из последующих ответов становится известно, что социально-экономическая активность женщин не поддерживается местными органами власти, особенно, прежде всего, мужем, супругом. Бюрократия, беспрестанные проверки также становятся препятствием для занятия женщинами социально-экономической деятельностью. Вместе с тем, 72 процента экспертов-респондентов, 47 процентов обычных респондентов указали, что государство поддерживает бизнес и предпринимательскую деятельность женщин, принимаются важные законы в этом направлении, выдаются кредиты, уменьшается число проверок. Они в один голос признают, что наш Президент поддерживает и гарантирует социально-экономическую деятельность женщин.

В третьей главе диссертации под названием **«Эмпирические итоги проблемы изучения гендерных аспектов семейного и частного предпринимательства»** эмпирически изучены контент-анализ изучения гендерных качеств, формирующих имидж женщин, являющихся руководителями - предпринимателями, гендерная специфика качеств, формирующих имидж, являющийся толчком для создания позитивного впечатления на других, гендерные стороны связи инграции в управлении предпринимательством с личностью и социальными установками.

В Узбекистане имеется ряд специфических особенностей проявления у предпринимателей женщин и мужчин социально-психологических качеств, рассматриваемых в качестве факторов развития частного и семейного предпринимательства. Для этого мы использовали в выбранных объектах тестовые опросники и психологические методики. Нами прежде всего изучен имидж женщины, то есть «образ личности, внешне воспринимаемый членами общества». Для этого, обратившись к выбранным респондентам с открытым вопросом, мы провели блиц-опрос на тему «Кто женщина-предприниматель-руководитель сегодняшнего дня, его ценные качества». На блиц-опрос было

отведено только 2-3 минуты, и за это время респондентов попросили выделить по меньшей мере 10 личностных качеств. Нашей целью было формирование респондентами за короткое время пришедших им в голову ряд признаваемых ими качеств-ценностей женщин, занимающихся частным и семейным предпринимательством, а также мужчин-бизнесменов, осуществляющих успешную деятельность в малом и среднем бизнесе. Блиц-опрос проводился отдельно среди женщин и отдельно среди мужчин. В нём всего участвовало 100 женщин и 65 мужчин, занимающихся предпринимательством. Проведён сравнительный анализ результатов.

Качества, указанные в ответах женщин: рассудительный, деловой, активный, заботливый, привлекательный, отзывчивый, красивый, обаятельный, решительный, мужественный, не меняющий своего мнения, искренний, умный, талантливый, симпатичный, решительный, требовательный, себялюбие, степенный, отзывчивый, любящий детей, любящий семью, терпеливый, трудолюбивый, начитанный, слишком горделивый, аккуратный, дисциплинированный, имеющий образцовое поведение, ответственный, ловкий, умеющий вести беседу, быстро ориентируется в ответе, умеющий проводить своё решение, с широким мировоззрением, карьерист, беспокойный, воспитанный, преданный, проводящий своё мнение, тонкая натура. Как отмечалось, эти качества были отобраны из заполненных ответов женщин, в случаях повторения в ответах каждого из качеств был проведён контент-анализ с помощью специальной формулы.

Теперь проведём анализ мнений мужчин в отношении качеств, связанных с имиджем женщины, осуществляющей самостоятельную деятельность в качестве предпринимателя. Несмотря на то, что мужчины тоже на своих служебных должностях занимались руководящей работой, они проявили ответственное отношение к заданию, и хотя перечень качеств, сформированный ими за отведённое время, оказался сравнительно меньшим по сравнению с перечнем женщин, но по крайней мере они изложили мнения, отвечающие логике нашего исследования. Из 65 вариантов ответов выбран комплекс, включающие следующие: свободная, независимая, самостоятельно мыслящая, симпатичная, красивая, степенная, гордая, нежная, культурная, хороший собеседник, умная, рассудительная, активная, с широким мировоззрением, начитанная, ответственная, любящая семью, модница, современная, компромиссная, сомневающаяся, приятный собеседник, преданная, бесстрашная, решительная, стеснительная, совестливая, мудрая, умный, современная, трудолюбивая, приятная в общении. И перечень качеств на первый взгляд, несмотря на то, что было дано задание изложить качества, восхваляющие современную женщину-руководителя, и ассоциация имиджа женщин оказалась сильнее, в ответах мужчин появились также качества, которые не были указаны в ответах женщин о себе, во-вторых, в отношении женщин к самим себе, мужчин к представителям противоположного пола видно существование многих критических установок.

В нижеследующих таблицах, соответственно целям нашего исследования, приводятся результаты контент-анализа качеств, формирующих имидж

женщин, осуществляющих самостоятельную деятельность как предприниматель.

Таблица №2.

Контент-анализ результатов качеств, формирующих имидж в ответах мужчин и женщин

| № | Ответы мужчин, n=65 | Ч нис | Ответы женщин, n=100 | Ч нис |
|-----|-------------------------------|----------|---|----------|
| 1. | хороший собеседник | 0,63 | умеющий вести беседу, быстро ориентируется в ответе | 0,82 |
| 2. | умная | 0,62 | трудолюбивый | 0,79 |
| 3. | начитанная | 0,62 | ответственный | 0,79 |
| 4. | симпатичная, красивая | 0,58 | умный, талантливый | 0,79 |
| 5. | степенная | 0,58 | отзывчивый | 0,75 |
| 6. | трудолюбивая | 0,58 | начитанный | 0,71 |
| 7. | широкое мировоззрение | 0,55 | работящий | 0,71 |
| 8. | мудрая, умная | 0,48 | искренний | 0,63 |
| 9. | современная | 0,48 | широкое мировоззрение | 0,53 |
| 10. | смелая, решительная | 0,45 | любящий семью | 0,48 |
| 11. | активная | 0,42 | умный | 0,48 |
| 12. | свободная, независимая | 0,38 | твёрдого мнения | 0,41 |
| 13. | приятный собеседник | 0,37 | заботливый | 0,41 |
| 14. | культурная | 0,35 | слишком горделивый | 0,39 |
| 15. | самостоятельно мыслящая | 0,34 | аккуратный, дисциплинированный | 0,33 |
| 16. | любящая семью | 0,34 | симпатичный | 0,30 |
| 17. | преданная | 0,28 | воспитанный | 0,28 |
| 18. | модница | 0,24 | аккуратный | 0,25 |
| 19. | приятный | 0,19 | красивый, привлекательный | 0,20 |
| 20. | компромиссная | 0,18 | суетливый | 0,19 |
| 21. | гордая | 0,17 | приятный, хороший собеседник | 0,18 |
| 22. | сомневающаяся | 0,12 | любящий детей | 0,15 |
| 23. | современная | 0,7 | степенный | 0,10 |
| 24. | ответственная | 0,4 | тонкая натура | 0,09 |
| 25. | нежная | 0,4 | активный | 0,6 |
| 26. | стеснительная, совестливая | 0,3 | терпеливый, выносливый | 0,5 |
| 27. | | | преданный | 0,3 |
| 28. | | | степенный | 0,3 |
| 29. | | | решительный | 0,2 |

Из таблицы 2 видно, что взаимное соответствие в ответах мужчин и женщин составляет в среднем 39 процентов, то есть 10 качеств в ответах мужчин и 11 качеств в ответах женщин взаимно соответствуют друг другу словами или выражениями. Близкие по смыслу слова нами не учитывались. Выявлено, что в отношении одного объекта есть полное соответствие в ответах представителей обоих полов, но при анализе абсолютным образом такого соответствия нет.

Теперь, независимо от взаимного соответствия или несоответствия, обратим внимание на рейтинг качеств, многократно повторяющихся в ответах мужчин и женщин. В нижеприведённой таблице 3 отражён рейтинг именно этих качеств.

Таблица №3.

Показатели рейтинга личностных качеств, чаще всего отражённых в ответах мужчин и женщин

| | Ответы мужчин, n=65 | Ч нис | Ответы женщин, n=100 | Ч нис |
|----|--------------------------|-------|---|-------|
| 1 | хороший собеседник | 0,62 | умеющий вести беседу, быстро ориентируется в ответе | 0,82 |
| 2 | начитанная | 0,62 | трудолюбивый | 0,79 |
| 3 | умная, рассудительная | 0,62 | умный, талантливый | 0,79 |
| 4 | сипатичная, красивая | 0,58 | ответственный | 0,77 |
| 5 | степенная | 0,58 | начитанный | 0,75 |
| 6 | трудолюбивая | 0,58 | работящий | 0,66 |
| 7 | широкое мировоззрение | 0,48 | искренний | 0,66 |
| 8 | мудрая, умная | 0,45 | степенная | 0,63 |
| 9 | бесстрашная, решительная | 0,42 | активный | 0,58 |
| 10 | современная | 0,7 | широкое мировоззрение | 0,58 |
| 11 | ответственная | 0,4 | рассудительный | 0,48 |
| 12 | | | терпеливый, выносливый | 0,48 |

Из значений показателей видно, что, прежде всего, по чаще остальных повторяющихся качеств имиджа женщин, осуществляющих самостоятельную деятельность как предприниматель во мнениях респондентов-мужчин и респондентов-женщин существует определённое единство им сходство (см. таблицу 3). Например, качествами, которые чаще всего повторяются в ответах обеих категорий опрошиваемых, оказались такие качества, как «умная, рассудительная», «начитанная», «трудолюбивая», «привлекательная, красивая», «широкое мировоззрение», «активная», «ответственная», «степенная». Несмотря на то, что с точки зрения рейтинга расположение качеств в ответах различное, но их наличие в ответах более половины респондентов всё равно подтверждает их значимость. Например, можем видеть, что качества «умная» (0,62 / 0,79), «начитанная» (0,62 / 0,75), «трудолюбивая» (0,58 / 0,79) действительно имеют высокие рейтинги во мнениях обеих групп. Что касается качеств, непосредственно связанных с внешним имиджем, образом руководителя-женщины, то в ответах мужчин присутствует их «современность» (0,7), однако в ответах женщин такого качества вообще нет. В ответах мужчин присутствуют такие качества руководителя-женщины, как сходимость, «хороший собеседник» (0,62), а в ответах женщин это качество имеет высокий рейтинг (0,82) как качество «умеющий вести беседу, быстро ориентируется в ответе». На самом же деле эти два качества свидетельствуют о коммуникативной компетенции женщин-руководителей.

Принимая во внимание то, что среди качеств, связанных с внешним имиджем женщины, ведущей самостоятельную деятельность как

предприниматель, в ответах мужчин в социальной перцепции указаны такие качества, как «симпатичная, красивая» (0,58), «приятный собеседник» (0,37), «нежная» (0,4), «стеснительная, соvestливая» (0,3), «приятная» (0,19), в качестве ориентиров, которые даются для современной женщины-предпринимателя, можно принять такие качества, как «современная» (0,7), «культурная» (0,35), «степенная» (0,58), «гордая» (0,17), «модница» (0,24). Потому что раньше в социальных представлениях мужчин таких новых трактовок не было. Потому что такие качества, как «современный, «культурный», «степенная», «гордый», ранее воспринимались как качества, присущие мужчинам.

Что касается ответов женщин, то и у них есть положения признания внешних элементов социальной перцепции. Если среди часто повторяющихся ответах, имеющих высокий рейтинг, почти нет качеств, создающих имидж, то среди оставшихся ответов они имеют место. Например, из 100 участников блиц-опроса 18 человек описали такие качества руководителя-женщины, как «приятная, хороший собеседник», 20 человек - «красивая, привлекательная», 30 человек - «симпатичная», 10 человек - «степенная», 39 человек - «слишком горделивая», 25 человек - «аккуратная», 28 человек - «воспитанная», а 9 человек - «тонкая натура». Конечно, не все эти качества не характеризуют женщину-руководителя с положительной стороны. Например, такие качества, как «слишком горделивая» (0,39), «степенная» (0,3), «тонкая натура» (0,09) больше похожи на амбивалентные качества, потому что они именно в работе женщин, с одной стороны, похоже служат восстановлению гордости женщин, поднятию её на высокий уровень, однако, с другой стороны, именно женская аудитория ожидает качеств, обеспечивающих от женщины-руководителя большей компетенции. Однако, то, что женщины-руководители в социальных представлениях других людей и представителей своего психологического пола признают в ряду качеств, показывающих интеллектуальные, коммуникативные знания, такие качества, как «слишком горделивая» (0,39), «степенная» (0,3), «тонкая натура» (0,09), занимает особое место в их положительном имидже.

Для изучения в выбранных объектах имиджа респондентов как руководителей нами использованы методики «Оценка методов, формирующих имидж руководителя» и «Оценка профессиональных и личностных качеств, образующих имидж руководителя», применённые в своих исследованиях русским исследователем Ю.В.Андреевой.

Анализ показателей ответов, приведённых на рисунке 1, показывает, что, прежде всего, существуют определённые специфические грани оценки в качестве лидера своих идеалов личности, психологического портрета мужчины-предпринимателя и женщины-предпринимателя, осуществляющих эффективную деятельность. Например, существует схожесть во мнениях по оценке среди трёх образов идеального руководителя в качестве «Лидера, ведущего», это качества, которое предъявляется к любому идеальному руководителю, т.е. и представители обеих групп оценили высокими баллами лидерство идеального руководителя – соответственно 9 и 9,5 баллов.

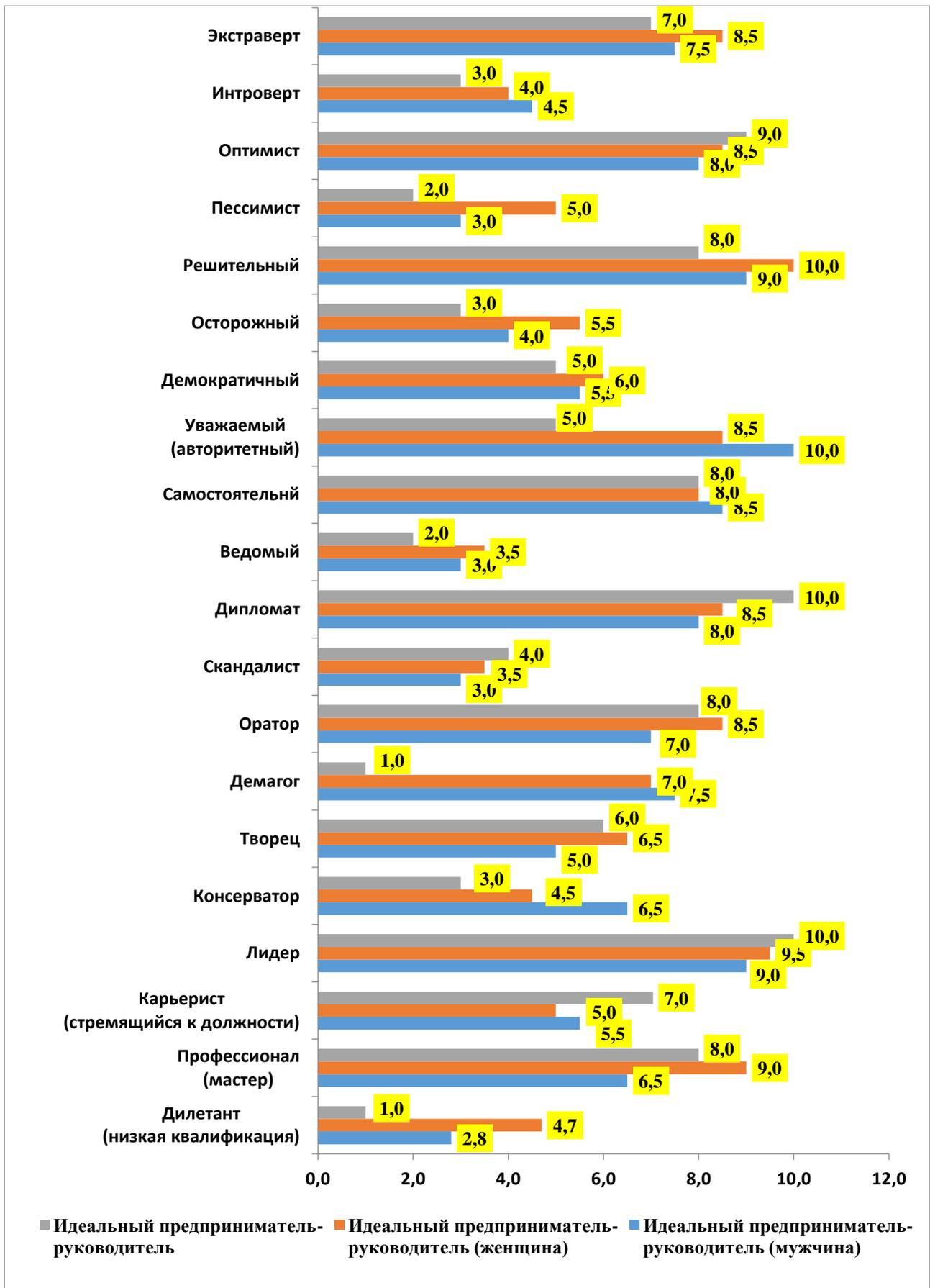


Рисунок №1. Оценки респондентами предпринимателей-руководителей (идеального, мужчину и женщину).

Что касается мнений опрошенных о предпочтениях в стиле руководства, то в их ответах присутствует почему-то пессимистический поход к демократическому стилю, потому что представители обеих групп не признали этот стиль управления как у идеального руководителя, так и у руководителя-женщины: у идеального руководителя соответственно 5,5 из 6 баллов; у женщины-руководителя, ведущей эффективную деятельность, соответственно 4 из 5,5 баллов. Напротив, у мужчин-руководителей показатель признания этого стиля более высокий: соответственно 6,5 / 7 баллов. По этой причине рассмотрим их отношения к авторитету, престижу.

Для изучения уровня объективности значений, указанных в этих ответах, мы вновь использовали методику Ю.В.Андреевой. В соответствии с результатами исследования, то есть оценка всех трёх категорий предпринимателей-руководителей с точки зрения культуры управления коллективом показала, что оценки женщин характеризуются более высокими баллами, чем оценки мужчин. Особенно, высоко оценена (8,8) качества «способность вести за собой, одухотворять, привлекать» женщин-руководителей, осуществляющих эффективную деятельность, соответственно по показателю «способность держать коллектив в корпоративном духе» выявлено среднее значение в 7,5 баллов. В этом вопросе характеристика, данная мужчинам, несколько ниже (соответственно 6,0 и 5,6). Однако, женщинами признано, что именно мужчины по таким качествам, как «подбор и расстановка сотрудников» (8,6) и «решительность в принятии решений» (7,7), превосходят женщин.

Если мы рассчитаем среднее арифметическое значение на основе всех трёх шкал показателей, оцененных по блоку «Культура общения», то мы найдём количественное обоснование наших мнений. Например, у респондентов обеих групп среди качеств, формирующих имидж идеального руководителя, и профессиональных особенностей более высоко оценёнными оказались грани культуры общения, потому что именно они дали оценку 8,39 балла у идеального руководителя. Характерно то, что средние значения в этом вопросе во мнениях мужчин почти приближены к качествам женщин, являющихся женщинами-руководителями и осуществляющим эффективную деятельность. Потому что и женщины-предприниматели, являющиеся руководителями, по мнению предпринимателей-мужчин, являющихся руководителями, получили 8,12 балла. Значит, женщины-предприниматели по вопросу обращения приблизились к идеальному руководителю. Однако, респонденты-женщины в том вопросе критически отнеслись к представителям своего психологического пола, среднее значение составило 7,04 балла. В целом оценки предпринимателей-женщин и по всем трём шкалам оказались ниже (соответственно 6,95; 7,04 и 5,66).

Если на рисунке 2 визуально показана разница этих значений. То статистический эффект разницы между числами отражён в таблице. Таким образом, важная гендерная особенность современного руководителя-предпринимателя и руководителя-женщины – это его свобода в обращении, сходимости и способности оратора. Действительно, важным критерием претензий женщин на руководство являются именно признание их мнений другими людьми, умение держать себя среди большого числа людей, способность решительно доводить свои мнения и суждения до других.

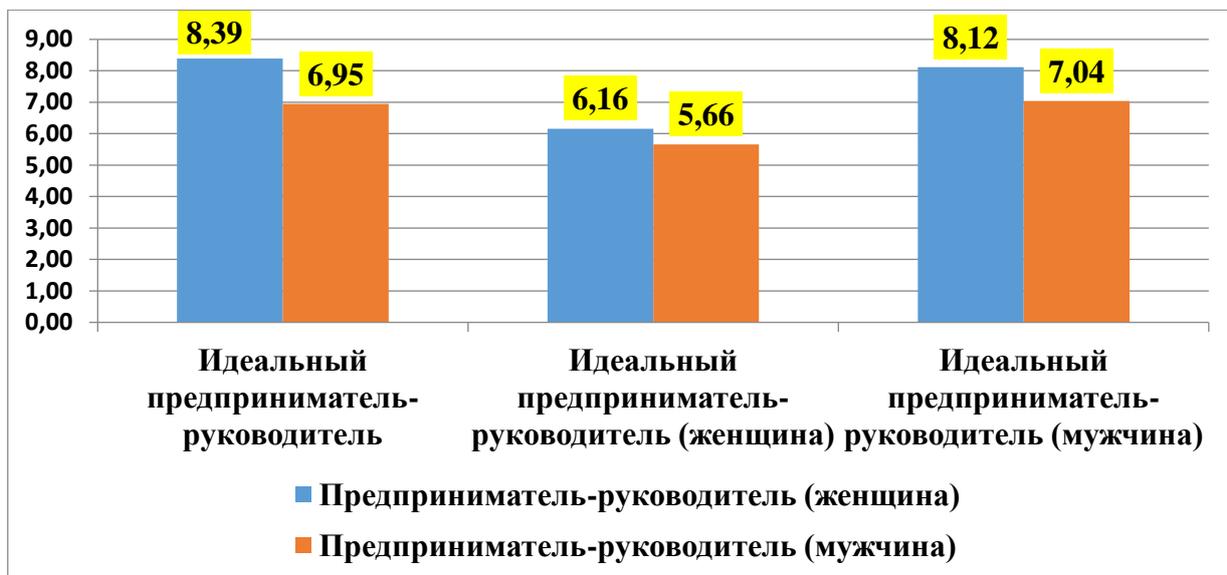


Рисунок №2. В блоке "Культура обращения" приводится сравнение ответов мужчин и женщин-предпринимателей-лидеров.

По нашему мнению, когда эти качества гармонируют у женщины-руководителя с нравственными качествами, то это становится ещё более привлекательным и эффективным. Поэтому мы обратили особое внимание на последний, важный блок методики Ю.В. Андреевой. После проведения сравнительного анализа вопросов этого блока и со всеми другими блоками мы обобщили данные, полученные по двум группам респондентов, сделали эмпирические выводы (см. рисунок 3).

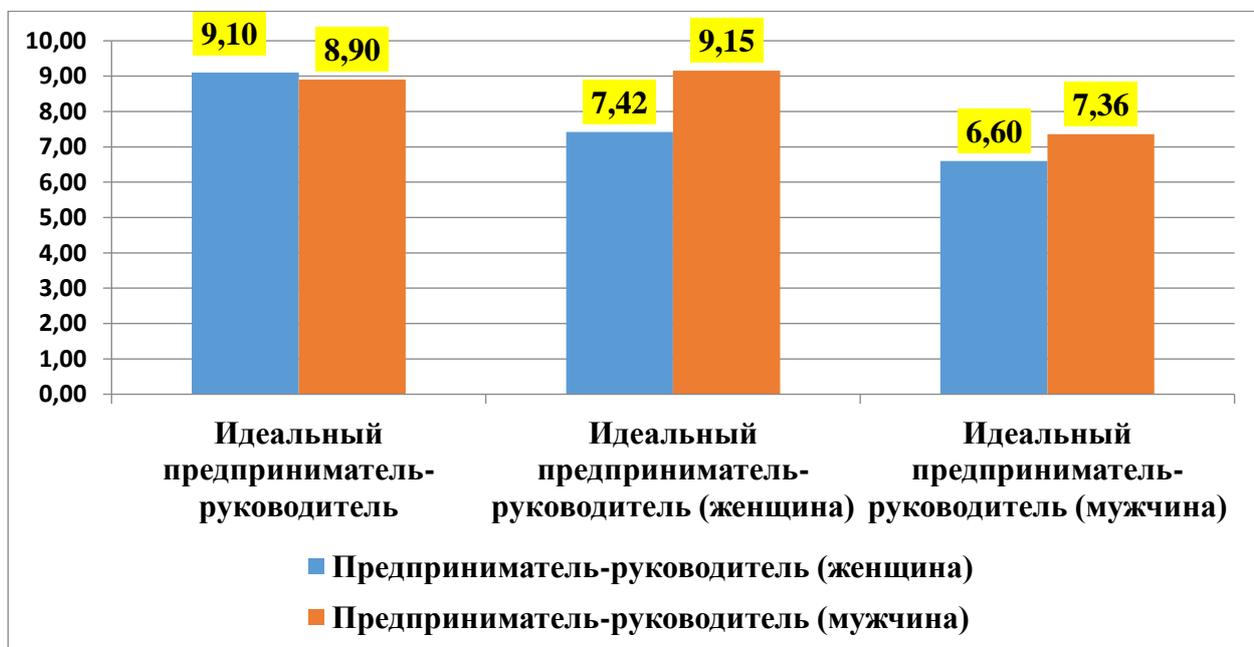


Рисунок №3. Сравнение ответов, которые дали предприниматели мужчины и женщины по блоку «Нравственная культура».

Достигнутые в исследовании результаты в определённом смысле выражают сегодняшний моральный облик предпринимателей-руководителей женщин и мужчин. Несмотря на то, что в оценке идеального руководителя имеется близость во мнениях обеих групп (соответственно 9,1 и 8,9), в показателях, отражающих признание предпринимателями-руководителями мужчинами моральных качеств предпринимателей-руководителей женщин, демонстрирующих эффективную деятельность, мнения предпринимателей-руководителей мужчин значительно более положительнее мнений предпринимателей-руководителей женщин о самих себе, если предприниматели-руководители мужчины оценили эту сторону предпринимателей-руководителей женщин в 9,15 балла, то в ответах женщин среднее значение этого показателя составило 7,42 балла. И по нашему мнению, для современной узбекской предпринимательницы подчинение моральным нормам общества и проявление своих талантов и призвания в повседневной деятельности, в работе с людьми, особенно, с женщинами, среди умственно-волевых качеств имеет большое человеческое значение именно культура обращения и нравственность.

Мы считаем, что признание существования этих качеств со стороны предпринимателей-руководителей мужчин является большим успехом для предпринимательниц. Вместе с тем, анализируя результаты опросника С.С.Носова «Ваш имидж руководителя», целесообразно особо отметить следующее.

1. Влияет ли то, как человек одевается, на ваше отношение к нему?
2. Стараетесь ли вы следовать традиционному стилю одежды в использовании одежды и украшений?
3. Когда вы проходите мимо витрины магазина и видите свое отражение в зеркале, останавливаетесь ли вы и обращаете внимание на свою внешность?
4. Можно ли определить тип преступника по внешнему виду?
5. Вы пытаетесь представить, как вы выглядите, когда произносите речь?
6. Стараетесь ли вы носить дорогие украшения?
7. Следите ли вы за тем, чтобы в вашей речи не было неуместных (или) неуместных слов?
8. Стилль для вас важнее комфорта?
9. Сможете ли вы отменить запланированную встречу с коллегами, если в дороге ваша одежда вдруг пришла в негодность?

В связи с тем, что мужчины-предприниматели, излагая свои мнения в диагностике проявления внешнего имиджа руководителя, а именно все 62 респондента ответили «да» на вопросы «Влияет ли то, как человек одет, на Ваше отношение к нему?» и «Если в дороге Ваше одежда придёт в непригодный вид, откажетесь ли Вы от запланированной встречи с коллегами?», корреляционную связь между ними установить не удалось.

Таблица №4.

Взаимная корреляционная связь личностных взглядов женщин-предпринимателей об имидже руководителя (n=88)

| | | | | | | | | | |
|---|----------|---------|----------|----------|--------|--------|-------|--------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | 1 | | | | | | | | |
| 2 | -0,206 | 1 | | | | | | | |
| 3 | 0,338** | 0,312** | 1 | | | | | | |
| 4 | 0,097 | -0,097 | -0,146 | 1 | | | | | |
| 5 | 0,203*** | -0,005 | -0,058 | 0,062 | 1 | | | | |
| 6 | 0,145 | -0,089 | 0,250*** | -0,167 | -0,231 | 1 | | | |
| 7 | -0,024 | 0,089 | -0,125 | 0,375** | -0,058 | 0,000 | 1 | | |
| 8 | 0,032 | 0,078 | -0,218 | 0,236*** | 0,138 | -0,109 | 0,109 | 1 | |
| 9 | 0,082 | 0,121 | 0,536 | -0,185 | 0,040 | 0,185 | 0,021 | -0,207 | 1 |

Однако, зафиксирована высокой степени связь (0,709) между взглядами о соблюдении последних обычаев, используя одежду и украшения, и конкретным представлением о своём внешнем виде во время своего выступления на каком-либо мероприятии (собрании), что свидетельствует о приближении предпринимателей-руководителей мужчин нашей стране к существующему в мировой практике харизматическому стилю. Вместе с тем, последовательность этих взглядов укрепляется ответами (0,597) о том, что важность стиля одежды предпочтительнее удобства одежды.

Что касается гендерных различиях личных взглядов об имидже руководителя, то нами выявлены различия во мнениях предпринимателей-женщин от мнений предпринимателей-мужчин. В частности, по мнению предпринимателей-руководителей женщин, отношение к нему изменится, и поэтому женщины, проходя рядом с витриной магазина, смотрят на своё отражение в зеркале, останавливаются и обращают особое внимание на свой внешний вид (0,338). Вместе с тем, перед выступлением перед аудиторией предприниматель-руководитель женщина, для получения полного представления о своём внешнем виде, используя одежду и украшения, даёт оценку (0,312) вопросу одежды по последним обычаям, а также в этом смысле проявляют солидарность с мнением предпринимателей-руководителей мужчин.

По мнению предпринимателя-руководителя женщины, в реализации во внешнем виде типа личности, особенно, представлений сомнительной личности, приобретает особо важное значение наличие в речи неуместных (бессмысленных) слов (0,375). И при этом проявляется мнение, противоположное мнению мужчин, в соответствии с которым важнее «стиль одежды» (0,236).

Таким образом, все проведённые нами исследования больше доказывают эффективность менеджмента управления женщин и при этом также получили подтверждение то, что качества, свойственные природе женщины, играют определённую положительную роль. Полученные нами эмпирические результаты необходимо принять во внимание в системе обучения женщин

управленческой и руководящей деятельности и достичь обеспечения их эффективной экономической деятельности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам исследования, проведенного на тему «Гендерная и этнопсихологическая специфика малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане», сделаны следующие выводы:

1. На основе наших исследований мы обосновали наличие гендерных различий в социально-психологических особенностях коммуникативности, обеспечивающих формирование деловых качеств и предпринимательских наклонностей у руководителей и работников сферы бизнеса.

2. В результате совершенствования влияния национально-культурной среды на управленческую деятельность сформировались социально-психологические аспекты трансформации гендерных стереотипов нравственного познания в мотивационном поле.

3. Женское предпринимательство является эффективным способом вовлечения женщин в экономические демократические преобразования: в частном и (или) семейном предпринимательстве выявлены специфические гендерные особенности достижения эффективности в разных ситуациях: у мужчин - при агрессивно-авторитарном методе управления, у женщин - с их восточным воспитанием и коммуникативной формой интеграции навыков, оставляющих положительное впечатление о своей личности и влияющих на окружающих, леморический стиль управления деловых женщин удачно сочетается с их коммуникативной компетентностью.

4. В нашем исследовании, сопоставляя аксиологические и этнопсихологические критерии с мотивами поведения мужчин, изучались гендерные особенности устранения сегрегации, влияющие на положение женщин в предпринимательстве. Проведен гендерный анализ поведения представителей обоего пола и разработаны социально-психологические предложения по программам подготовки, переподготовки и повышения квалификации женщин, осуществляющих управленческую и (или) производственную деятельность в местных субъектах малого бизнеса и предпринимательства.

5. Женщины-лидеры с высоким уровнем предпринимательского типа имеют стремление избежать поражения в своей работе, отличаются высокой мотивацией и уверенностью в себе. Определено, что женщинам-руководителям с высоким уровнем социального типа свойственны определенные психологические характеристики, а именно активность, общительность, эмоциональность, впечатлительность и серьезное отношение к своей работе.

Изучив диссертационную работу на тему гендерно-этнопсихологической специфики малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане, можно сделать следующие практические предложения:

1. Целесообразно разработать план стабильного повышения доли женщин в качестве субъектов предпринимательской деятельности по отношению ко всем субъектам предпринимательства, организовывать теледебаты на тему «Женщина-предприниматель» и приглашать на них женщин.

2. Необходимо организовать при Комитете женщин и вопросов гендерного равенства Сената Олий Мажлиса «Институт гендерных исследований по предпринимательству женщин» занимающийся гендерными, этнопсихологическими проблемами, связанными с предпринимательской деятельностью.

3. Необходимо, чтобы малый бизнес, предпринимательство женщин постоянно изучались Комитетом женщин и вопросов гендерного равенства Сената Олий Мажлиса, проводился мониторинг, внедрить Бюллетень Олий Мажлиса по этим вопросам, ежегодно объявлять имеющиеся в нём данные.

4. На основе данных, полученных из опыта, можно утверждать, что, в частности, насколько позже из-за рождения ребёнка начинает свою трудовую деятельность женщина, настолько трудно будет ей устроиться на работу и адаптироваться к рабочему месту, она будет испытывать много трудностей и велика вероятность возникновения чувства «безработный, потерявший надежду». Поэтому в Министерстве по делам махалли и поддержке семьи Республики Узбекистан и его подразделениях на местах необходимо наладить работу, направленную на предотвращение гендерной и этнопсихологической сегрегации при налаживании предпринимательства женщин и мужчин.

5. На местах необходимо организовать краткосрочные курсы по организации и формированию навыков ведения женщинами своего бизнеса, оказанию консультативной помощи в подготовке бизнес-идей, в частности, подготовке бизнес-планов, выбору и применению различных режимов налогообложения, ведению бухгалтерского учёта, использованию современных информационных технологий и другим направлениям.

6. Целесообразно разработать учебные программы, рассчитанные на широкое освещение гендерных и этнопсихологических особенностей предпринимательства женщин и мужчин, посвящённые устранению вредных ситуаций в них, и наладить систематизированное преподавание этих программ в высших образовательных учреждениях.

7. Включить в Положение, регулирующее деятельность «Бизнес-омбудсмена», пункт, направленный на устранение сегрегативных ситуаций, связанных с гендерными и этнопсихологическими особенностями предпринимательства женщин и мужчин, и тем самым устранить связанных с этим правонарушений.

**SCIENTIFIC COUNCIL NO.PhD.03/30.12.2021.P.26.02 ENTITLING
SCIENTIFIC DEGREE OF DOCTOR UNDER TASHKENT STATE
PEDAGOGICAL UNIVERSITY**

ANDIJAN MACHINE-BUILDING INSTITUTE

SATVALDIEV AZIZJAN AHMADJANOVICH

**GENDER AND ETHNOPSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF
SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN
UZBEKISTAN**

19.00.05 – Social psychology. Ethnopsychology

**THE DISSERTATION ABSTRACT
OF DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD) OF PSYCHOLOGICAL SCIENCES**

Tashkent-2022

The theme of Ph.D dissertation (PhD) was registered in the Higher Attestation Commission at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No.PhD.B2022.1.PhD/Psi161.

The dissertation was completed at the Andijan Machine-building Institute.

The abstract of the dissertation is posted in three languages (Uzbek, Russian, English (resume)) on the website of the Scientific Council (psi-ik@.uz) and on the "Zionet" Information and Education portal (www.ziyonet.uz).

Scientific supervisor:

Karimova Vasila Mamanasirovna
Doctor of Psychology, Professor

Official opponents:

Kadirov Umarali Dostkobilovich
Doctor of Psychology, associate professor

Shoyimova Shokhista Sanakulovna
Candidate of Psychology, associate professor

Leading organization:

Tashkent State University of Oriental Studies

The defense of the dissertation will be held at the meeting of the Scientific Council numbered PhD.03/30.12.2021.P.26.02 at the Tashkent State Pedagogical University on _____, 2022 at _____. (Address: 100185, Tashkent city, Chilonzor district, Bunyodkor street, 27. Tel.: (+99871) 276-82-32; fax: (+99871) 276-76-51; e-mail: tdpu_kengash@edu.uz).

The dissertation can be viewed at the Information Resource Center of Tashkent State Pedagogical University. (Registered with number _____.) (Address: 100185, Tashkent city, Chilonzor district, Bunyodkor street, 27. Tel.: (+99871) 276-82-32).

The abstract of the dissertation was distributed on "___" _____, 2022.
(Record of the register number _____ dated "___" _____, 2022).

Scientific Degree Supplier Chairman of the
Scientific Council, Doctor of Psychology, associate professor
F.A. Akramova

Award of a scientific degree
secretary of the board, psychologist. science
Doctor of Philosophy (PhD), Associate Professor
N.B. Atabaeva

Chairman of the Scientific Seminar under the
Scientific Council for the Awarding of Scientific Degrees,
Doctor of Psychology, Professor
Z.T. Nishonova

INTRODUCTION (annotation of the Doctor of Philosophy (PhD) dissertation)

Relevance and necessity of the topic of the dissertation. The fact that the main part of the employed population in the developed countries of the world works in the small business sector creates the need to increase the efficiency of the professional, that is, entrepreneurial activity of the representatives of this sector. Therefore, at the 63rd session of the UN Commission on the Status of Women held on March 11-17, 2019, UN Secretary-General Antonio Guterres said: "Where women actively participate in political and social life, the economy is growing, stability is strengthened, and the well-being of citizens is increasing" and systematic work is being done on the issue of ensuring gender equality, political and economic rights of men and women in business activities.

In the world, special attention is paid to the implementation of socio-ethnopsychological views such as ensuring gender equality in small business and private entrepreneurship activities, researching the ethnopsychological bases of activities in this regard, compliance with the criteria of reliability, transparency, initiative in the development of the industry, innovative activity, high culture. In particular, in these studies, special attention is paid to scientific research on eliminating various obstacles in the process of effectively increasing this activity based on the identification of social and psychological issues of private entrepreneurship, motivation, risk factors, and gender aspects of creativity.

In recent years, the importance of taking into account the gender and ethnopsychological specificity of the development of small business and private entrepreneurship has been defined as an urgent task, and normative foundations are being created. "Creating conditions for women to master modern professions, ... wide involvement of women in entrepreneurship" and "Introducing a training system aimed at forming the necessary skills in the field of entrepreneurship in the population, supporting entrepreneurship, population and other small business representatives "creating a system aimed at expanding and developing their activities by realizing their potential" is defined as an urgent task, and deepening of scientific research in this regard is required. This dissertation serves to a certain extent the implementation of the tasks defined in the following decisions and other regulatory legal documents related to the topic: Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No.PF-60 of January 28, 2022 "On the Development Strategy of New Uzbekistan for 2022-2026", No.PQ-4231 of March 7, 2019 "On additional measures to involve the population in entrepreneurship and develop family entrepreneurship in the regions", No.PQ-4862 of October 13, 2020 "On the improvement of the system of attracting the population to entrepreneurship and additional measures for the development of entrepreneurship", No.PQ-5041 of March 27, 2021 "On additional measures implemented within the framework of family business development programs".

Compliance of the research with the priorities of development of science and technology of the republic. This study was carried out within the framework of the priority direction of the republican science and technology development I.

"Formation of a system of innovative ideas and ways of their implementation in the social, legal, economic, cultural, spiritual and educational development of the information society and democratic state."

The level of study of the problem. The problem of gender and ethno-psychological peculiarities of small business and private entrepreneurship were researched by in the field of psychology V.M.Karimova, I.G.Gafarova, A.U.Elmuratova, Sh.M.Ulug'ova, N.Sh.Umarova, G.O.Ochilova, O.E.Hayitov, Sh.S.Shoyimova and in the field of economics K.Khabdurakhmanov, S.S.Gulomov, A.O Aripov, A.Sh.Bekmurodov, A.Samadov, B.Yu.Khodiev, M.S.Kosimova, G.Ostonakulov, M.A.Yusupov.

From scientists of the Commonwealth of Independent States V.A.Averin, V.Ageev, A. Antonov, G.Andreeva, T.V.Bendas, M.V.Buchatskaya, G.Volkova, T.S.Vavakina, T.P.Danilova, A.Dontsov, A.L.Zhuravlev, S.A.Kartashov, A.Kitov, Ya.N.Kolominsky, I.Kon, F.Kuzin, M.I.Lisina, O.V.Lukyanov, G.V.Millar, L.N.Ojigova, E.I.Ostashchenko, B.Parigin, V.Popov, V.P.Poznyakov, N.V.Plisenko, A.Filippov researched the socio-psychological aspects of small business and private entrepreneurship.

From foreign scientists, G.Geymans, E.Jones, R.Kenter, K.Kessel, Dj.Landau, A. Maslow, D.Myers, J.Marshall, T.Pittman, E.Sullero, S.Walsh studied the specific aspects of small business and private entrepreneurship.

The connection of the dissertation topic with the research plans of the higher education institution where the dissertation is being carried out. The connection of the dissertation topic with the research plans of the higher educational institution where the dissertation was completed. The dissertation research was carried out within the framework of the practical project PZ-2014-0913113120 on the topic "Economic demographic factors of stable family development (2015-2017)" within the framework of the research plan Andijan Institute of Mechanical Engineering

The purpose of the research is to empirically study the gender and ethnopsychological characteristics of small business and private entrepreneurship, to develop the necessary practical recommendations.

Tasks of the research:

1. Empirically researching specific distinctive aspects of the personality of small and medium-sized business entities related to gender status.
2. Systematization of ethnopsychological features of personal qualities, priority values of those engaged in entrepreneurial activity.
3. Management styles in small and medium business, family entrepreneurship and household are studied, and the situation of its harmony with the national-cultural environment, ideas and thoughts imprinted in the social imagination of the members of the society is studied with the help of content analysis and diagnostic methods.
4. The criteria and consequences of effective business management are studied on the example of family business and household, and to prove empirically that the characteristics of mutual relations in the couple's business, preserved in the form of values, are the factors that determine the ethnopsychological aspects of Uzbek

entrepreneurs.

5. Development of scientific-psychological proposals for training, retraining and professional development programs for family relations, effective work with partners and teammates, working and managers in the field of private entrepreneurship in Uzbekistan.

As the object of the research, the process of researching the gender and ethnopsychological identity of small business and private entrepreneurship was chosen and a total of 305 respondents from Andijan, Namangan, Fergana regions, managers of small business and entrepreneurial entities, were involved in the research.

The subject of the research is gender and ethnopsychological characteristics, factors, motives of small business and private entrepreneurship.

Research methods. In the research, conversation, interview, content analysis, a specially created IPS (authorship development) that helps to determine the gender and ethnopsychological identity of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan, according to R.B.Kettell, according to E.G.Goziev, A.I.Rasulov modification "16-factor personality questionnaire", S.S.Nosov's "Expert assessment methodology", Dj.Holland's "Personality type identification" methodology; M.Rokich's "Determining the Orientation of Values" methodology; N.Raidos's "Assessment of self-confidence" test; "Success motivation" and "Failure avoidance motivation" tests by T.Ehlers, percentage analysis from mathematical and statistical methods, factor analysis, Student's t-criterion, Pearson's r_p -correlation coefficient was used.

The scientific novelty of the research is followings:

- on the basis of empirical research, the phenomenological aspects of private entrepreneurship related to the individual's gender status, in particular, the tendency to entrepreneurship and the socio-psychological and gender specificity of business skills were studied empirically within the framework of the national culture of behavior, interpersonal relations based on sincerity and mutual interest;

- the connection of private entrepreneurship with management activities and its compatibility with the national-cultural environment, national psychology, educational methods, ideas existing in the society and imprinted in social imaginations are proven based on the research results;

- aggressive and often authoritarian management style in men in private and family businesses; It has been proven through content analysis that women's communicative management style, i.e., their communicative skills and eastern etiquette values, make a positive impression on others, influence business partners through mutually beneficial cooperation, and use verbal and non-verbal tools appropriately in order to achieve efficiency, unlike men;

- the consequences and criteria of separation (segregation) from all factors that negatively affect the social position of women in entrepreneurial activities are studied in comparison with the motivations of men's behavior, the effectiveness of women's entrepreneurial aspects in family business and home economics, the position of men in couple entrepreneurship and women's trust in management style in the family

economy effective, based on the fact that such interaction is an ethno-psychological characteristic of Uzbek entrepreneurs.

The practical results of the research are followings:

- views on the gender and ethno-psychological aspects of the motivations of the activities of women and men engaged in private entrepreneurship, their personal characteristics, values, personal beliefs related to the interest of their own status, and trust were systematized and implemented;
- a socio-psychological questionnaire was introduced to determine the connection of private entrepreneurship with management activities and its transformation with the national-cultural environment, national psychology, educational methods, and gender stereotypes existing in the society;
- ethnopsychological aspects of communicative management in private and (or) family business by making a positive impression on oneself in men and by making a positive impression on oneself, Eastern manners and ingratiating, a methodical study of how the manifestation of the culture of behavior in women's social behavior in influencing others by leaving an impression on them in different situations information is introduced in business training centers;
- the practical study of the gender identity of representatives of different sexes is used in the development of a theoretical conclusion, practical recommendations and proposals, and the development of gender management.

The reliability of the research results is explained by the publication of articles in national and international collections of scientific conference materials, special journals on the list of Higher Certification Commission and foreign scientific journals, published monographs and reviews, conclusions, the implementation of the developed suggestions and recommendations, and the approval of the obtained results by authorized organizations.

Scientific and practical significance of research results. The scientific significance of the research results comes directly from its scientific novelty and the reliability of the research methods, as well as the methods of developing an empirical research program, content-statistical analysis, and the comprehensive use of unique methodological approaches in our research, which is a system of training, retraining and upgrading the newly formed category of female entrepreneurs. improvement, scientific conclusions on the dependence of gender psychology in management on the national cultural environment, national traditions, upbringing methods, gender stereotypes existing in society, increasing the activity of women in social, political, economic, cultural life, the essence, genesis of the movement of gender equality, emancipation, feminism and It is explained by the fact that it serves to solve promising research problems aimed at eliminating problems that hinder the study and improvement of its place in human life.

The practical significance of the research results is that the results and theoretical conclusions and categorical concepts made through empirical analysis enrich such disciplines as "Gender psychology", "Ethnopsychology and psychology of religion", "Social psychology" with new information. It is determined that it can be used in the activities of the departments of the ministry of working with the

neighborhood, the association "Entrepreneurial Woman", the association "Hunarmand", and the systematic interpretation of the ethno-psychological and gender characteristics of the participants of small business and private entrepreneurship activity.

Implementation of research results. Based on the scientific results of determining the gender and ethnopsychological characteristics of private entrepreneurship in Uzbekistan:

- on the basis of empirical research, the phenomenological aspects related to the gender status of the managers and workers operating in the fields of small business and entrepreneurship, in particular, the inclination to entrepreneurship and the socio-psychological and gender specificity of business skills within the framework of the national culture, scientific conclusions and proposals at the Tashkent State Pedagogical University According to the order of the Educational and Scientific Center of Psychology No.9 of August 19, 2020, it is included in the "Social Psychology" module (reference No.P-M-9-g of the Educational and Scientific Center of Psychology at TDPU dated August 19, 2020). As a result, it is possible to improve the phenomenological aspects of private entrepreneurship related to the individual's gender status, the positive possibilities of business skills of women, social-psychological and gender identity;

- The connection of private entrepreneurship with management activities and its transformation with the national-cultural environment, national psychology, education methods, gender stereotypes existing in the society, among the practical recommendations determined on the basis of a socio-psychological questionnaire, of Andijan region neighborhood and family support department "The most advanced among women and girls" business project" was used in the development of the competition project (Reference No.02-02/448 of the Ministry of Neighborhood and Family Support of the Republic of Uzbekistan dated February 25, 2021), and was used in the implementation of the activities set for 2020 by the Employment Department of the Andijan region (Republic of Uzbekistan Employment and reference number 01/00-03/09-575 dated January 19, 2021 of the Ministry of Labor Relations). As a result, it is possible to increase the effectiveness of the formation of social relations, the positive influence of the national-cultural environment on the entrepreneurial activity of women;

- In private and family business, men's aggressive and authoritarian management style and women's communicative skills, oriental manners and ingratiation, influencing others by making an impression on others, gender specificities of achieving efficiency in different situations, practical recommendations evidenced by the personality differential questionnaire. It is included in the "Family Psychology" module based on the Center's Order No.9 of August 19, 2020 (Reference No.P-M-9-g of August 19, 2020 of the Educational and Scientific Center of Psychology at TDPU). As a result, it is possible to increase the effectiveness of the formation of communicative competences of women who are engaged in private and (or) family business activities through the family environment;

- practical recommendations on gender characteristics, axiological and

ethnopsychological criteria of eliminating segregation affecting the position of women in entrepreneurial activities, compared with male behavioral motives, and evidenced on the basis of content analysis, according to the order of the Educational and Scientific Center of Psychology at Tashkent State Pedagogical University No.9 of August 19, 2020 "Ethnopsychology and the psychology of religion" module (reference number P-M-9-g of August 19, 2020 of the Educational and Scientific Center of Psychology at TDPU). As a result, the subjects of "Ethnopsychology and psychology of religion" educational subject will be improved with theoretical views and practical recommendations regarding gender characteristics, regional, ethnopsychological, environment, religion, ideology, ethnic history and culture of eliminating segregation affecting the status of women in business activities;

Approbation of research results. The results of this research were discussed at 5 international and 7 national scientific-practical conferences, a conclusion, a list of references and appendices. The volume of the dissertation is 123 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST of PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I part)

1. Сатвалдиев А.А. Шахслараро муносабатда мотивация ва мулоқот// «Халқ таълими» журнали. - Тошкент, 2003, №3.–Б. 82-84.
2. Сатвалдиев А.А.Оилавий тадбиркорлик асосий йўналишлар ва муаммолар. ФарДУ. Илмий хабарлар журнали. Илова тўплам - Фарғона, 2012. –Б. 81-83. (19.00.00;)
3. Сатвалдиев А.А.Тадбиркорлик психологиясини шакллантиришнинг ижтимоий-психологик хусусиятлари// «Психология» журнали. - Бухоро, 2019, №4. –Б. 149-152. (19.00.00; №5)
4. Сатвалдиев А.А. Инсон харакатларида ва шахслараро муносабатларида ироданинг кучи// «Педгогик маҳорат илмий-назарий ва методик журнал» БухДУ 2021йил 4-сон.-Б.116-119.(19.00.00. №4)
5. Сатвалдиев А.А. Гендерные вопросы в Узбекистане // «Вестник интегративной психологии» Журнал для психологов. – Ярославль, 2020, Выпуск № 20. - С. 130-133. (19.00.00; №2)
6. Сатвалдиев А.А. Проявление гендерной идентичности в предпринимательстве //«Вестник интегративной психологии» журнал для психологов. – Ярославль, 2020, Выпуск № 21. - С. 351-355. (19.00.00; №2)
7. Сатвалдиев А.А. Бошқарув тизимида фаолият кўрсатаётган раҳбар хотин-қизларнинг шахсий ва ижтимоий психологик сифатлари//«Таълим тизимида ижтимоий-гуманитар фанлар» журнали. Тошкент, 2019, №4.–Б.206-210.
8. Сатвалдиев А.А. Ўзбекистонда тадбиркорлик, раҳбарлик ва лидерлик масалаларига ёндашувлар// INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «GLOBAL SCIENCE AND INNOVATIONS 2020: CENTRAL ASIA». - Nur-Sultan, Kazakhstan, August 2020 (10)/ -P. 78-80.
9. Сатвалдиев А.А. Условия и решения для женщин предпринимателей сегодня// Monografia Pokonferencyjna Science, Research, Development #31 Philology,Sociology and Culturology. – Rotterdam, 2020. –P. 19-21.
10. Сатвалдиев А.А.Иқтисодий фаолият турлари кесимида оилавий тадбиркорлик// «Психология фани ва ёшларнинг ривожланиши» мавзусида Халқаро илмий-амалий онлайн конференция материаллари. – Тошкент, ЎЗМУ, 2020. –Б. 962-966.
11. Сатвалдиев А.А. Женское лидерства в предпринимательстве сегодня//Сборник статей международной научно-практической конференции «Психология XXI Века»БухДУ 2021год 9-сентября.С-215-219
12. Сатвалдиев А.А. Бозор муносабатлари тизимида оила ва унинг ижтимоий-иқтисодий хусусиятлари// «Ўзбекистонда миллатлараро тотувлик,миллий, диний ва сиёсий бағрикенгликни янада ривожлантиришнинг ижтимоий, фалсафий масалалари» мавзусидаги Республика илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами. – Тошкент, 2020. –Б.197-200.

II бўлим (II часть; II part)

13. Савталдиев.А.А. Тадбиркорликнинг ривожланишида ижтимоий-иқтисодий манфаатлар уйғунлиги ва устиворлиги// «Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривож, истиқболлари» мавзусида республика илмий-амалий конференцияси материаллари тўплами. – Андижон, 2011. – Б. 182-184.

14. Сатвалдиев А.А. Таълим жараёни ва хўжалик юритувчиларнинг интеграциялашуви //«Хотин-қизларнинг фан, таълим, маданият ва бизнес соҳасидаги ютуқлари» мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжуман материаллари тўплами. – Жиззах, 2017. –Б. 74-76.

15. Сатвалдиев А.А. Тадбиркорликда гендер муносабатларни ижтимоий-психологик муаммолари// «Марказий осие халқларининг оилавий ҳаётида гендер жиҳатлари» мавзусидаги халқаро илмий-амалий анжуман материаллари. – ФарДУ 2021 йил Б. 44-48.

16. Сатвалдиев А.А. Мулоқотнинг шахслараро муносабатда ўзига хослиги// «Инновациялар ва таълимдаги ислохотлар контекстида: муаммолар, қонуниятлар ва истиқболлар» мавзусида Республика илмий-амалий конференция материаллари, - Тошкент, ЎзМУ, 2019. – Б. 70-72

17. Сатвалдиев А.А. Профессional фаолият жараёнида эркалар ва хотин-қизларнинг гендер тенглиги//« АндМИ илмий-техника» журнали. – Андижон, 2020, №1(1). – Б 196-202.

18. Сатвалдиев А.А. Хотин-қизлар ва ёшларни давлат томонидан ижтимоий қўллаб-қувватлашни янада кучайтириш //« АндМИ илмий-техника» журнали. – Андижон, 2020, №1(1). – Б. 202-206.

19. Сатвалдиев А.А. Тадбиркорлик ва бошқарув тизимида фаолият кўрсатаётган раҳбар хотин-қизларнинг шахсий ва ижтимоий психологик сифатлари // «Илм-фан, таълим ва ишлаб чиқаришнинг инновацион ривожлантиришдаги замонавий муаммолари» мавзусида халқаро илмий-амалий конференция материаллари тўплами. – Андижон, 2020, -Б.1021-1027.

20. Сатвалдиев А.А. Personal and social psychological factors of female managers// «Scientific and technical journal machine building» АндМИ 2022 йил 3-сон. Б.349-354.

21. Сатвалдиев А.А. Ҳозирги кунда тадбиркор аёлларга яратилаётган шароитлар ва ечимлар// «Илм-фан ва таълимнинг ривожланиш истиқболлари» мавзусидаги республика илмий онлайн конференция материаллари тўплами, - Тошкент, 2020. –Б. 174-178.

Автореферат ТДПУ «Илмий ахборотлари» илмий назарий журнали таҳририятида 2022 йил 24 октябрда таҳрирдан ўтказилди.

Босишга рухсат этилди. 25.10.2022 йил
Бичими 60x84 1/16, «Times New Roman»
гарнитурда рақамли босма усулида босилди.
Нашриёт босма табоғи 3.0. Адади: 100. Буюртма: № 60
Баҳоси келишув асосида

Низомий номли Тошкент давлат педагогика
университети босмаҳонасида чоп этилди.
Манзил: Тошкент шаҳар, Чилонзор тумани,
Бунёдкор кўчаси, 27-уй