

7-10-2019

WOMEN AS SUBJECTS OF FAMILY ENTERPRISE (SOCIAL AND PHILOSOPHIC ASPECTS)

Jamshid Bekmatovich Davletov

Urgench State University, Department of "National Idea, Fundamentals of Spirituality and Law Education"
senior teacher

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/namdu>



Part of the [Education Commons](#)

Recommended Citation

Davletov, Jamshid Bekmatovich (2019) "WOMEN AS SUBJECTS OF FAMILY ENTERPRISE (SOCIAL AND PHILOSOPHIC ASPECTS)," *Scientific Bulletin of Namangan State University*. Vol. 1 : Iss. 3 , Article 28.

Available at: <https://uzjournals.edu.uz/namdu/vol1/iss3/28>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in Scientific Bulletin of Namangan State University by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact brownman91@mail.ru.

WOMEN AS SUBJECTS OF FAMILY ENTERPRISE (SOCIAL AND PHILOSOPHIC ASPECTS)

Cover Page Footnote

???????

Erratum

???????

ХОТИН-ҚИЗЛАР – ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИ (ИЖТИМОИЙ-ФАЛСАФИЙ ЖИҲАТЛАРИ)

Давлетов Жамшид Бекматович

Урганч Давлат университети, “Миллий ғоя, маънавият асослари ва ҳуқуқ таълими” кафедраси катта ўқитувчиси

Аннотация: *Мазкур мақолада хотин-қизларни оилавий тадбиркорлик субъектларига айланишига ёрдам берувчи психофизиологик, этномаданий, этнопсихологик, демографик, аксиологик омиллар таҳлил қилинади, уларнинг оилавий бизнесдаги ўрни очиқ берилди.*

Калит сўзлар: *хотин-қизлар, аёллар, бизнес, тадбиркорлик, “Ҳар бир оила – тадбиркор” дастури, “оилавий тадбиркорлик”, гендер, этномаданий омиллар, психофизиологик омил, аксиологик омил, ижтимоий фаолият.*

WOMEN AS SUBJECTS OF FAMILY ENTERPRISE (SOCIAL AND PHILOSOPHIC ASPECTS)

Davletov Jamshid Bekmatovich

Urgench State University, Department of "National Idea, Fundamentals of Spirituality and Law Education" senior teacher

Abstract: *In this article, there were analyzed psycho-physiological, ethno-cultural, ethno-psychological, demographical, axiological factors which help women to become subjects of family entrepreneurship and there was discovered their place in family business.*

Key words: *women, business, entrepreneurship, program “Every family is an entrepreneur”, “family entrepreneurship”, gender, ethno-cultural factors, psycho-physiological factor, axiological factor, social activity.*

ЖЕНЩИНЫ – ДЕВУШКИ - СУБЪЕКТЫ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА (СОЦИАЛЬНЫЕ И ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ)

Давлетов Джамшид Бекматович

Ургенчский государственный университет, кафедра «Национальная идея, основы духовно-правового воспитания» старший преподаватель

Аннотация: *В данной статье анализируются психофизиологические, этнокультурные, этнопсихологические, демографические, аксиологические факторы которые егго советуют женщинам стать субъектами семейного предпринимательства, раскрывается их роль в семейном бизнесе.*

Ключевые слова: *женщины, бизнес, предпринимательство, программа “Каждая семья – предприниматель”, семейное предпринимательство, гендер, этнокультурные*

факторы, психофизиологический фактор, аксиологический фактор, социальная деятельность.

Ҳар қандай ижтимоий фаолият негизида шахсларнинг эҳтиёж, қизиқиш ва талаблари ётади. Мазкур субъектив ҳодисалар ижтимоий фаолиятни ким, қандай шахслар амалга оширишини аниқлашни тақозо этади. Шахс механик тарзда жамият ҳаётига аралашмайди, у ижтимоий фаолиятни ўзининг ҳаётий мақсади, мавжудлигининг шарти, онгли мавжудотлигининг ифодаси эканини англагандагина фаоллик кўрсатади, у ёки бу фаолият турини танлайди. “Инсоннинг вазифаси унинг онгли фаолиятидадир” [1; 278.]. Аристотелнинг бу фикрини давом эттириб, Гегель ёзади: “Киши қандай бўлса, унинг иши ҳам шундайдир” [2; 142.].

Тадбиркорлик ва бизнес шахснинг кимлигини, у қандай ижтимоий, ички маънавий фазилатларга, билим ва дунёқарашларга эга эканини кўрсатувчи ҳодисадир. Чет эллик олимлар Ж.С.Милль, О.Конт, А.Маршалл, Г.Менкью, Ж.П.Бетбез, Й.Шумпетерларнинг фикрича, тадбиркорлик шахсга эркинлик, ўз эҳтиёжларини қондириш, фаровон яшаш имконини беради [3; 4.]. Демак, тадбиркорлик шунчаки иқтисодий феномен эмас, у сиёсий-ҳуқуқий, маданий ва руҳий-маънавий аҳамиятга ҳам эгадир. Шахс тадбиркорликни ижтимоий зарур фаолият эканини англаган заҳоти ўз меҳнатига, кўрсатадиган хизматига масъуллигини ҳис этади. Энг муҳими шундаки, унинг ижтимоий фаолияти жамиятдаги иқтисодий муносабатларга, кишиларнинг, истеъмолчиларнинг давлатнинг иқтисодий сиёсатига муносабатлари шаклланишини идрок этади. Ўз пайтида Нобель мукофоти лауреати, таниқли жамиятшунос Ф.А.Хайек “эрк билан жамият фаровонлиги бир-бирига зид воқеликлар эмас, балки улар бир-бирини тақозо этади” [5; 103.], деб ёзган эди. Демак, тадбиркорнинг эрки “ўзи ўзи учун” эмас, балки жамият, унинг фаровонлиги учундир. Бу ўринда тадбиркор эрки билан жамият талаби ўртасидаги зиддият биринчисининг мавқеини ва эркини маҳв этишга, синдиришга олиб келмайдими? Ахир жамият талаби моҳиятан шахс эркидан кенг, у ҳар қандай индивидуал эркини ўзига бўйсундиришга қодир, деган савол уйғонади.

Жамият фаровонлигини таъминловчи умумманфаатларга итоат этиш, хизмат қилиш тадбиркор эркини камситмайди. Инсон эркини умумманфаатларга хизмат қилиш доирасида амалга ошириб ўз эркини намоён қилади, жамият эса бундай эрқдан манфаатдордир. Манфаатлар уйғунлиги бўлмаган жойда манфаатлар тўқнашуви, кураши юзага келади, бу эса хаосга, бошбошдоқликка олиб келади. Жамият фаровонлиги шахсий ва умумий манфаатлар гармонияси туфайли реал воқеликка айланади. Тўғри, файласуф, иқтисодчи коллективизм (умумий манфаатлар) ва тоталитаризм (умумий

манфаатларга етиш усули) ўртасида узвийлик боғлиқ, деб билади, хатто тоталитаризм асосини коллективизмда кўради [1; 106.]. лекин у коллективизм (коммунитаризм, жамоавийлик, умумийлик) нинг ижобий томони борлигини, Шарқона ҳаёт тарзи коллективизм орқали барқарор эканини кўрмайди. Умуман, Ф.А.Хайекнинг бозор иқтисодиёти, инсон эрки, неолиберал ғоялари Ғарб иқтисодиётини таҳлил қилишдан келиб чиққан. Бироқ унинг “Марказлашган бошқарув” ҳақидаги салбий фикрларининг тўғрилигини совет мафқураси ва иқтисодиётининг инқирози тасдиқлади. Бозор иқтисодиёти билан марказлашган бошқарув, режалаштириш бир-бирига нафақат инсон эрки, жамият фаровонлигига эришиш, шунингдек моҳиятан бир-бирларига зид воқеликлардир. Айнан инсон эркини, унинг иқтисодий демократик ҳуқуқини жамият фаровонлигининг, замонавий цивилизация мавжудлигининг асоси деб билади [1; 109.]. Ушбу фикрида у неолиберализм тарафдори Р.Даль тарафдори, у билан ҳаммаслақдир [6; 35].

Хотин-қизларнинг оилавий тадбиркорликдаги иштироқи ўзининг турли жиҳатларига, имманент хусусиятларига эга. Уларни психофизиологик, этномаданий, этнопсихологик, демографик, аксиологик нуқтаи назардан қараб чиқиш мумкин.

Аёл ва эркак бир турга оид мавжудотлар бўлса-да, улар психофизиологик нуқтаи назардан турличадир. АҚШлик тадқиқотчилар Аллан ва Барбара Пизнинг ёзишича мазкур психофизиологик фарқлар шунчалик чуқурки, уларни ҳисобга олмаслик икки жинсни бир-бирига антогонистлар сифатида қарши қўйишга олиб келади. Ҳар қандай ижтимоий фаолиятни аёл бошқача, эркак бошқача бажаради [7; 6-10.]. Бизнес ва тадбиркорликдаги аёл ва эркак муносабатларини тадқиқ этган ғарб мутахассислари ҳам бир хил вазифага аёл бошқача, эркак бошқача ёндашишини қайд этадилар. Уларнинг фикрича, бизнес ва тадбиркорликда хотин-қизлар иштироқи ошаётган бўлса-да, “эркак бизнесда катта ўйинчи”, аёллар эса “консерватив бизнес тарафдорлари сифатида бизнесга катта ўйин сифатида қарашдан қочишга интиладилар. Аёллар, эркакларга нисбатан бозор стратегиясига қийинчилик билан мослашадилар. Уларнинг ойлик маоши эркаклар ойлик маошининг ўртача 65 % га яқиндир” [8; 468-469.]. Бу фарқларни психофизиологик омиллардан келтириб чиқариш тўғри эмас, албатта. Бироқ ишга, фаолиятга муносабатларда уларнинг таъсири борлигини инкор қилиб бўлмайди.

Хотин-қизларнинг тадбиркорлик ва бизнесда иштирок этишига улар ўзлаштирган этномаданий анъаналар, этномаданий муҳит катта таъсир этади. Шахс мудом маълум бир этномаданият маҳсули, ифодачисидир. Айниқса Шарқ аёлларида, уларнинг ижтимоий фаолиятга, вазифаларига муносабатларида этномаданий анъаналар таъсири яққол сезилиб туради. Ўзбек

этномаданиятининг ижтимоий-фалсафий ва эстеттик жиҳатларини махсус тадқиқ этган О.Нишонovanинг қайд этишича, ўзбек хотин-қизлари этноанъаналарнинг асосий асровчиси, авлодларга етказувчиси ва оммавий тарғиботчиси бўлиб келган. Улар этномаданиятнинг ҳам объектлари, ҳам чин субъектларидир [9; 124-129.]. Агар ушбу фикрдан келиб чиқсак, ўзбек аёллари ўзлаштирган этномаданий анъаналарни тадбиркорлик ва бизнесга ҳам тадбиқ этиш ёки уларга таяниб фаолият олиб бориши табиий ҳол эканини англаймиз. Масалан, респондентларимизга “Омадингиз келиб бир миллион АҚШ доллари даромад қилсангиз уни нималарга сарфлар эдингиз?” деган савол билан мурожаат этдик. Натижада “Уй қурадим” (82 %), “Ўғлимни уйлантирадим” (80 %), “Юбилей, тўй ўтказардим” (71 %), “Линкольн сотиб олардим” (60 %), “Банкка қўярдим” (52 %), “Дунёни айланардим” (40 %), “Тадбиркорликни кенгайтирадим” (28 %), “Хайр-садақа қилардим” 4 % деган жавобларни олдик. “Уй қурадим”, “Ўғлимни уйлантирадим”, “Юбилей, тўйлар ўтказардим” деган жавоблар респондентларимиздаги этномаданий анъаналарни ифода этади. Респондентларнинг 28 % бизнесини кенгайтиришни истайди.

Этнопсихологик омиллар этномаданий анъаналар билан уйғун келади. Улар гоҳо синоним, айнан воқеликлар сифатида талқин этилади.

Этнопсихологик тадқиқотлар кўрсатадики, шахс ўз халқи, миллати менталитети таъсиридан холи яшамайди, хатто узоқ йилларда бошқа, ёт муҳитда яшаган кишилар ҳам ундан қутулмайди. Масалан 1930-1937 йилларда чет элларга кетиб қолган ватандошларимиз ҳамон ўз юрти, туғилган макони, халқи анъаналарини, тили ва турмуш тарзини ёдида, ўйида сақлаб яшайди.

Ўзбек хотин-қизлари борлиғига сингган этнопсихологик анъаналар ва тушунчалар гоҳо уларнинг халқаро бизнесда фаол қатнашишига халақит беради. Бугун трансмиллий корпорациялар тузиб жаҳон бозорида фаолият юритаётган ўзбек тадбиркор аёли йўқ. Хотин-қизларимиз салбий этностереотиплардан, айниқса тадбиркорликка халақит берувчи уятчанлик, камтарлик, эркакка тик қарамаслик, унга итоатда яшаш кабилардан воз кечгани маъқул. Улар шуни эсда тутиши керакки, тадбиркорлик ва бизнес кишини ишбилармонлар дунёсига танитади, унга обрў, мавқе, мақтов олиб келади, энг уддабуронлари, сиёсат билан қизиққанлари, худди АҚШ президенти Трамп каби бошқарувнинг энг чўққисига чиқиши мумкин. “Генерал бўлишни ҳавас қилмайдиган кишидан яхши аскар чиқмайди”.

Демографик омил зиддиятли таъсир этади. У бир томондан аёлнинг табиат инъом этган туғиш ва болани оёққа қўйиш функцияси билан боғлиқ, бошқа томондан, аёлни уйга, хўжаликка боғлаб, эрига қарам қилиб қўяди. Айнан мазкур зиддиятли омилни ҳал этиш ниятида Ўзбекистонда оилавий тадбиркорликни ривожлантиришга киришилган. Кейинги икки йилда Ўзбекистонда хотин-

қизларни тадбиркорликка, бизнесга жалб этиш, оилавий тадбиркорликни ривожлантириш мақсадида кредитлар ажратиш 2 баробарга оширилди. 2014-2016 йилларда, уч йил ичида хотин-қизлар тадбиркорлигига банклар 3 триллион 800 миллиард сўм кредит ажратган бўлса, биргина 2018 йили улар 3 триллион 361 миллиард сўм кредит ажратган. Республикамиз Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг 2019 йил 7 мартда имзо чеккан “Хотин-қизларнинг меҳнат ҳуқуқлари кафолатларини янада кучайтириш ва тадбиркорлик фаолиятини қўллаб-қувватлашга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарорида хотин-қизларни иш билан таъминлаш, оилавий тадбиркорликка жалб этиш, уларда ўз бизнесини ташкил этиш кўникмаларини шакллантириш, ўқитиш, Хотин-қизларни ва оилани қўллаб-қувватлаш жамоат фонди орқали маблағлар билан ёрдам бериш кабилар долзарб вазифалар экани уқтирилади. Аёллар тадбиркорлиги гендер тенглик масаласи ҳамдир [10; 1-2]. Президентимиз хотин-қизларнинг тадбиркорлик ва бизнесдаги ҳуқуқларини таъминлаш учун “Эркалар ва аёллар учун тенг ҳуқуқлар ва имкониятлар кафолатлари тўғрисида”, “Хотин-қизларни тазйиқ ва зўравонликлардан ҳимоя қилиш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунларини қабул қилиш зарурлигини таъкидлайди.

Тадбиркорлик ва бизнес шахсга обрў, ҳурмат, шараф келтиради, улар меҳнат аҳлини қадрлашга ва ижтимоий-иқтисодий кадриятларни эозлашга ўргатади. Қадрланган меҳнат шахсда қизиқиш, инновацияга интилиш, янги хизмат турларини ўйлаб топиш истагини уйғотади. Тадбиркорлик ижтимоий фаолият сифатида жамият ва давлат томонидан қадрланганида ижобий, креатив воқеликка айланади, ёшларда тадбиркор бўлишга қизиқиш уйғотади. Бугун оилавий бизнесда фаол қатнашаётган хотин-қизларлар кам эмас. Икки миллионга яқин оилалар тадбиркорлик ва бизнеснинг у ёки бу турлари билан шуғулланишади. Тўғри, улар ичида маданий-маиший хизмат кўрсатишга қаратилган тадбиркор оилалар етакчи ўринда туради. Тикувчилик, қандолатчилик, касаначилик каби хизмат турлари кўрсатиш кенг тарқалган. Қишлоқ жойларида асосан оилавий фермерлик ва деҳқончилик кўпроқ учрайди. Шаҳарларда кўплаб хотин-қизлар маърифий, тиббий, савдо-сотик хизматлари кўрсатишда хизмат қилишади. Биз қайси шаҳар ва вилоятларга қандай хизматлар кераклигини аниқ билишимиз, кейин ушбу “йўл харитаси”га мувофиқ оилавий тадбиркорликни шакллантиришимиз зарур.

References:

1. Aristotel. Sochineniya. T. 2. – Moskva: Misl, 1972.
2. Gegel. Raboti raznix let. – Moskva: Goslit iz dat, 1957.
3. Mill Dj.S. Osnovi politicheskoy ekonomii. T. 1. – Moskva: Progress, 1980.
4. Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. – Moskva: Progress, 1982.

5. Хайек F.A. Obshestvo svobodnix. – Moskva: AST, 1980.
6. Dal R. Vvedenie v ekonomicheskuyu demokratiyu. – Moskva: Nauka, SP “IKPA”, 1991.
7. Allan i Barbara Piz. Kak zastavit mujchinu slushat, a jenninu molchat. Pochemu mi takie raznie, no tak nujni drug drugu. – Moskva: Eksmo, 2006.
8. Ilin E.P. Pol i gender. – SP 6.: Piter, 2010.
9. Nishonova O. O‘zbek etnomadaniyatining estetik mohiyati. – Toshkent: Fan, 2013.
10. Qarang: Xalq so‘zi, 2019, 2 mart.