

ИЖТИМОЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ
ЖУРНАЛ СОЦИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
JOURNAL OF SOCIAL STUDIES

Холжаев Собир Джумаевич

PhD докторант - Ўзбекистон Миллий университети

e-mail: khsobir@yahoo.com

ЖАМИЯТ ҲАЁТИДА ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ТУТГАН ЎРНИ ВА
ИЖТИМОЙ ФУНКЦИЯЛАРИ



<http://dx.doi.org/10.26739/2181-9556-2019-5-6>

АННОТАЦИЯ

Мақолада тараққиётнинг ҳозирги босқичида тадбиркорлик ва тадбиркорларнинг қатламини туганган ўрни, тадбиркорликнинг жамият ҳаётидаги ижтимоий функциялари таҳлил қилинган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, тадбиркорлар, инновация, инновацион фаолият, ижтимоий-новаторлик фаолият, тадбиркорликнинг ижтимоий функциялари.

Холжаев Собир Джумаевич

PhD докторант-Национальный университет Узбекистана

e-mail: khsobir@yahoo.com

РОЛЬ И СОЦИАЛЬНЫЕ ФУНКЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЖИЗНИ
ОБЩЕСТВА

АННОТАЦИЯ

Статья анализируется роль предпринимательства и предпринимательства на современном этапе развития и социальные функции предпринимательства в обществе.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательский слой, инновации, инновационная деятельность, социально-новаторская деятельность, социальные функции предпринимательства.

Khodjaev Sobir Djumaevich,

PhD doctoral student - National University of Uzbekistan

e-mail:khsobir@yahoo.com

THE ROLE AND SOCIAL FUNCTIONS OF ENTREPRENEURSHIP IN LIFE OF
SOCIETY

ANNOTATION

The role of entrepreneurship and entrepreneur stratum in the present stage of development and the social functions of entrepreneurship in society are analyzed in the article.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneur stratum, innovation, innovation activity, social-innovation activity, social functions of entrepreneurship.

Forcitation: Khodjaev Sobir. The role and social functions of entrepreneurship in life of society. International Journal of Social Studies. 2019, vol. 1, issue 5, pp. 40-46

Тадбиркорлик хусусий мулк ҳуқуқи ва эркин рақобатга асосланган ижтимоий-иқтисодий тизимнинг асоси ҳисобланади. Ҳозирги шароитларда тадбиркор нафақат бозорнинг иштирокчиси, шу билан бирга фуқаролик жамияти барқарорлигининг қафолати бўлиб хизмат қилади. Иқтисодиётнинг ривожини билан бирга тадбиркорликнинг ижтимоий ва иқтисодий функцияларида сезиларли ўзгаришлар рўй бермоқда. Айни кунларда тадбиркор меҳнат ресурсларидан унумли ва самарали фойдаланган ҳолда муваффақиятга эришиши мумкин. Бу энг аввало, малакали ва юқори ҳақ тўланадиган меҳнатдан фойдаланиш, ходимларни тизимли равишда ўқитиш ва касбий қайта тайёрлаш, талаб даражасидаги меҳнат шароитларини яратиш, жамоатчилик ва шахсий персонал нигоҳида корхонанинг ижобий қиёфасини яратишни ўз ичига олади. Бутун дунёда бу каби амалиёт кўзга ташланмоқда, ва шу билан бирга қайси давлатда иқтисодиёт яхшироқ ривожланган бўлса, айнан ўша мамлакатда тадбиркорларнинг ижтимоий функцияларга бўлган мўлжаллари яққолроқ намоён бўлмоқда. Тадбиркорлик маданиятига, тадбиркор билан жамият, тадбиркор билан давлат ўртасидаги ўзаро муносабатларга кўпроқ эътибор қаратилмоқда.

Замонавий тадбиркор талқинида инновацион фаолият ихтиролар, янги технология ва усулларни қўллаш йўли билан товарлар ишлаб чиқариш ёки хизмат кўрсатишни ислоҳ қилишга асосланади.

Инновацион тадбиркорлик асосида жамият аъзоларининг янги эҳтиёжлари, конкрет маҳсулот (товар, иш, хизматлар) ларга бўлган талабини қондиришга бўлган интилиш, ҳаракат ётади.

Бу фаолиятнинг мотиви сифатида: ўз ўзини намоён қилиш истаги, профессионал фаолиятда ютуқларга эришиш; бозорда барқарор ҳолатни таъминлайдиган шахсий рақобатбардош салоҳиятга ва бошқа тадбиркорларга нисбатан устунликка эга бўлиш; ўзи ва ўзига яқин бўлган кишиларни мавжуд воситалар ёрдамида иқтисодий жиҳатдан таъминлаш мақсадида фойда олиш ҳисобланади [8, -P.174]. Санаб ўтилган иқтисодий мотивлардан ташқари кишилар табиатида социал коммуникациялар, социал ўзига хослик, жамоатчилик эътирофига эга бўлишга интилишга бўлган эҳтиёж намоён бўлади.

Ўзбекистонда тадбиркорлик ривожини масалалари кенг муҳокама қилинаётган бўлсада, тадбиркорликнинг ижтимоий функцияларига тегишли бўлган саволлар унчалик кўп ва батафсил ўрганилмаган. Одатда аксарият адабиётлар ва изланишларда тадбиркорликнинг ижтимоий функциялари жамият учун зарур бўлган товарлар ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатиш ҳамда янги иш ўринлари яратиш сифатида қаралади. Бироқ тарафийнинг кейинги босиқларида бу тушунчани кенгроқ талқин этишга зарурият туғилмоқда ва бу масалада маълум маънода баъзи уринишларга қаракат қилинмоқда. Тадбиркорлик ижтимоий функцияларининг бир нечта қўшимча функциялари тўғрисида гапириш лозим бўлади.

Биринчидан, тадбиркорнинг ижтимоий-новаторлик фаолияти. Яъни тадбиркор ўз фаолияти давомида ижтимоий муносабатлар тизимини шакллантиради, янги ижтимоий алоқалар ва социал стереотиплар яратади. Тадбиркор ўз ходимларининг қадриятли мўлжалларини шакллантиради. Меҳнат жамоасининг қадриятли мўлжаллари структурасини ўрганиб, корхонанинг корпоратив маданиятини шакллантиришнинг асосий йўналишларини аниқлаш мумкин. Агарда ходимларнинг қадриятлари гуруҳ ва ташкилотларнинг қадриятларига мос

келишига эришиладиган бўлса, у ҳолда уларнинг фаолиятларининг самарадорлиги маъмурият томонидан мажбурлашсиз ва босимсиз ўсади[1, - С.359].

Тадбиркор шахсининг ўзини шаклланиши муҳим аҳамиятга эга. "Тадбиркорлик, энг аввало, Ф.Хайек фикрича, инсонга ўз қобилиятлари, билимлари, маълумотлари ва даромадларидан оқилона фойдаланиш имкониятини берадиган шахсий эркинлик билан боғлиқ"[4, - С.107]. Тадбиркорлик моҳияти - бу "янги имкониятларни излаш ва ўрганиш, хатти-ҳаракат характеристикаси, у фаолият тури эмас". Тадбиркорлик фаолиятининг ютуғи ҳар доим тадбиркор шахсининг мустақиллиги, таваккалчиликка тайёрлиги, мурасасозлик сингари хусусиятлари билан чамбарчас боғланган. Ҳозирги вақтда, постиндустриал даврда таълим олишга бўлган иштиёқ, тезкор реакция, креативлик (ижодкорлик), юқори даражадаги интеллект тадбиркорнинг энг муҳим шахсий сифатлари сифатида тан олинмоқда. Тадбиркорлик фаолиятининг мотивлари, масалан, Й.Шумпетер кўрсатиб ўтган ҳукмронлик (ҳокимиятга) га бўлган эҳтиёж; рақобатлашиш натижасида муваффақиятга эришиш; эркин ижодкорлик қувончи сингари мотивлар жуда ҳам ўзига хосдир [6, - С.82] Замонавий тадқиқотчиларнинг кўпчилиги жамиятда унча кўп бўлмаган кишилар (5-7%) тадбиркор бўлиши мумкин деган фикрни илгари суришади. Тадбиркорлик бизнеси билан ёлланма меҳнат ўртасидаги мотивлашган танловнинг тадбиркорлик фойдасига ўтиши шахснинг хусусиятларини эмас, шу билан бирга жамиятнинг атмосферасини (кайфиятини) ҳам характерлайди, иқтисодиётдаги тенденциялар, давлат ва ҳокимиятнинг махаллий органларининг тадбиркорлик фаолиятига нисбатан муносабатлари тўғрисида гапиришга имкон беради.

Тадбиркорлик хулқ-атворининг ижтимоий мотивацияси оила, жамият ва табиатнинг фаровонлиги учун маъсулиятни назарда тутати ва жамиятда илгор ўзгаришларни амалга ошириш орқали ўзининг тараққий этишига йўналган бўлади. П. Друкер фикрича, "инновацион фаолият иқтисодий мақсадга йўналган ва қийматга эга бўлади, лекин шу билан бирга ижтимоий аҳамиятга ҳам эга., ...ижтимоий инновация - бу тафаккурнинг одатий шакли ва турмуш тарзининг ўзгаришидир", инновацион фаолиятнинг мазмуни "барқарор" иқтисодий тартибда динамикликни (ўзгарувчанликни) жорий қилиш, ноаниқлик ва таваккалчиликни юқорироқ даражасини яратишга асосланади[2, -С.168]. Шундай қилиб, инновацион фаолият - бу меҳнат фаолияти мотивацияси ва хатти-ҳаракат усулидир. Инновацион жараён тадбиркордан нафақат профессионал йўналишдаги идрок ва мотивацияни, шу билан бирга таваккалчилик қила олиш қобилиятини талаб этадиган фаолияти тури саналади. Тадбиркор нуқтаи-назаридан қараганда, инновацион фаолият тадбиркорлик интилишларнинг инновацион ғоялари сифатида амалга ошадиган янгилеклар яратишдаги ижодкорлик сифатида намоён бўлиши мумкин. Ижодкорлик тадбиркорнинг узлуксиз инновацион фаолияти сифатида янгилекларни амалга оширишнинг мураккаб йўллари ва керакли ресурсларнинг мавжудлигидан қатъий назар янги ғоялар ўйлаб топиш ва уларни амалиётда ишлаши учун шарт-шароитларни яратиш бўйича доимий изланишни билдиради. Бу ерда асосий мотивацияни бошланган ишни охирига етказиш ва вазифаларни ҳал қилмагунча хотиржамликка берилмаслик ҳисобланади; ҳатто лойиҳа бажарилган бўлсада, тадбиркор ҳаётга жорий қилиш учун янги ғоялар излай бошлайди, чунки у учун бу жараён эҳтиёж ва одатга айланиб қолган.

Тадбиркорнинг новатор сифатидаги моҳиятини Й.Шуипетер тўла очиб берган: "Тадбиркорларнинг вазифаси - ихтироларни жорий қилиш кенгроқ маънода янги товарлар ишлаб чиқариш учун янги технологияларни қўллаш ёки янги усуллар билан аввалги товарларни ишлаб чиқариш ёнки янги хом-ашё манбасини топиш ёки тайёр маҳсулот бозори - эскиларини қайта ташкил этишдан тортиб sanoatнинг янги тармоқларини яратиш йўли билан ишлаб чиқариш усулини ислоҳ қилиш ва унда инқилоб қилишдир" [6, - С.97].

Й.Шумпетер давридан бошлаб тадбиркорликни асосан инновация билан боғлашади. Ҳар иккала амалиётчилар ва назариятчилар нуқтаи-назарига қараганда, инновациянинг объекти нафақат ишлаб чиқариш, шу билан бирга бошқарув билан янги жараёнлар ҳисобланади. Кўпчилик тез ривожланаётган фирмалар бошқарув инфраструктураси (консалтинг, инжиниринг) доирасида пайдо бўлди. БМТ таснифи бўйича, инновациялар: - янги маҳсулотни; - янги технологик жараёнлар ва ишлаб чиқариш шаклларини; - янги бозорларни; - янги молия институтлари ва молиялаштириш усулларини; - бошқарувнинг янги ташкилий структуралари ва жараёнларини қамраб олади.

И.Ансофф, П.Друкер, М.Портер ва бошқа бошқарув муаммоси билан шуғулланган бошқа назариятчиларнинг замонавий таълимотларида Й.Шумпетернинг гоялари ётади. Й.Шумпетер фикрича, иқтисодий ривожланиш - бу фақат бозорнинг шахсиз кучларидан ташкил топмаган, у ишлаб чиқаришнинг янги омиллари комбинациясини ифодалайдиган тадбиркорлик инновациялари орқали амалга ошади. Ҳозирги иқтисодиётда тадбиркор иқтисодий ўсиш жараёнида муҳим ролни ўйнайди, аслида инновацион фаолиятни амалга оширади, тадбиркорлик соҳасида эса бозорда рақобатбардош устунликка эришиш имконини беради. Инновациялар - тадбиркорга хос бўлган қуролидир, чунки янги нарсалар қилиш ёки эски нарсаларни янги усуллар билан яратиш орқали тадбиркорлар янги бизнес очиб ёки янги хизмат кўрсатиш яратиш учун ўзгаришлар қилишади. Тадбиркорлар ўзгаришни нормал соғлом ҳодиса сифатида қабул қилишади. Улар доимо ўзгаришларни излашади, уларга тез муносабат билдиришади ва уларни иқтисодий тараққиётнинг механизми сифатидаги янги ихтирони яратишда имконият сифатида қарашади. Инновацияларда асосий жиҳат имкониятларга эътибор қаратиш, яъни яъни бор нарсани тўғри идрок этиш, аллақачон мавжуд бўлган нарсаларни ўрганиш ва ушбу билимларни келажакда имкониятларга айлантиришдир. Инновацион тадбиркорликнинг одатда 3 тури: маҳсулот инновацияси (фирманинг яшаб қолишини таъминлайдиган корхонанинг маркетинг салоҳиятини янгилаш, оладиган даромад ҳажминини ошириш, бозордаги улушини кенгайтириш, мижозлар оқимини сақлаш ва кенгайтириш; технология инновацияси (энергия, хом-ашёни тежашга йўналтирилган ишлаб чиқариш салоҳиятини янгилаш, меҳнат унумдорлигини ошириш, бу эса ўз навбатида маҳсулот ҳажминини ошишига олиб келади); ижтимоий инновациялар (инсон омилини кадрлар сиёсатини такомиллаштириш, касбий тайёргарликни яхшилаш, ишга янги қабул қилинган ходимларни ижтимоий-профессионал мослашуви, меҳнат натижаларини баҳолаш ва рағбарлантириш тизимларинини ишлаб чиқиш ва жорий этиш орқали инсон омилини фаоллаштириш) фарқланади [8, - Р.117]. Инновацион жараён - бу воқеаларнинг давомий мақсадидир, бу жараён давомида янгилик гоядан конкрет маҳсулот, технология ва хизматлар даражасигача "пишади" ва хўжалик амалиётига жорий этилади. Боз устига инновацион жараён тадбир

этиш билан тугамайди. У тадбиқ этилгандан кейин узилиб қолмайди, чунки янгилик тақомиллашади, янада самаралироқ бўлади, янги истеъмол хусусиятларига эга бўлади, бу эса ўз навбатида ўзи учун тадбиқ этишининг янги соҳалари, янги бозорлар эшигини очади ва шу билан бирга янги истеъмолчиларни яратади [7, - Р.124]. Инновацион жараёнлар иқтисодий ривожининг истиқболли шакли эканлигини ҳеч ким инкор этолмаса керак. Аммо савол туғилади, қандай инновацияларга суюниш керак, мамлакатимиз бозори шароитида синовдан ўтган ва маълум ривожланиш заҳирасига эга бўлган инновациягами ёки катта таваккалчилик ва узоқ муддат давом этадиган янгиликками. Бу саволга бозорни чуқур ўрганиш ва корхонанинг ички ва ташқи муҳитини маркетинг таҳлил қилиш билан жавоб бериш мумкин.

Тадбиркорнинг социал масъулияти тўғрисида гапириш ҳам зарур. Янги иш ўринлари ташкил этиш (баъзи муаллифларнинг ҳисоб-китобича, улгуржи савдо соҳасида кичик бизнес билан шуғулланидиган битта тадбиркор кўшимча яна 8-10 иш ўринлари яратади [3, - С.657] дан ташқари, тадбиркор ўз оила аъзоларини бизнесга жалб қилади, меҳнатга яроқсиз бўлганлар - болалар ва кекса ота-оналарини қўллаб-қувватлайди, бу билан давлатнинг елкасидаги кўпгина молиявий юкларни ўзига олади. Тадбиркорликнинг ижтимоий функцияси тадбиркорнинг даромадларини қандай тақсимланиши нуқтаи назаридан таҳлил қилиниши лозим, бу даромадлар нафақат шахсий эҳтиёжлар учун сарфланади, шу билан бирга солиқлар ва нодавлат ижтимоий фондлар (пенсия, бандлик, сугурта, соғлиқни сақлаш, йўл ва бошқа) га ўтказмалар шаклида умумий ижтимоий эҳтиёжлар таъминланади. Даромаднинг қолган қисми эса ишлаб чиқаришни кенгайтиришга, янги асбоб ускуналар ёки технологиялар сотиб олишга, ишлаб чиқариш майдонларини кенгайтиришга, филиаллар (яъни, янги иш ўринлари) очишга, жамғарма фондини шакллантиришга йўналтирилиши мумкин.

Шундай қилиб, тадбиркорликнинг ривожланиши жамиятнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётини жонлаштиришга олиб боради. Бундан ташқари, тадбиркорлар хайрия фаолияти, меценантлик ва ижтимоий лойиҳалар билан шуғулланишади. Тадбиркорлик тараққиёти жамият ижтимоий-иқтисодий ҳаётини жонлаштиради.

Тадбиркор жамиятга чуқурроқ, лекин доим ҳам сезиларли бўлмаган таъсир ўтказиши. У нафақат жамиятда янги маданий анъаналар ва қадриятлар яратади, шу билан бирга уларни ўзгартиради. Анъанавий жамиятларда бу баъзи ҳолларда қандайдир хавотирликни уйғотиши мумкин, албатта. Тадқиқотчилар дунёнинг кўпгина, жумладан европа мамлакатларида маълум хавф-хатарлар: анъаналарнинг бузилиши, ўзликни йўқолиши ва бегона қадриятлар ва маданий меъёрларнинг ўзлаштирилиши тўғрисида гапириб ўтишади, масалан, бу каби хавотирлар айниқса Францияда яққол кўзга ташланади, у ерда вақти вақти билан ижтимоий маконни "демакдонизация" бўйича оммавий намоийишлар бўлиб туради, бу тадбирларда ислом дунёси мамлакатлари вакиллари фаол иштирок этишади.

Иккинчидан, бу тадбиркорлик фаолиятининг ижтимоий-сиёсий жабҳалари. Жамиятнинг модернизациялашуви даврида Ўзбекистонда айнан тадбиркорлар қатлами янги сиёсий кучга айланмоқда. Афсуски, ҳозирги даврда тадбиркорлик структуралари, худди ривожланишнинг биринчи давридаёқ бўлгани сингари иқтисодийнинг умумий ҳолатига - инқироз жараёнлари, давлат ва бошқарув органларидаги коррупцияларига кескин реакция билдириб, жиддий қийинчиликларга дуч келишмоқда, [5, - С.38] чунки ҳар қандай тадбиркор дастлаб

Ўзининг шахсий даромади тўғрисида ўйлайди, у иқтисодий ва сиёсий характердаги умумий муаммоларни ечишдан манфаатдор бўлиб боради. Аниқроқ қилиб айтганда ўз фаолияти домида у дуч келаётган ҳар қандай жиддий муаммо ва тўсиқлар уни уларни бартараф этишнинг имкониятларини кўпроқ излашга ундайди. Муайян институтларга мурожаат қилиш имконияти пайдо бўлади. Тадбиркор жамиятдаги барқарорликка унинг фаолиятини белгилаб берадиган қонунларга, мулкчилик қафолатларига, мустақил суднинг ҳолислигига эҳтиёж сезади. Бундай ҳолатда тадбиркорнинг сиёсий талаблари ва тадбиркорлик ижтимоий функцияларининг сиёсий жабҳаси тўғрисида гапириш мумкин.

Шундай қилиб, тадбиркорликнинг ижтимоий функциялари тўғрисида гапирганда ҳозирги дунёда бу функцияларнинг мураккаблашганлигини таъкидлаш лозим. Тадбиркорлик ижтимоий функцияларининг ривожланиши жамиятнинг ижтимоий интеграциясини таъминлайди, мулкчилик ва бошқарув муносабатларини демократлашувига олиб боради, бу эса ўз навбатида жамият ижтимоий тараққиётини рағбарлантиради.

Бошқа томондан, жамиятда рўй бераётган ўзгаришлар тадбиркорликнинг ижтимоий функцияларига кучли таъсир кўрсатади. Замоनावий жамият тадбиркорликка бир қатор чегараланишларни тақдим этади. Тадбиркорнинг фақат фойда олишга йўналтирилган фаолиятни амалга ошириши мумкин бўлмай қолди. Ҳозирга даврда тадбиркор ёлланма ишчилар меҳнатига тўланадиган иш ҳақи ва шароитлари масаласидаги ижтимоий фикрни, корхона фаолиятининг экологияга таъсирини, ўз компаниясининг жамоатчилик онгида позитив имижини яратадиган хайрия лойиҳаларидаги иштирокини инобатга олиши зарур бўлади. Шу асосда тадбиркорлик жараёнини барча иштирокчилари манфаатларини эътиборга оладиган, "цивилизациялашган" атамаси қўлланиладиган тадбиркорлик шакллана бошлайди.

Замоनावий шароитларда тадбиркорликнинг ижтимоий функциялари ўзига хос аҳамиятга эга бўлмоқда. Ҳар қандай жамият учун иқтисодий барқарорсизлик шароитида солиқ тушумларини камайиши, иш ўринларини қисқариши ва айрим корхоналар учун тўла бўлмаган иш кунига ўтиш, яширин ва аниқ ишсизлик, аҳолининг кам таъминланган қатламларининг маргиналлашuvi сингари муаммолар жуда ҳам муҳим аҳамиятли саналади.

Шунинг учун ҳам ҳар бир давлат учун тадбиркорликни қўллаб-қувватлашни амалга ошириш жуда муҳим саналади. Айни даврда Ўзбекистонда тадбиркорлик ривожини билан боғлиқ бир қатор жиддий муаммолар мавжуд. Улар орасида коррупция, ҳуқуқий-меъёрий база ва солиқ тизимидаги чекловлар, кредит беришдаги номукамаллик, текширувчи органларнинг ҳаддан ташқари назорати, бозорнинг айрим сегментларини давлат компаниялари томонидан монополия қилиниши сингари муаммолар энг жиддийлари бўлиб қолмоқда.

Ҳозирги вақтда мамлакатимизда тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш бўйича кўплаб дастурлар мавжуд. Шу билан бирга, фикримизча, нафақат тадбиркорликни ривожлантиришга йўналтирилган, шу билан бирга миллий, тарихий, диний, худудий хусусиятларни эътиборга оладиган аралаш ижтимоий-иқтисодий дастурлар зарур бўлади. Ўз-ўзини таъминлайдиган бандлик, анъанавий хунармандчилик ва касаначилик, тадбиркорлик фаолиятини ташкил этишнинг оилавий шакллари рағбарлантириш лозим.

Шу билан бирга фриланс деган жараёнга, яъни компаниянинг штатига кирмайдиган, ўз мижозларини мустақил равишда топадиган мутахассислар

фаолиятига эътибор қаратиш лозим Мамлакатимизда қонунчиликдаги номукамалликлар ва қарама-қаршилиқлар туфайли бу ёш ва юқори малакага эга бўлган мутахассиларнинг кўпчилиги "кулранг схема" асосида ишлашга мажбур бўлишмоқда. Бунинг натижасида давлат газнасига маълум миқдордаги солиқлар тушмаяпти, ёш мутахассислар эса норасмий фаолият кўрсатишга кўникишмоқда. Ривожланган давлатларда бу каби муаммолар амалда деярли йўқ. Бундан ташқари, фриланс - бу шахсий бизнес яратиш йўлидаги дастлабки қадамдир.

Иқтисодиётда инқирозли жараёнларни муваффақиятли босиб ўтган деярли барча давлатлар тадбиркорлик ва кичик бизнесни кўллаб-қувватлаш фаол олиб боришган. Бу маънода урушдан кейинги Япония, иккита жаҳон урушидан кейин иқтисодиёти вайрон бўлган Германия тажрибаси, 1980-2000 йиллардаги Хитой, Шарқий Европадаги иқтисодий ислохотлар жуда ҳам қизиқарли ва фойдали бўлиши мумкин. Бу ислохотлар нафақат бюджетни тўлдириш, ижтимоий конфликтлардан қочиш, жамиятда барқарорликни оширишга имкон берди.

Тадбиркорлар фақат иқтисодиётда эмас, шу билан бирга ижтимоий ҳаётнинг социал, сиёсий ва маънавий соҳаларида ўзгаришлар қилишга қодир. Тадбиркорликнинг ривожланиши янги социал қатлам -масъулиятли қарорлар қабул қилишга қодир мустақил, эркин фуқаролар қатлами шаклланишига олиб боради.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Десфонтенес Л.Г., Семёнова Ю.Е. Ценностные ориентации персонала как основа корпоративной культуры предприятия // Теория и практика общественного развития // Научный журнал Федерального государственного бюджетного учреждения науки Институт социологии Российской академии наук, №18, 2015. Краснодар.- С . 358, 362.
2. Друкер П.Ф. Эффективный управляющий. -М.: ИД "Book Chamber International", 2004. 268 с.
3. Копылова Т.В., Семенова Ю.Е. Проблемы развития и повышения конкурентоспособности малых и средних розничных торговых предприятий в Санкт-Петербурге // Экономика и предпринимательство Международный ежемесячный научный журнал,- 2016 № 11 (ч.1) (76-1) изд. "Онеbook.ru" ООО " Сам Полиграфист".-Москва, 2016.-С.656-660.
4. Хайек Ф.А. фон, Дорога к рабству: Пер. с англ. / Предисл. Н.Я. Петракова. - М.: Экономика, 1992. - С. 176.
5. Харламова Т.Л. Возможности гармонизации взаимоотношений между предпринимателями и государством // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов, 2011. - № 4. - С. 37-41
6. Шумпетер, Й. Теория экономического развития / научная монография - М.: Изд.: Директмедиа Паблшинг, 2008. - 401 с.
7. Chrisman J., Chua J., De Massis, A., Frattini F. and Wright M. (2015). 'The ability and willingness paradox in family firm innovation'. Journal of Product Innovation Management, 32, 310-18.
8. Larson, A. (2011). Sustainability, Innovation, and Entrepreneurship. -New York: Flat World Knowledge Inc.