АЁЛЛАР ТАДБИРКОРЛИГИДА ГЕНДЕР МАСАЛАЛАРНИНГ НАМОЁН БЎЛИШИ ВА УЛАРНИНГ ЕЧИМИ

Н.Р. Аннаева

Мақолада аёллар тадбиркорлигининг ўзига хос белгилари ва гендер масалалари таҳлил қилинади. Унда аёллар тадбиркорлигининг имманент хусусиятлари, уларнинг ташаббускорлиги, касб-кор эгаллаши, ижтимоий-иқтисодий ҳаётда фаол қатнашиши ўрганилган.

Калит сўзлар: *тадбиркорлик, гендер тенглик, аёлларнинг ижтимоий-иқтисодий фаоллиги, иқтисодий демократия, кичик бизнес, оилавий тадбиркорлик, меҳнат дифференциацияси.*

В статье анализируются особенности женского предпринимательства и вопросы гендера. Изучаются имманентные свойства женского предпринимательства, активность женщин в социально-экономической жизни, освоении новых профессий и инициативность в бизнесе.

Ключевые слова: *предпринимательство, социально-экономическая активность женщин, экономическая демократия, малый бизнес, семейное предпринимательство, дифференциация труда.*

The article analyzes the peculrities of the businesswomenship and the problemsof gender.It studies the immanent peculiarities of proprietorship of women, their activities in the economic and social life, their mastering the new professions, and their initiatives in business.

Key words: *the society of citizenship, entrepreneur, social-economic activity of women; economic democracy, small business, entrepreneurship of the family, differentiation of work.*

Аёлларнинг иқтисодий ҳаётда, ислоҳотларда фаол иштирокини таъминлаш бугунги кунда муҳим аҳамият касб этади. Лекин бу жараён аёлларнинг ижтимоий-психологик хусусиятлари билан боғлиқ. Тадбиркорнинг ушбу ижтимоий-психологик ҳолати гоҳо уни таваккал қилишга ундайди. Тадбиркорлик фаолиятининг ихтиёрий, эркин фаолият тури экани, ундаги таваккал ўзбек аёли наздида, энг аввало, оиласи, фарзандлари осойишталиги, фаровон яшаши учун зарур.

Тадбиркор аёллар ўз фаолияти доирасига, асосан, хотин-қизларни жалб этишга интилишади. Айни шу хусусият уларни ўзига хос касб-кор, хизмат турлари билан шуғулланишга ундайди.

Мутахассисларнинг таъкидлашича, эркак лидер, тадбиркор билан аёл лидер, тадбиркор ўртасида маълум бир фарқлар мавжуд [1.171]. Бу фарқ ҳар икки жинснинг ўзига хос психофизиологик тузилиши, этномаданий анъаналарга содиқлиги, фикрлаш тарзи, стереотиплар билан боғлиқдир. Қуйидаги белгилар, бизнингча, аёллар тадбиркорлигининг аввало хотин-қизларни ўз атрофида бирлаштириши боисини очиб беради.

1.“Аёл - гўзаллик ижодкори. Улар ўзини гўзаллик, мусаффолик ва Ердаги тартибнинг мухтор вакили тутиши зарур. Ҳаёт аёл қўлларига муҳтож.”[1.114]. Аёллар лидерлиги ва тадбиркорлигини шарқона анъаналар, дао фалсафасига мувофиқ ўрганган Цзинь-Нин Цун шарқ аёли қандай фаолият билан шуғулланмасин гўзалликни тарғиб этувчи, ахлоқий қарашларни ўзида ифодаловчи тимсол бўлиб қолади, деган хулосага келади.

Ижтимоий-иқтисодий фаоллик Шарқ кишиси учун, аввало, маънавий-аҳлоқий қадриятлар билан ўлчанади. Шаклланган маънавий-ахлоқий императивларга зид хатти-ҳаракат қораланади. Агар аёлдаги гўзаллик улуғланса, бу, шубҳасиз, унинг тадбиркорлигига ҳам шу жиҳат ифодаланади деганидир. Ўз меҳнати, хизмат тури, яратган маҳсулотларига эстетик дид бағишлаш, истеъмолчиларда ҳавас уйғотадиган муомала санъатига эга бўлиш, нафосат билан яратилган нарсаларни шундай нафислик билан тақдим этиш ана шундай қадриятлар сирасига киради.

2. “Аёл инсонийликни асровчидир”. Цзинь-Нин Цунга кўра, аёлнинг азалдан оилапарвар, фарзандсевар ҳилқат бўлиб келгани унга “эркаклар билан бир қаторда бизнесга мослашиши”га ёрдам беради [1.114]. Тадбиркор аёлдаги ушбу фазилат хотин-қизларнинг психофизиологик тузилишига мувофиқир. Бола кўриш орзуси, азият тортиб туғиш, бир парча этни ўзини англайдиган, гапирадиган, юрадиган инсонга айлантириш машаққатлари фақат аёлга аён. Ушбу машаққатлар ва улар туфайли шаклланган менталитет – касб-кори, қизиқиши, мавқеидан қатъи назар, хотин-қизларни бир-бирига яқинлаштирувчи омиллар ҳисобланади. Шунинг учун ҳам тадбиркор аёллар ўз атрофига аввало хотин-қизларни жалб этади. Тўғри, бизнесда кишининг психофизиологик жиҳатлари эмас, балки тадбиркорлиги, ишбилармонлиги, даромад келтириши ҳисобга олинади. Ғарб бизнесида яққол кўзга ташланувчи бундай ёндашув баъзи ҳолларда ўзбек тадбиркор аёлларида ҳам кузатилади. Айниқса, КБХТ билан ўта банд, маълум бир ютуқларга эришган аёллар тадбиркорликда биринчи ўринга дадиллик, талабчанликни қўйишади. Демак, КБХТда тажриба ошган ва ютуқларга эришган сайин аёлда тадбиркорлик фаолияти учун зарур фазилатларни юқори баҳолаш кўникмаси ҳосил бўлади. Бундай аёл ёнига шундай фазилатларга эга хотин-қизларни тўплашга интилади.

3. “Аёллар таслим бўлмайди. Бизнесда барқарор ютуқларга эришиш учун шахсга ички қатъият ва энг оғир машаққатларга чидаш қобилияти зарур. Икки жинсдан энг чидамлиси аёл. Аёл эркакка нисбатан энг оғир машаққатга чидаши мумкин; бундан ташқари ҳаётдаги энг оғир иш - фарзанд туғиш биз аёллар зиммасига юклатилган” [1.115]. Бу КБХТда тажриба орттирган ва Шарқу Ғарбнинг бу борадаги тажрибаларини таҳлил қилиб, ўз тасаввури, бизнес фалсафаси синтезидан ўтказган тадбиркор аёл хулосасидир. Цзинь-Нин Цун аёлларнинг психофизиологик жиҳатларига урғу бераётгани бежиз эмас. Фарзанд туғиш изтироби аёлларни бир-бирига яқин қилади, улар тез ўзаро тиллашиб кетишади, умумий, дилларига яқин мавзулар топишади.

4. Аёлларнинг сертуйғу, ҳиссиётга берилувчан экани кўп бор таъкидланган. Улар ўз фаолиятига ҳам ушбу руҳий ҳолларни олиб кириб, баҳсли масалаларни ҳал этишда ҳиссиётга эрк беришади. КБХТдаги таваккалчилик баъзан шундай туйғули кишиларга омад келтиради. Аммо бу КБХТдаги барча масалалар ҳис-туйғу, руҳий кечинмалар ёрдамида ҳал этилади дегани эмас. КБХТ кўпинча ақлу идрокка таянади, рационалликни ёқтиради, ақлни қув бўлишга ундайди. Парадокс шундаки, тадбиркор аёлларнинг бари ҳам ақл қувлигига таянавермайди, уларда интуицияга таяниш кенг тарқалган. Бироқ интуиция ақл қувлиги билан уйғун келади, бу уйғунликни гоҳо аёлнинг ўзи ҳам тўлиқ билмайди. “Мен,- деб ёзади Цзинь-Нин Цун,- ишда масъул лавозимдаги эркак мижозларимга қарор қабул қилишда иккилансангиз, ўз туйғунгизга ишонинг ёки аёлингиздан маслаҳат сўранг, дейман. Аёлдаги туғма интуиция стратегик фикрлаш қобилиятини оширади” [1.116.].

5. Аёлда ҳаётни асраш, қадрлаш ва севиш ҳисси кучли. Шу туфайли тадбиркор аёллар ўз атрофига шундай ҳис-туйғуга эга хотин-қизларни тез йиғади ва уюштиради. Бундай хотин-қизлар тадбиркор аёл билан ишлашга рози бўлганида даромад топишдан кўра дили дилига яқин ҳаммаслак, сирдош, дугона учратганидан шод юради. Ҳаётни асраш туйғуси боис Она Заминини асраш, ёрдамга муҳтож кишиларга далда бўлиш, фарзандларни соғ-саломат кўриш аёл учун энг қадрли бойлик, даромаддир. АҚШлик тадбиркор аёл, The Body Shop компаниясининг асосчиси Дейм Анита Роддик дейди: “Бизнес эзгу ишларни амалга оширишга қодир. Бизнинг магазин ва маҳсулотларимиз инсон ҳуқуқлари ва атроф-муҳитни муҳофаза қилишда кўп масалаларни ҳал этишда кўмаклашади. Менинг фикримча, омадли компаниялар ва бизнесни яхши олиб бориш нафақат деструктив тажрибани барҳам этишга, шунингдек, ҳаётга янги қарорларни жорий қилишда ёрдам беради” [1.116-117.]. Бугун The Body Shop компаниясининг 23 мамлакатда икки мингдан зиёд магазинлари фаолият юритади. Улар хизматидан 80 миллионга яқин киши фойдаланади. 1980 йилда тузилган компания ўттиз беш йилдан бери жаҳон бозорида алоқаларни йўлга қўйишда етакчи ўринни эгаллаб келади. Компанияда хизмат қилаётганларнинг 80 фоизга яқини хотин-қизлардир. The Body Shop ва Анита Роддикнинг интернетда махсус веб-сайти мавжуд, унда қандай фаолият ва хизмат турлари амалга оширилаётгани ҳақида ахборот бериб борилади.

6. Аёллар заифа эмас, улар рақобатда фаолият кўрсатишга қодир. Эмпатияга мойиллик қанча кучли бўлмасин, аёллар рақобатда ишлай олмайди, мусобақа гашти, завқи уларни жалб этмайди, деб бўлмайди. Тадбиркор аёллар ишчан хотин-қизларни ўз атрофига йиққанида рақобатдош муҳитда яшашга, ишлашга тўғри келишини унутишмайди. Улардаги интроспектив хислатлар биргалашиб ҳаракат қилиш жараёнида экстроспектив ёндашишга айланади, хизмат турларини кенгайтириб, рақобат муҳитида яшашга, ишлашга чорлайди. Аёллар заифалиги боис эмас, енгишга, эркаклар билан бир сафда туриб ишлашга қодирлиги учун кучли. Тадбиркор аёл ёнида қўллаб-қувватловчи хотин-қизлар борлигини, уларга ишониш ва таяниш мумкинлигини сезганида рақобатдан қўрқмайди. Аммо Шарқ аёлига хос хислат шуки, у рақобатдошини енгиш, банкрот қилиш, бозордан сиқиб чиқариш учун эмас, балки рақобатда ўзига ишонган субъект сифатида қатнашишни кўзлайди. Бизнеснинг беаёв қонуни рақобатдош маҳсулот яратиб, хизмат кўрсатиб, кўпроқ даромад, фойда олиш, ён-атрофидагиларни ортда қолдириш, гоҳо банкротга учратишдир. Ўзбек тадбиркор аёлларида бизнеснинг бундай бешафқат кўриниши кузатилмайди. Улар бирлашиб, ўзларининг ижтимоий-иқтисодий куч эканини сезганларида ҳам, қандай йўллар билан бўлмасин бошқа КБХТ субъекти устидан ғалаба қозонишга, уни банкротга учратиб, бозорни эгаллаб олишга интилмайди. Шарқона одоб, ахлоқ нормаларига риоя этиш, меҳнат қилиб обрў, фойда топиш ўзбек тадбиркор аёлларига хос хислатдир.

Хотин-қизлар дуч келган КБХТга журъат этавермайди. Уларга жисмонан енгил вазифаларни бажариш ёқади. Шунинг учун ҳам саноат, қурилиш, тоғ-кончилик ва геология-қидирув ишлари, муҳофаза хизматлари кабиларда аёллар тадбиркорлиги деярли учрамайди. Улар, асосан, маданий-маиший хизматлар кўрсатишда, маориф, таълим-тарбия, савдо-сотиқ ишларида фаолият кўрсатишади. Аёлларнинг бундай хизматлар кўрсатиши, фаолият турларини танлаши ўзига хос этномаданий ҳамда психофизиологик асосга эга. Хотин-қизларга ҳурмат билан қараш, уларнинг гўзаллиги, қадди-қомати, табиат инъом этган нафислигини асраш халқимиз этномаданиятига сингган. Аёлларимизнинг ўзлари ҳам жисмоний оғир меҳнат туридан йироқ бўлишга, уни эркаклар зиммасига юклашга интиладилар. Бу ўзбек халқи этномаданиятига хос кўринишдир.

Хотин-қизларнинг ижтимоий-иқтисодий ҳаётдаги фаоллашуви XX асрга тўғри келади. Масалан, ишлаб чиқариш соҳасида АҚШда хизмат қилаётган аёллар 1950 йилда 33 фоизни, 1993 йилга келиб эса 57,9 фоизни ташкил этган [2.1389]. Шу даврга келиб ишламаётган америкалик аёллар 11 фоизни ташкил этган.

XX асрда хотин-қизларнинг ижтимоий-иқтисодий фаоллиги Европа мамлакатларида ҳам узлуксиз ошиб борган. Айниқса, феминистларнинг даъвати аёллар фаоллигига кенг таъсир этган. БМТнинг дискриминацияни тугатиш, гендер тенгликни таъминлаш борасида қабул қилган халқаро ҳужжатлари аёлларнинг иқтисодий ҳуқуқ ва эркинликларини оширди. Натижада хотин-қизлар ўз имкониятлари, қизиқишлари, физиологик қувватларига мувофиқ келадиган фаолият турларини танлашга ўтдилар. Масалан, Германия, Англия, Россия каби давлатларда хотин-қизларнинг олий маълумот, касб-кор олишга интилиши ҳатто эркакларникидан юқори кела бошлади. Эркаклар ичида олий маълумотлилар 41 фоиз бўлганида, бу кўрсаткич аёлларда 59 фоизга етди [3.441]. Маълумки, олий маълумотли мутахассис, айниқса, аёл оғир қўл меҳнати ҳукмрон соҳада ишламайди, у ўзига қулай, осон, енгилроқ вазифани қидиради. Гендер муаммоларига оид махсус тадқиқотлар кўрсатадики, 1,5-2 ёшидаёқ қиз ва ўғил болалар ўзига хос фаолият турларини танлай бошлайдилар, қизларда шаклланган нормалар доирасидаги машқлар, фаолият турлари билан шуғулланиш истаги аниқ кўзга ташланади [4.27-29]. АҚШлик психолог, гендер бўйича мутахассислар Аллан ва Барбара Пиз аёлларнинг касб танлаши улардаги миянинг ўзига хос тарзда тузилиши билан боғлиқ деган фикрни илгари сурадилар. Уларнинг хулосасига кўра, эркаклар мияси аёлларникидан кўра тўрт миллиондан зиёд кўпроқ тўқималарга эга, аммо аёллар эркакларга нисбатан 3 фоиз зиёдроқ ақлий меҳнатга мойилроқ [5.67]. Мазкур фикр тадбиркор аёлларнинг кўпроқ интеллектуал ёки мулоқот(вербал) хизмат турлари билан шуғулланишида ўз исботини топади.

Хотин-қизларнинг КБХТга кириб келиши XX асрда одатий ҳолга айланди. Унгача бизнес эркаклар фаолияти тури бўлиб келган. Бироқ бу аёлларнинг тадбиркор, ишбилармон бўлиб келганини инкор қилмайди. Дўппичилик, кийим-кечаклар бозорини тўлдириш, уй жиҳозлари тайёрлаш, тикиш, аҳолига маданий-маиший хизматлар кўрсатиш кабилар аёллар ишбилармонлиги туфайли халқ маданиятидан жой олган. Масалан, Хоразм вилояти ва Қорақалпоғистон Республикасида халфачилик аёлларнинг маданий-маиший хизмат кўрсатиш тури сифатида ҳамон сақланиб келади. Бухородаги зардўзлик, каштачилик, Фарғона водийсидаги дўппичиликда хотин-қизларнинг тадбиркорлик ва ишбилармонлик ҳиссаси жуда катта. Зеро, ҳунармандчилик оилавий тадбиркорлик ҳам эди, унда хотин-қизлар фаол қатнашган. Бу соҳа эркаклар ҳунармандчилиги ва аёллар касб-корига бўлинган. Ҳунармандлар солиқлар тўлашган, маҳалла, туман фаолиятида қатнашишган, халқаро савдосотиқ ишларини олиб боришган. “Буюк ипак йўли”да жойлашган ўлкамизда тайёрланган ҳунармандчилик намуналари бошқа ўлкаларга олиб борилган. Тўғри, халқ ҳунармандчилиги сифатида ривожланиб келган бу соҳага бизнес деб қараш XX асрда, Ғарб тасаввурлари асосида шаклланди. Аёллар тадбиркорлиги генезиси ҳақида гап кетганида, ушбу хусусиятни назарда тутиш даркор.

Қандай бўлмасин, XX асрга келиб аёллар тадбиркорлиги бизнес оламида тан олинган фаолият турига айланди. Агар XX аср бошларида АҚШ бизнесменлари ичида аёллар 10 фоиз атрофида бўлса, 1990 йилга келиб улар 50 фоизга етади. Бугун АҚШдаги 4 миллиондан зиёд фирма қисман ёки тўла тадбиркор аёлларга тегишлидир. АҚШнинг ҳар учтадан битта янги миллионери тадбиркор аёлдир [6.17-19]. Бироқ, шунга қарамай, тадбиркор аёллар кам даромадли соҳаларда меҳнат қилишади, улар ичида йирик бизнесни, корпорацияларни, трансмиллий компанияларни бошқараётган аёллар кам. Тадбиркор аёллар енгилроқ, ақлий меҳнат, хизмат кўрсатиш билан шуғулланишга мойил бўлганлари учун катта таваккалчилик талаб этадиган бизнесга аралашишдан ўзларини тиядилар.

Аёллар ташқи стимулга ва қўллаб-қувватлашга эҳтиёжманд тадбиркорлар ҳисобланади. Улар эркакларнинг, ён-атрофидагиларнинг маънавий-руҳий ва молиявий-иқтисодий қўллаб-қувватлашига мудом эҳтиёж сезадилар. Тўғри, КБХТ оламида бундай ёрдамга муҳтож бўлмаган субъектни топиш амри маҳол. Бироқ аёллар бундай ёрдамсиз фаолият олиб боролмаслигини, рақобат майдонида қололмаслигини интуитив сезадилар. Бу, аслида, аёлдаги ўзига, ижодий кучига тўла ишонмаслик, ички хавф маҳсулидир.

Рус олималари Е.М.Зуйкова, Р.И.Ерусланова, А.Е.Чирикова ва Г.С.Матвеева кабиларнинг махсус тадқиқотлари кўрсатадики, аёллар ўз вазифасини ўта тиришқоқлик билан бажарадилар, кўп нарсага даъвогар бўлиб чиқавермайдилар, паникага кам бериладилар, бошқаларнинг тажрибасини ўрганиш, ёрдамига таянишга мойиллар, кам низоли қарорлар қабул қилишга интиладилар. Аёлларнинг ўзлари юмшоқ характерли экани, хатоларни тузатишга тез чора кўрмаслиги, ҳодисалар таъсирида узоқ қолиши, авантюризмга берилавермаслиги боис бизнесда самараларга эришавермаслигини тан оладилар [7.88-89]. А.Е.Чирикова эса аёлларнинг топ-менежер вазифасида ишлаши эркакларга нисбатан тез-тез зиддиятли кечиши, ушбу зиддиятларни улар эркаклар, айниқса, юқори лавозимдаги, обрўли кишилар ёрдамида ҳал этишга интилишини аниқлайдилар. Тадбиркор аёлларнинг топқирлиги, меҳнатсеварлиги ва тиришқоқлиги ҳавас уйғотади, уларнинг ўта тиришқоқлиги баъзан эркакларда ҳайрат, таажжуб уйғотади [8.74-75]. Аммо бу ишчанлик ва тиришқоқлик фаолиятида радикал ўзгаришлар қилиш, инновацион изланишлар билан меҳнатга муносабатни кескин янгилашга қаратилмаган. Шунинг учун ҳам тадбиркор аёллар “консерватив бизнес тарафдорлари” деган фикр билдирилади.

Тадқиқотлар кўрсатадики, “консерватив бизнес тарафдори” бўлган аёллар ижтимоий-иқтисодий муносабатларда барқарорлик, изчиллик, бир-бирини қўллаб-қувватлашга эришадилар. Оилавий ҳаётдаги осойишталик, аҳиллик, бир-бирининг ёрдамига тая-

нишни тадбиркор аёллар ўзининг меҳнат фаолиятига татбиқ этадилар, мазкур тартибларга зид ҳолдардан, қарорлардан қочадилар. Демак, тадбиркор аёлларда маълум бир стереотипларга таяниш, бирбирига ёрдам кўрсатиб ишлаш орқали эътибор топиш ҳал қилувчи мотив ҳисобланади, улар эркаклардек эгоизмга, такаббурона қарорлар қабул қилишга мойил эмаслар.

М.Е.Баскакова меҳнат бозори билан боғлиқ эркак ва аёл муносабатларини махсус ўрганган. Айнан меҳнат бозорида гендер тенглик-нотенглик ёрқин акс этади. Унинг фикрича, бугун меҳнат бозорида аёллар барқарор ўринни эгаллайди, улар нафақат ўз вақти, кучи ва меҳнатини, шунингдек, юқори касб-корини, ишчанлигини ҳам таклиф этишади. Минг афсуски, бу борада, асосан, эркаклар имтиёзларга эга. Масалан, қурилиш, саноат, қўриқлаш, коммунал хўжалик соҳаларида меҳнат қилишга асосан эркаклар, уй-хўжалик ишларига, кафе-барларга асосан аёллар жалб этилади. Меҳнат бозорида ҳам дифференциал ёндашув қарор топгани, унинг ҳам меҳнат ресурсларига ўз талаблари борлиги кузатилади [9.28-32.]. Энг муҳими шундаки, меҳнат бозорида аёллар меҳнатига талаб ва эҳтиёж катта, аммо кўпгина хотин-қизлар ўз имконияти, кучи ва қобилиятини намоён этиш, ўстиришга интилавермас экан. Уларда “жамиятдан қочиш”, яъни оилавий ҳаётга, фарзандлар даврасига “қайтиш”га мойиллик ортиб бормоқда. Бу Ўзбекистондаги айрим ҳудудларда ҳам кузатилади. Бир томондан, давлатимиз КБХТни кенг қўллаб-қувватлаётган бўлса, иккинчи томондан, айниқса, фаровон яшаш таъминланган оилаларда, эски тасаввур ва қарашлар ҳукмрон ҳудудларда, давраларда хотин-қизларни ҳижобга солиш, уй бекаси, аслида “тўрт девор”га банди қилиб қўйиш ҳоллари учрайди. Бундай ҳолларда ташқи стимул ҳар доим ҳам ижобий таъсир этавермайди, хотин-қизларнинг стереотиплардан халос бўлишга интилиши, ўзлари ўзларини қутқариши ҳам лозим.

Хотин-қизлар хатти-ҳаракатларида флюктация, яъни иккиланиш ҳоллари кўп кузатилади. Улар ҳаётга, иш топишга оптимизм билан қарасалар-да, тадбиркорликда ён-атрофига қараш, тақлид қилиш, эркаклардан, айниқса, тажрибали тадбиркорлардан маслаҳат олиб, ўз режалари, қарорлари, иш тартибини ўзгартириб туришга мойил. Махсус тадқиқотлар натижалари кўрсатадики, 49 фоиз қизларда лидер бўлиш потенциали кузатилса, бу кўрсаткич йигитларда 45,7 фоизга яқин. Аммо реал ҳаётда фақат 6 фоиз қизлар, 17,1 фоиз йигитлар лидерлик қилади. Қатъийлик, дадиллик, ўз сўзини ўтказиш истаги йигитларда 16,8 фоиз бўлгани ҳолда, буларнинг акси, яъни ён босиш, ҳамдардлик, ёрдамга интилиш каби хислатлар аёлларда 65,4 фоизни ташкил қилади [10.172-173]. Тадбиркор аёллар кўпинча вазиятга, муҳит, ташқи омиллар таъсирига қараб фаолият юритишга интилади, уларда кенг ривожланган ички интуиция, ҳис-туйғуга берилиш флюктацион хатти-ҳаракатларни келтириб чиқаради. Аммо аксарият тадбиркор аёллар ўз мақсадига етиш учун режали, дадил ҳаракат қилиши мумкин. Уларнинг айримлари дадилликда, қатъиятда эркаклардан қолишмайди. Т.В.Бендас хулосаларига кўра, эркак-лидерларда доминантлик, тажовуз, ўзига қатъий ишонч, эгоцентризм, куч ишлатиш орқали ҳокимликка интилиш учраса, аёл-лидерларга мусобақада ва жамоа бўлиб ишлашга қаратилган мулоқотга интилиш, альтуризм, экстравертив хатти-ҳаракатлар хос [11.170-173].

Аёллар тадбиркорлиги дадиллик, талабчанлик, масъулиятлилик, қувлик, таваккалчилик, зарур қарор қабул қила олиш журъати, устомонлик каби тез ва ўз ўрнида амалга ошириладиган хатти-ҳаракатларсиз бўлиши мумкин эмас. Бу ҳол аёллар тадбиркорлигининг мазкур имманент белгилари гендер муаммоларини ҳам тадқиқ этишга, уларни гендер тенглик-нотенглик орқали аниқлаштиришга ундайди.

Адабиётлар:

1. Цзинь-Нин Цун. Искусство войны. Древнекитайская мудрость Сунь-Цзы для женщин стремящихся к успеху.- М.: ЭКСМО, 2008.-236 с.
2. Matthews K.A., Rodin J. Women’s changing work roles// Amerikan Psychologist. 1989.V.44(11). P.1389-1393.
3. Ильин Е.П. Пол и гендер.-СПб.: Питер, 2010.-688 с.
4. Ковалев С.В. Проблемы современной семьи.-М.: Наука, 1989.-268с.
5. Пиз.А,, Пиз Б. Как заставить мужчину слушать, а женщину молчать.-М.: ЭКСМО, 2006.-352 с.
6. Дидерихс М. Хиллари Клинтон и власть женщин.- Москва: РИПОЛ, 1995.-302с.
7. Зуйкова Е.М., Ерусланова Р.И. Феминология. Учебное пособие.-М.: Логос, 2001.-362 с.
8. Чирикова А.Е. Женщина и мужчина как топ-менеджеры российских компаний.//Социс.- 2003.- №1.- С.73-82.
9. Баскакова М.Е.Равные возможности и гендерные стереотипы на рынке труда.- М.: Экономикс, 1998.-382 с.
10. Углова Е.В. Гендерный компонент подбора управленческого персонала: Психология XXI века. –СПб.: Питер, 2002.- С.171-174.
11. Бендас Т.В. Гендерная психология лидерства.- Оренбург: Логос, 2000.- 286 с.

Урганч давлат университети,
2016 йил 24 июнда қабул қилинган
(Тақризчи: ф.ф.д. М.С.Хажиева)