

Стимулирование спроса на предоставляемые услуги со стороны самих детей должно сопровождаться обязательным учетом особенностей психоэмоционального развития личности ребенка в каждом периоде.

Список использованной литературы

1. Хлебович Д.И. Маркетинг услуг: учеб. пособие. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2005. С. 14.
2. Маркс К. Капитал / К. Маркс, Ф. Энгельс / Соч. 2-е изд. Т. 26. Ч 1. С. 413.
3. Воронкова О.В. Маркетинг услуг: учебное пособие. Тамбов: Изд-во ФГБОУ ВПО «ТГТУ», 2011. С. 13-17.
4. Слонимская М.А. Маркетинг услуг: учебное пособие. Витебск: УО «ВГТУ», 2014. С. 13.
5. Русскова Д.О., Писарева Е.В. Роль маркетинга в сфере услуг // Universum: Экономика и юриспруденция: электрон. научн. журн. 2018. № 6(51). URL: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/5970>
6. Пуховский Т.Н. Маркетинг услуг в управлении предприятием // Молодой ученый. 2015. №4. С. 413-415.
7. Недетский» маркетинг детских товаров // Деловое обозрение. 17.06.2014 [Электронный ресурс] URL: <https://uldelo.ru/user/node/view?id=5048>

УДК 1 (101)

Д.Б.Обиджонова, Г.У.Раджабова
Кокандский государственный педагогический институт,
Коканд, Узбекистан
gavxar69@gmail.com

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И БИЗНЕСМЕНОВ В УКРЕПЛЕНИИ ДУХОВНО-ЭТИЧЕСКОЙ ОСНОВЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация. В статье анализируется важность участия предпринимателей и бизнесменов в духовной жизни общества, а также их лидерство в укреплении нравственных основ гражданского общества. Деятельность предпринимателей и бизнесменов по сохранению и укреплению своих морально-этических ценностей основана на служении интересам народа - главному принципу перехода к рыночной экономике нашей страны.

Ключевые слова: материальная и духовная вселенная, духовно-нравственные ценности, малый бизнес, частное предпринимательство, эгоизм, индивидуализм, реформа, этические нравы, обновления и модернизации экономики, рыночная экономика.

Д.В. Ovidjonova, G.U. Radjabova
Kokand State Pedagogical Institute,
Kokand, Uzbekistan
gavxar69@gmail.com

THE ROLE OF ENTREPRENEURS AND BUSINESSMEN IN STRENGTHENING THE SPIRITUAL AND ETHICAL BASIS OF CIVIL SOCIETY

Abstract. The article analyzes the importance of the participation of entrepreneurs and businessmen in the spiritual life of society, as well as their leadership in strengthening

the moral foundations of civil society. The activity of entrepreneurs and businessmen in preserving and strengthening their moral and ethical values is based on serving the interests of the people the main principle of the transition to a market economy in our country.

Keywords: material and spiritual universe, spiritual and moral values, small business, private enterprise, selfishness, individualism, reform, ethical morals, renewal and modernization of the economy, market economy.

Общество требует развития всех сфер, от диалектической связи материального и духовного существования до имманентного характера прогресса в реформировании. Погоня за материальным богатством, подчиняющаяся простой иллюзии, что все на месте, не была в основе древних устремлений нашей нации и наших человеческих ценностей. Поэтому мы определили принцип, согласно которому духовность и экономика не совпадают при осуществлении реформ, а скорее поддерживают друг друга, развиваются и взаимодействуют друг с другом. Вхождение бизнесменов и деловых людей в общественную жизнь и становление ведущей силой в нашем обществе среднего класса также зависит от их отношения к миру нравственности и моральных ценностей, созданных и уважаемых нашим народом.

Малый бизнес и частное предпринимательство посредством своей деятельности формируют рабочий менталитет, присущий обществу, молодежи, уважению к труду, ценности труда, рыночной экономике и гражданскому обществу. Упорный труд - одно из самых красивых и прекрасных качеств узбекского народа. Независимо от того, в какой системе он жил, он не переставал создавать, работать и учить своих детей работать. Малый бизнес и частное предпринимательство не используют это качество наших сотрудников эффективно и выводят его на новый уровень в соответствии с требованиями рыночной экономики и развития гражданского общества, разумно используя время и ресурсы для создания новых подходов к труду.

Одной из важнейших особенностей частного предпринимательства является деятельность родственных отношений. Природные навыки, гибкое управление и профессиональная преемственность играют в этом главную роль. Рациональное использование этих факторов, которые имеют прочные моральные корни, является правильным для обеспечения удовлетворения общих потребностей общества в области развития и прогресса[2]. В то же время Ф.Тургунбаев справедливо заявил, что предпринимательская деятельность связана с личными интересами и эгоизмом. «Индивидуализм может быть восстановлен под влиянием семьи и родства, создавая групповой эгоизм, неэффективную конкуренцию, а также духовно-нравственные проблемы. Это усложняет обновление рабочего менталитета. Эгоизм, жадность, вымогательство, высокомерие и погоня за ложной культурой противоречат сути рабочего мышления. Лидерство в моральных факторах в человеке основывается на глубоких знаниях, культуре, доброй воле и приоритете над собственными потребностями» [2].

Таким образом, предпринимательство позволяет человеку преследовать его или ее собственные интересы, и если оно полностью поддерживается обществом и социальной средой, оно может стать эгоистичным, высокомерным, вопреки негативному явлению и моральным ценностям. Рыночная экономика не отрицает выгоды предпринимательства, но специальные законы также поддерживают выгоды. Тем не менее, это свойство не должно противоречить моральным и этическим нормам, традиционным качествам жизни в интересах народа и людей, которых уважает наше общество, решать проблемы в обществе и уважение к чужой собственности [3]. Сочетание преимуществ рыночной экономики с требованиями прибыли, с моральными и этическими ценностями и даже полное подчинение, когда это необходимо, требует от предпринимателя самоотверженности, патриотизма.

Стремление малого бизнеса и частного предпринимательства использовать новейшие технологии, оборудование, методы работы и инновации потребует обновления и модернизации в обществе. Предприниматель должен стремиться к тому, чтобы рыночная экономика действовала в соответствии с потребностями покупателя, потребностями потребителя, то есть уникальностью потребностей покупателя, потребителя. Тенденция вводить новшества, модернизировать, поддерживать их окажет положительное влияние на общественные отношения, межличностные отношения и социально-нравственную среду.

Духовно-нравственные ценности являются продуктом многовекового, исторического и культурного опыта народа, нации. Это правда, что каждый период, особенно период, когда произошли радикальные изменения, создает новые ценности, обогащая тем самым существующий исторический и культурный опыт. Но «по мере изменения общества все законы и ценности меняются, а новые духовные и моральные императивы заменяются совершенно новыми ценностями. Консервативные стороны сильны в социально-экономических законах и ценностях. Иногда законы и ценности только меняют направления и цели, в то время как их фундаментальное значение остается стратегическим» [4].

Это означает, что новые моральные ценности не становятся общественным богатством по воле отдельных лиц или групп, а должны соответствовать законам общественного развития. То есть «новые ценности формируются или претерпевают изменения в обществе. Сегодня рыночные реформы, частная собственность, экономическая демократия, конкуренция, предпринимательство, сельское хозяйство, деньги, прибыль и капитал стали основными ценностями реформ в социально-экономической сфере. По сути, это социально-экономические ценности» [4].

Источники указывают, что наши люди рассматривают эти социально-экономические ценности как свои исторические и культурные ценности, поскольку наши предки всегда занимались предпринимательством и бизнесом [5]. Но сегодняшняя рыночная экономика требует глубоких знаний и маркетинговых знаний. Углубленный анализ развития мирового рынка, знание динамики спроса и предложения связано с маркетингом. Вот почему малый бизнес и частное предпринимательство, владельцы ферм, частные банки и предприятия должны овладеть знаниями в области маркетинга [5]. На самом деле, маркетинговая наука стала универсальной ценностью, и люди, которые знают, как сопоставить результаты своих знаний о рыночной экономике, знают, как работать внештатно в бизнесе или в предпринимательстве, в экономических отношениях, от кого и что продавать или кому.

Маркетинговая наука требует от предпринимателей и бизнеса, прежде всего, знать свои права. В Узбекистане принят ряд законов для поддержки частной собственности, малого бизнеса и предпринимательства. На пример, закон “О риэлторской деятельности”, закон “О конкуренции”, закон “О семейном предпринимательстве”, закон “О свободе предпринимательства”, защита собственности и гарантии прав собственности. Если вспомнить, что для поддержки рыночной экономики было принято более 400 нормативных и правовых актов, мы можем сказать, что малый бизнес и частное предпринимательство подчиняются огромным стандартам, иногда даже не до конца понятным юристам. Важна помощь профессионалов, людей с опытом работы в сфере малого бизнеса и частного предпринимательства.

«Формирование ума, духа и тела людей, - пишет доктор философских наук, профессор Т. Махмудов, - основа нашей образовательной и духовной деятельности. Есть много причин для этого. Во-первых, необходимо избавиться от последствий прошлого, а во-вторых, чтобы избежать дефектов, которые присущи человеческой природе и которые иногда вызывают раздражение. Время независимости поставило

такие объективные и субъективные человеческие качества и чистоты на путь очищения древнего и национального развития. Наши национальные ценности и традиции смогли представить нашу универсальную природу» [6].

В достижении этих объективных и субъективных характеристик человека все общество, его институты, система взаимоотношений, социальные и морально-этические нормы, в которых люди действуют, действуют как единая реальность, влияют на качества личности. Эта единая реальность такова, что, хотя предприниматели и бизнесмены еще не приобрели значительную власть и лидирующие позиции в системе, это, несомненно, окажет положительное влияние на формирование нового гражданского общества.

Это потому, что лучшие практики государства с рыночной экономикой, с образованием среднего класса предпринимателей и бизнесменов, приводят нас к такому выводу. При полной поддержке нашего государства и общества предприниматели и бизнесмены стремятся сделать их быстро растущим классом ведущих, продуманных и доброжелательных участников социального и духовного развития. Это правда, что число субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства не очень велико, и их насчитывается около 480 000 человек. Учитывая, что в 1999 году их было всего 160 000, мы наблюдали значительное увеличение числа предпринимателей и предприятий за последнее десятилетие.

На духовно-нравственную сферу влияют, прежде всего, чувство патриотизма и отношение к работе, бизнесу и управлению бизнесом. Предпринимательство и бизнес являются основными критериями, основным показателем их деятельности. Там, где эти качества представляют собой позитивную реальность, они объединят людей вокруг цели расширения их бизнеса, работы и обслуживания, способствуя социально-экономическому развитию и благосостоянию людей. Здесь или в рабочем сообществе духовно-нравственный климат также положительный. В таком сообществе, работая в среде, сервис является идеальным пространством как для предпринимателя, так и для клиента.

Наблюдения показывают, что предприниматели и бизнесмены - это другие организации, которые укрепляют моральные и этические основы общества - политические партии, неправительственные организации, средства массовой информации, махалли, центры национальных идей и духовности, системы образования и высшие учебные заведения. Бизнес-школы участвуют в спонсировании трудовых коллективов. Они подписали различные контракты и соглашения для финансирования этих организаций и учреждений. Консолидация творческих, образовательных и общественных сил, ресурсов является наиболее эффективным и действенным способом укрепления духовно-нравственных основ гражданского общества. Поэтому основной задачей предпринимателей является продолжение и расширение этого партнерства, спонсорство.

Список использованной литературы

1. *Каримов И.А.* Высокая духовность - непобедимая сила. Т.: Маънавият. 2008. С.68-69.
2. *Тургунбаев Ф.* Особенности обновления рабочего менталитета в Узбекистане. Автореферат докторской диссертации. Т.: 2006. С. 27, 30.
3. *Мадалиев А.* Основы создания национальной модели социально-экономического развития Узбекистана. Т.: 2004. С.99.
4. *Рузиева Р.* Духовное обновление общества: гармония национальных и человеческих ценностей. Т.: Фалсафа ва ҳуқуқ инст. 2004. С. 102-103.
5. *Имомназаров М., Ишмухаммедова М.* Основы национальной духовности. Т.: Тошкент Ислом университети. 2001. С. 356, 362.
6. *Махмудов Т.* Независимость и духовность. Т.: Шарк. 2001. С.116.