



PRIORITIES FOR ORGANIZING ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES IN THE AGRICULTURAL SECTOR

Tuychieva Nodira¹

Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan

KEYWORDS

entrepreneurship, agriculture,
context, systematic literature
review, sector studies

ABSTRACT

Contextualizing the production of entrepreneurship in this enterprise and calling for a greater focus on the role of the agrarian sector in entrepreneurship research, changes in the existing systemic analysis of agricultural entrepreneurship in this article. Identifying dynamic conditions for the study of entrepreneurship theory and practice for scholars of recent and rapid vertical integration and rationalization in agriculture. We identify three key contextual dimensions of agriculture: contributing to current, theoretical, and empirical analyzes of capacity building and entrepreneurship development, and establishing institutions to ensure their effectiveness.

2181-2675/© 2022 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: 10.5281/zenodo.7194160

This is an open access article under the Attribution 4.0 International(CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Assistant, Jizzakh branch of the National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulugbek, Uzbekistan
([Google Scholar](#))

AGRAR SOHADA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI TASHKIL ETISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI

KALIT SO'ZLAR:

tadbirkorlik, qishloq xo'jaligi, kontekst, tizimli adabiyotlar tahlili, sektor tadqiqotlari

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada tadbirkorlik bo'yicha tadqiqotlarni kontekstualashtirish va tadbirkorlikni tadqiq qilishda agrar sektorning roliga ko'proq e'tibor qaratishni talab qilgan holda, ushbu maqolada qishloq xo'jaligi tadbirkorligi bo'yicha mavjud tadqiqotlarni tizimli tahlili o'tkazilgan. Qishloq xo'jaligida so'nggi va tezkor vertikal integratsiya va ratsionalizatsiya olimlar uchun tadbirkorlik nazariyasi va amaliyotini o'rganish uchun dinamik sharoit yaratadi. Biz qishloq xo'jaligining uchta asosiy kontekstli o'lchovini aniqlaymiz: kelajakdagi tadqiqotlar uchun istiqbolli imkoniyatlar va tadbirkorlik tadqiqotlarining hozirgi, nazariy va empirik tahlillariga hissa qo'shish hamda kengaytirish potentsialini ta'minlaydigan institutlar tashkil qilish.

KIRISH

Tadbirkorlik sohasidagi tadqiqotlarning muhim tendensiyasi tadbirkorlikni yanada kontekstli tushunishga qiziqishning ortishidir. Masalan, Zahra (2007: 445), "bu sohadagi izlanishimizni kontekstlashtirishda ko'proq agrar soha kelajagiga grantlarni jalb etish bilan uni boyitishi mumkin", deb ta'kidlagan bo'lsa, Welter (2011: 165) tadbirkorlik tarixiy, vaqtinchalik jihatdan yaxshiroq tushunilishini, institutsional va ijtimoiy kontekstlar orqali ekanligini ta'kidlaydi, chunki bular tadbirkorlik uchun imkoniyatlar beradi va uning chegaralarni belgilaydi. Ushbu va boshqa olimlarning (masalan, Gartner, 1985; Zahra va Rayt, 2011; Watson, 2013) ataylab kontekstni hisobga olgan holda ko'proq tadqiqotlar o'tkazishga chaqiruvlar so'nggi paytlardagi tadbirkorlik uchun turli institutsional, milliy va tashkiliy kontekstlarning roli bo'yicha tadqiqotlar o'tkazishga turtki bo'ldi. Endi biz kontekst mavjud imkoniyatlar, faoliyat va natijalarga ta'sir qilishini bilamiz va yaqinda o'tkazilgan tadqiqotlar tadbirkorlik qayerda va qanday sharoitda sodir bo'lishini nazariyani yaratish va sinovdan o'tkazish uchun asos yaratadi (Stam, 2016; Welter & Gartner, 2016). Shunday qilib, kontekst ham aktiv, ham majburiyat ekanligi va tadbirkorlikka ta'sir etuvchi kontekstual omillar o'z navbatida tadbirkorlik harakatlariga ta'sir qilishi mumkinligi haqidagi tushuncha paydo bo'ldi (Welter, 2011). Tadbirkorlik bo'yicha tadqiqotlar soni ortib borayotgani agrar sohaga jiddiy e'tibor qaratilayotganligidan dalolatdir.

Bizning tizimli adabiyotlarimiz tahlili ushbu parallel tadqiqot oqimlarini asosiy mavzularni ajratib ko'rsatish va qishloq xo'jaligi sektorida aniq ko'rinadigan asosiy kontekstual o'lchovlarni, shu jumladan fermerlikdagi tadbirkorlik harakatlaridagi o'ziga xoslik rolini hisobga olgan holda bog'laydi; fermer xo'jaliklari oilalarining imkoniyatlarni rivojlantirish va amalga oshirishdagi tadbirkorlik salohiyati; va institutsional kontekst tadbirkorlik bilan shug'ullanishga to'sqinlik qiladigan va imkon beradigan usullardir.

Qishloq xo'jaligining asosiy kontekstual o'lchovlari kelajakdagi tadqiqotlar orqali tadbirkorlik nazariyasi va amaliyotining kam tushunilgan ba'zi jihatlarini qanday yoritishi mumkinligini ta'kidlab, biz tadbirkorlikni kontekstualashtirish bo'yicha adabiyotlarga va xususan, sektor kontekstiga ham o'z hissamizni qo'shamiz.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYA

Tadbirkorlik tadqiqoti odamlarning imkoniyatlarni nima uchun, qachon va qanday aniqlashi va undan foydalanishi bilan bog'liq (Shane & Venkataraman, 2000). Tadbirkorlikdan foydalanilgan imkoniyatlar bozor jarayonini boshqaradigan yangi takliflarni keltirib chiqaradi va mavjud biznes o'sishi, yangi tashabbuslar yoki mavjud firma ichida biznes faolligini yaratish shaklida bo'lishi mumkin (Davidsson, 2012). Ushbu mikro darajadagi fokus tahlil birligi shaxs, oila, jamoa, uy xo'jaligi, firma yoki yangi faoliyat darajasida ekanligini anglatadi. Biz ushbu ta'rifdan foydalanamiz va tadbirkorlikni tadqiqot sohasining turli jihatlarini tavsiflash uchun turli terminologiyadan foydalanadigan turli ilmiy sohalardagi tadqiqotlarni o'z ichiga olish uchun foydalanamiz.

Qishloq xo'jaligi sohasida tadbirkorlik bo'yicha bir nechta mavjud tadqiqotlar fermerlarning yangi biznes tashabbuslari sifatida yoki mavjud biznes sub'ektining bir qismi sifatida tashkil etilgan yangi imkoniyatlar yaratish qobiliyatiga qaratilgan (Bryden va boshqalar, 1992). Tadbirkorlik va qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti sohalari olimlari biznesda qolish va uni rivojlantirish uchun asosiy faoliyatdan strategik va tizimli ravishda uzoqlashishni tavsiflash uchun diversifikatsiya atamasidan foydalanadilar (McElwee & Robson, 2005). Fermer xo'jaligidagi diversifikatsiya (mavjud fermer xo'jaligiga asoslangan xo'jalik yurituvchi subyektning bir qismi sifatidagi faoliyat) va xo'jalikdan tashqari diversifikatsiya (fermerlikdan tashqari yangi biznes korxonalari) o'rtasida farqlanadi. Qishloq xo'jaligining ko'pligi fermerlarning "an'anaviy" qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishiga qo'shimcha ravishda daromad keltiradigan faoliyat bilan shug'ullanishini tavsiflaydi va tadbirkorlik doirasida o'rganilgan portfel tadbirkorligi, bir vaqtning o'zida bir nechta biznesga egalik qilishning parallel konsepsiyasi bilan aks ettiriladi (Karter, 1998; Shuningdek, & Karter, 2006). Bularning barchasi tadbirkorlik tushunchasiga kiritilgan tadbirkorlik hodisalariga misollardir.

Keyingi bo'limda biz qishloq xo'jaligi tadbirkorligi bo'yicha tadqiqotning asosiy natijalarini jamlagan holda taqdim etamiz. Keyin biz o'ziga xoslik, oila va muassasalar o'lchovlariga e'tibor qaratamiz va ularning qishloq xo'jaligi tadbirkorligiga ta'sir qilishdagi o'ziga xos rolini va kelajakdagi tadqiqot imkoniyatlarini o'rganib chiqamiz.

NATIJALAR

Ushbu bo'limda biz qishloq xo'jaligi tarmoqlarining o'ziga xosligini tushunishda ayniqsa muhim bo'lgan uchta asosiy kontekstual o'lchovga e'tibor qaratamiz: o'ziga xoslik, oila va institutlar. O'lchovlar paydo bo'ldi, chunki ular takroriy xususiyatlar va mavzularni chastota bo'yicha ifodalaydi, ya'ni ular odatda oldingi tadqiqotlarga bevosita yoki bilvosita kiritilgan (har bir o'lchov uchun aniq raqamlar uchun quyida ko'ring). Bundan tashqari, ular umumiy tadbirkorlik tadqiqotlarini ilgari surish uchun kontseptual ahamiyatiga qarab tanlandi. Quyida biz olimlarning ushbu o'lchovlarga qanday murojaat qilganliklarini

muhokama qilamiz va qishloq xo'jaligi sohasidagi tadbirkorlik haqida kontekstli tushunchani taklif qilamiz. Shu bilan birga, biz keyingi bo'lim uchun zamin yaratdik, unda biz ushbu sohadagi kelgusi tadqiqotlar uchun takliflarni belgilaymiz.

O'ziga xoslik bo'yicha tadqiqotlar tadbirkorlarni o'ziga xos xususiyatlariga ko'ra baholashdan ko'ra, odamlar o'zlarini tadbirkor sifatida qanday ko'rishlari va tushunishlariga qaratilgan (cf. Farmer va boshqalar, 2011; Fauchert & Gruber, 2011; Shepherd & Haynie, 2009). Identifikatsiya tadbirkorlik bilan shug'ullanish motivlari, maqsadlari va niyatlarini asoslaydigan qadriyatlar va munosabatlarga tegishli. O'ziga xoslik yettita maqolada aniq o'rganilgan va qisman ko'nikmalar / malakalar bo'yicha oltita tadqiqotga, fermer turlarining yettita tadqiqotiga, munosabatlar kabi psixologik konstruktsiyalarga oid oltita maqolaga, qadriyatlar haqida bitta tadqiqotga va fermerlarning motivatsiyasining turli jihatlariga qaratilgan o'n besh maqolaga kiritilgan.

Fermerning o'ziga xosligi an'anaviy ravishda boshqaruv (yerga g'amxo'rlik qilish va unga g'amxo'rlik qilish) va qarindoshlik (yerda o'z nomini saqlash) bilan bog'liq bo'lib, bu ular izlayotgan imkoniyatlar turlarida yaqqol namoyon bo'ladi. Shaxsiy qadriyatlar, maqsadlar va munosabatlardagi farqlar fermerlarni turli xil tadbirkorlik natijalari bilan turli strategiyalarni amalga oshirishga olib keladi. Ba'zi fermerlar o'ziga xos (fermer yoki tadbirkor) asosiy o'ziga xoslikni saqlab qolishadi, boshqalari esa ikkala o'ziga xoslikni turli darajada namoyon qiladi (McElwee 2008; de Lauwer, 2005). Qishloq xo'jaligi portfeli tadbirkorlari an'anaviy ishlab chiqarishga yo'naltirilgan fermerlarga qaraganda kuchli tadbirkorlik o'ziga xosligiga ega (Vesala va boshq., 2007). "Fermer" yoki "tadbirkor" kimligi ustun bo'lishidan qat'i nazar, ular dehqonchilik bilan shug'ullanish uchun kuchli majburiyatni saqlab qoladilar (Barbieri & Mshenga, 2008) va shuning uchun o'ziga xoslik qishloq xo'jaligining muhim kontekstli o'lchovidir. Misol uchun, kuchli qishloq xo'jaligi o'ziga xosligi sut ishlab chiqarish yoki ekinlarni yetishtirish kabi maxsus, ramziy qiymatga ega bo'lgan faoliyat bilan bog'liq va bu biznes faoliyati raqobatbardosh bo'lmaganda, bu o'ziga xoslik jiddiy muammoga duch keladi (Brandth & Haugen, 2011). Di Domenico va Miller (2012) agroturizmga diversifikatsiya qilingan fermer xo'jaliklarida o'zini o'zi anglaydigan o'ziga xosliklarni o'rganar ekan, o'zlarini fermerlar va o'zlarini turizm tadbirkorlari sifatida belgilagan modifikatorlar o'rtasidagi farqlarni ta'kidlaydilar. Umuman olganda, fermerlarning identifikatori fermerlarning diversifikatsiya faoliyatiga qaramay kuchli bo'lib qolmoqda, garchi Cassel and Pettersson (2015) qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi va agroturizm bilan shug'ullanuvchilar o'rtasida ziddiyatlar va o'ziga xoslik to'qnashuvlarini aniqlagan. Shunday qilib, identifikatsiya ushbu sektordagi tadbirkorlikning ijtimoiy kontekstini tushunish uchun juda muhimdir, chunki yangi biznes faoliyati ko'pincha fermerlarning o'ziga xosligi, qadriyatlari va maqsadlari bilan qo'zg'atiladi (Niska va boshq., 2012; Hansson va boshq., 2013), bu erda tadbirkorlik ularning "dunyosiga" mos keladi va ularga o'zlarining "qishloq xo'jaligi ildizlariga" sodiq qolishlariga imkon beradi (Alsos va boshq., 2003).

Sharh oila birligining fermer xo'jaliklariga asoslangan qarorlar qabul qilishda markaziyiligini ta'kidlaydi. Qishloq xo'jaligida tadbirkorlik bo'yicha ko'plab tadqiqotlar

tadbirkor yakka tartibdagi fermer deb hisoblansa-da, fermer xo'jaliklari ko'pincha jamoaviy oila sa'y-harakatlariga bog'liq. Deyarli barcha fermer xo'jaliklari oilaviy biznesdir. Bu shuni anglatadiki, ular bitta yadro oilasi yoki bir nechta tegishli yadro oilalari a'zolariga tegishli yoki boshqariladi. Ko'pgina fermer xo'jaliklari uzoq vaqtdan beri oilaviy biznes bo'lib, oila va uy xo'jaligi kontekstida mustahkam ildiz otgan bir necha avlodlarning ishtiroki keng tarqalgan. Bizning sharhimizda faqat ikkita tadqiqot aniq ferma oilasiga qaratilgan bo'lsa-da (Alsos va boshq., 2014; Hansson va boshq., 2013), ko'pchilik (64 ta tadqiqot) ferma bilan bog'liq oila yoki uy xo'jaligiga ishora qiladi.

Barcha 76 ta maqola rasmiy va norasmiy institutlarda (Shimol, 1990) va sektorni tavsiflovchi asosiy tarkibiy o'zgarishlarda namoyon bo'ladigan qishloq xo'jaligi sektorining yuqori darajada institutsionallashtirilgan kontekstini ta'kidlaydi. Welter (2011) ga muvofiq, oldingi tadqiqotlar rasmiy (masalan, siyosiy va qonunchilik) va norasmiy (masalan, me'yorlar, qadriyatlar va munosabatlar) agrar sektorda tadbirkorlik faoliyatini osonlashtirishi va cheklashi mumkin bo'lgan kontekstual xususiyatlar ekanligini ko'rsatdi (de Wolf va boshqalar). 2007; Stenholm & Hytti, 2014).

MUHOKAMA

Aniqlangan va muhokama qilingan uchta kontekstli o'lchov (o'ziga xoslik, oila, institutlar) tahlil birliklarini kesib o'tadi va qishloq xo'jaligidagi tadbirkorlikka turli yo'llar bilan ta'sir qiladi. Oldingi bo'limda ta'riflanganidek, ushbu uch o'lchov qishloq xo'jaligi sektorining o'ziga xos xususiyatlarini qamrab oladi, bu esa ushbu sektordagi tadbirkorlikni tushunishga yordam beradi. Shunday qilib, tadqiqotni ushbu o'lchovlarga yo'naltirish tadbirkorlik uchun kontekstning rolini, shuningdek, kontekst tadbirkorlik faoliyatiga qanday va nima uchun ta'sir qilishini tushunishimizni yaxshilaydi (Welter, 2011). Shu tarzda, qishloq xo'jaligi sektori tadbirkorlikni ko'p bosqichli hodisa sifatida hal qilish uchun mos muhit bo'lib, unda aniq dinamika jarayonlari va ularning natijalarini shakllantiradi (Zahra, 2007).

XULOSA

Ko'plab olimlar agrar tadbirkorlikni tadqiq qilishda tadbirkorlik faoliyati sodir bo'lgan sharoitlarga ko'proq e'tibor berishlari kerakligini ta'kidlaydilar. Sektor tadbirkorlikning ko'plab jabhalariga ta'sir ko'rsatadigan markaziy kontekstdir. Qishloq xo'jaligi sohasi jiddiy o'zgarishlarni boshdan kechirdi, ammo global miqyosdagi eng muhim tarmoqlardan biri bo'lib qolmoqda. Biz taklif qilamizki, tadbirkorlik bo'yicha olimlar kelajakdagi tadqiqotlarida sektor kontekstini ko'proq qamrab olish orqali tadbirkorlik faoliyati to'g'risida yangi va mazmunli tushunchalarni yaratishi mumkin. Xususan, biz ushbu sektorning uchta kontekstga xos o'lchovini (tadbirkorlik identifikatori, oilaviy tadbirkorlik va institutlar) aniqlaymiz va tadbirkorlik bo'yicha olimlar kelajakdagi tadqiqotlarda ushbu o'lchovlarga qanday e'tibor qaratishlari hamda shu tariqa tadbirkorlik kontekstda qanday sodir bo'lishini tushunishimizni chuqurlashtirish bo'yicha takliflarni belgiladik.

ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing, 18*(5), 573–596.
2. Alsos, G. A., & Carter, S. (2006). Multiple business ownership in the Norwegian farm sector: Resource transfer and performance consequences. *Journal of Rural Studies, 22*(3), 313–322.
3. Alsos, G. A., Carter, S., & Ljunggren, E. (2014). Kinship and business: how entrepreneurial households facilitate business growth. *Entrepreneurship & Regional Development, 26*(1-2), 97–122.
4. Alsos, G. A., Ljunggren, E., & Pettersen, L. T. (2003). Farm-based entrepreneurs: what triggers the start-up of new business activities? *Journal of Small Business and Enterprise Development, 10*(4), 435–443.
5. Alsos, G. A., Carter, S., Ljunggren, E., & Welter, F. (2011). Introduction: researching entrepreneurship in agriculture and rural development. In G.A. Alsos, S. Carter, E. Ljunggren, & F. Welter (Eds.), *The Handbook of Research on Entrepreneurship in Agriculture and Rural Development* (pp. 1-18). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
6. Anosike, N., Cougheneur, C. M. (1990). The socioeconomic basis of farm enterprise diversification decision. *Rural Sociology, 55*(1), 1–24.
7. Ashforth, B. E., & Tomiuk, M. A. (2000). Emotional labour and authenticity: views from service agents. In S. Fineman (Eds.), *Emotion in Organizations* (pp. 184-203). London: Sage.
8. Autio, E., Pathak, S., & Wennberg, K. (2013). Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors. *Journal of International Business Studies, 44*(4), 334–362.
9. Barbieri, C. (2013). Assessing the sustainability of agritourism in the US: a comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism, 21*(2), 252-270.
10. Barbieri, C., & Mahoney, E. (2009). Why is diversification an attractive farm adjustment strategy? Insights from Texas farmers and ranchers. *Journal of Rural Studies, 25*(1), 58–66.
11. Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia Ruralis, 48*(2), 166–183.
12. Barbieri, C., Mahoney, E., & Butler, L. (2008). Understanding the Nature and Extent of Farm and Ranch Diversification in North America. *Rural Sociology, 73*(2), 205-229.
13. Bateman, D., & Ray, C. (1994). Farm pluriactivity and rural policy: Some evidence from Wales. *Journal of Rural Studies, 10*(1), 1-13
14. Bergevoet, R. H. M., Ondersteijn, C. J. M., Saatkamp, H. W., Van Woerkum, C. M. J., & Huirne, R. B. M. (2004). Entrepreneurial behaviour of dutch dairy farmers under a milk quota system: Goals, objectives and attitudes. *Agricultural Systems, 80*(1), 1–21.
15. Bock, B.B. (2004). Fitting in and Multi-tasking: Dutch Farm Women's Strategies in Rural Entrepreneurship. *Rural Sociology, 44*(3), 245–260.

16. Bohnet, I., Potter, C., & Simmons, E. (2003). Landscape change in the multi-functional countryside: a biographical analysis of farmer decision-making in the English high weald. *Landscape Research*, 28(4), 349–364.
17. Brandth, B., & Haugen, M.S. (2011). Farm diversification into tourism: implications for social identity? *Journal of Rural Studies*, 27, 35-44.
18. Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Li, H. - L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421-440.
19. Bryden, J. M., Bell, C., Gilliatt, J., Hawkins, E., & MacKinnon, N. (1992). *Farm Household Adjustment in Western Europe 1987–1991*. Nethy Bridge: The Arkleton Trust.
20. Buechler, S., & Mekala, G. D. (2005). Local Responses to Water Resource Degradation in India: Groundwater Farmer Innovations and the Reversal of Knowledge Flows. *The Journal of Environment & Development*, 14(4), 410–438.
21. Burton, R. J. F. (2004). Seeing through the “good farmer’s” eyes: towards developing an understanding of the social symbolic value of “productivist” behaviour. *Sociologia Ruralis*, 44(2), 95-215.
22. Cardon, M. S., Gregoire, D. A., Stevens, C. E., & Patel, P. C. (2013). Measuring entrepreneurial passion: Conceptual foundations and scale validation. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 373-396.
23. Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511-532.
24. Carter, S. (1998). Portfolio entrepreneurship in the farm sector: indigenous growth in rural areas? *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(1), 17–32.
25. Carter, S. (1999). Multiple business ownership in the farm sector: assessing the enterprise and employment contributions of farmers in Cambridgeshire. *Journal of Rural Studies*, 15(4), 417–429.
26. Carter, S. (2011). The Rewards of Entrepreneurship: Exploring the Incomes, Wealth, and Economic Well-Being of Entrepreneurial Households. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 39-55.
27. Cassel, S. H., & Pettersson, K. (2015). Performing Gender and Rurality in Swedish Farm Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(1-2), 138–151.
28. Chiffoleau, Y. (2005). Learning about innovation through networks: the development of environment-friendly viticulture. *Technovation*, 25(10), 1193–1204.
29. Clark, J. (2009). Entrepreneurship and diversification on English farms: Identifying business enterprise characteristics and change processes. *Entrepreneurship & Regional Development*, 21(2), 213–236.
30. Costas, J., & Fleming, P. (2009) Beyond dis-identification: a discursive approach to self-alienation in contemporary organization. *Human Relations*, 62(3), 353-78.
31. Davidsson, P. (2012). *The Entrepreneurial Process*. In: Carter, S., Jones-Evans, D. (Eds.), *Enterprise and Small Business, principles, practice and policy*. Harlow: Pearson.

32. de Lauwere, C. C. (2005). The role of agricultural entrepreneurship in Dutch agriculture of today. *Agricultural Economics*, 33(2), 229–238.
33. de Wolf, P., McElwee, G., & Schoorlemmer, H. (2007). The European farm entrepreneur: a comparative perspective. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(6), 679–692.
34. To'ychiyeva N. Elektron Ta'lim Tizimining Afzalliklari Va Kamchiliklari //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C. 40-41.
35. Nodira T., Maxfirat T. FORMATION AND DEVELOPMENT OF PRONUNCIATION IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING IN SCHOOL STUDENTS //INTERNATIONAL CONFERENCES ON LEARNING AND TEACHING. – 2022. – T. 1. – №. 1.
36. Akramovich N. A. HISTORY, SUBJECT AND OBJECT OF FORMATION OF" MACROECONOMICS" //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2022. – T. 10. – №. 1. – C. 209-210.
37. Nodira T., Maxfirat T. MODERN METHODS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGE PRONUNCIATION TO PRIMARY SCHOOL PUPILS IS BASED ON THE JAPANESE EXPERIENCE //TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2022. – C. 205-208.
38. Норбеков Х., Туйчиева Н. Формирование конкурентных преимуществ компании //Zamonaviy innovatsion tadqiqotlarning dolzarb muammolari va rivojlanish tendensiyalari: yechimlar va istiqbollar. – 2022. – T. 1. – №. 1. – C.
39. De Massis, A., Kotlar, J., Kellermanns, F, & Wright, M. (2016). Sector studies in entrepreneurship: towards a deeper understanding of industry-specific determinants, processes and outcomes of entrepreneurial phenomena. Call for papers, special issue of *Entrepreneurship Theory and Practice*. Available at <http://www.baylor.edu/business/etp/doc.php/261584.pdf>
40. DeTienne, D. R. (2010). Entrepreneurial exit as a critical component of the entrepreneurial process: Theoretical development. *Journal of Business Venturing*, 25(2), 203–215.
41. Di Domenico, M., & Miller, G. (2012). Farming and tourism enterprise: Experiential authenticity in the diversification of independent small-scale family farming. *Tourism Management*, 33(2), 285–294.
42. Donnellon, A., Ollila, S., & Williams Middleton, K. (2014). Constructing entrepreneurial identity in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 490-499.
43. Dorsey, B. (1999). Agricultural Intensification, Diversification, and Commercial Production among Smallholder Coffee Growers in Central Kenya*. *Economic Geography*, 75(2), 178–195.
44. Dyer, W. G. (2006). Examining the “family effect” on firm performance. *Family Business Review*, 19(4), 253–273.
45. Erickson, R. J. (1995) The importance of authenticity for self and society. *Symbolic Interaction*, 18(2), 121-44