

**САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.F.02.02 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ҚАРШИ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

ХУДОЙБЕРДИЕВ ДИЛШОД МУРОДОВИЧ

**ЁШЛАРДА ИСТЕЪМОЛЧИЛИК ХУЛҚИНИНГ ШАКЛЛАНИШИ:
МАЗМУНИ ВА ШАКЛЛАРИ, САБАБЛАРИ ВА ОҚИБАТЛАРИ**

09.00.04 – Ижтимоий фалсафа

**ФАЛСАФА ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD) ДИССЕРТАЦИЯСИ
АВТОРЕФЕРАТИ**

Самарқанд – 2021

**Фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
диссертацияси автореферати мундарижаси**

**Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)
по философским наукам**

**Contents of dissertation abstract of the doctor of philosophy (PhD)
on philosophical sciences**

Худойбердиев Дилшод Муродович

Ёшларда истеъмолчилик хулқининг шаклланиши: мазмуни ва шакллари, сабаблари ва оқибатлари 3

Худойбердиев Дилшод Муродович

Формирование потребительского поведения у молодежи: содержание и формы, причины и следствия 21

Khudoyberdiyev Dilshod Murodovich

The formation of consumer behavior among young people: content and forms, causes and consequences 39

Эълон қилинган ишлар рўйхати

Список опубликованных работ

List of published works 43

**САМАРҚАНД ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ ҲУЗУРИДАГИ
ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2019.F.02.02 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ**

ҚАРШИ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ

ХУДОЙБЕРДИЕВ ДИЛШОД МУРОДОВИЧ

**ЁШЛАРДА ИСТЕЪМОЛЧИЛИК ХУЛҚИНИНГ ШАКЛЛАНИШИ:
МАЗМУНИ ВА ШАКЛЛАРИ, САБАБЛАРИ ВА ОҚИБАТЛАРИ**

09.00.04 – Ижтимоий фалсафа

**ФАЛСАФА ФАНЛАРИ БЎЙИЧА ФАЛСАФА ДОКТОРИ (PhD) ДИССЕРТАЦИЯСИ
АВТОРЕФЕРАТИ**

Самарқанд – 2021

Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2018.1.PhD/Fal151 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Қарши давлат университетида бажарилган.

Диссертация автореферати уч тилда (ўзбек, рус, инглиз (резюме)) Илмий кенгаш веб-саҳифасида (www.samdu.uz) ва “ZiyoNet” Ахборот-таълим порталида (www.ziyounet.uz) жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:

Чориев Санжарбек Анварович
фалсафа фанлари доктори, профессор

Расмий оппонентлар:

Бердимуратова Алима Карлыбаевна
фалсафа фанлари доктори, профессор

Яздонов Улуғбек Тошмуротович
фалсафа фанлари доктори (DSc), доцент

Етакчи ташкилот:

Самарқанд давлат чет тиллари институти

Диссертация ҳимояси Самарқанд давлат университети ҳузуридаги илмий даражалар берувчи DSc.03/30.12.2019.F.02.02 рақамли Илмий кенгашнинг 2021 йил «__» _____соат __даги мажлисида бўлиб ўтади. (Манзил: 140104, Самарқанд шаҳри, Университет хиёбони, 15-уй. Тел.:(0366) 239-13-87, 239-11-40; факс: (8366) 239-11-40; e-mail: rektor@samdu.uz Самарқанд давлат университети Тарих факультети, 1-қават, 105-хона).

Диссертация билан Самарқанд давлат университетининг Ахборот-ресурс марказида танишиш мумкин (№__-рақами билан рўйхатга олинган). (Манзил: 140104, Самарқанд шаҳри, Университет хиёбони, 15-уй. Тел.: (0366) 239-13-87, 239-11-40; факс: (0366) 239-11-40.)

Диссертация автореферати 2021 йил «__» _____куни тарқатилди.
(2021 йил «__» _____даги _____рақамли реестр баённомаси).

С.К.Каримов

Илмий даражалар берувчи
илмий кенгаш раиси,
фалсафа фанлари доктори, доцент

Х.А.Джуракулов

Илмий даражалар берувчи
илмий кенгаш котиби,
фалсафа доктори (PhD) фалсафа ф.б.

Н.О.Сафарова

Илмий даражалар берувчи илмий кенгаш
қошидаги Илмий семинар раиси ўринбосари,
фалсафа фанлари доктори, профессор

КИРИШ (фалсафа доктори (PhD) диссертацияси аннотацияси)

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳонда XX аср иккинчи ярми - XXI аср бошида содир бўлган янги глобал ўзгаришлар истеъмолчилик жамиятининг қарор топишига сабаб бўлди. Зеро, глобал иқтисодий юксалиш, постмодерн маркетинг коммуникациялари ривож, шахсни истеъмолга ундовчи таълимотлар глобализацияси истеъмолни шахс учун олий қадриятга айлантди. Мазкур омиллар айниқса ёшларнинг истеъмолчилик борасидаги ҳатти-ҳаракатини тубдан ўзгартирмоқда. Шу муносабат билан бугунги ёшлар истеъмолчилик хулқининг мазмуни, шакллари аниқлаш ва уни янги тенденциялар ҳамда ўзаро алоқадорлик қонунияти орқали бойитиб бориш масаласи тобора жиддий аҳамият касб этиб бормоқда.

Жаҳон илм-фанида кенг илмий жамоатчилик томонидан истеъмолчилар хулқи, маданияти билан боғлиқ фундаментал тадқиқотлар олиб борилмоқда. Хусусан, истеъмол мазмуни ва характери, шахс истеъмолчилик хулқининг ўзига хос хусусиятлари, унинг шаклланишига таъсир кўрсатадиган ижтимоий, иқтисодий, маданий ва руҳий омиллар билан боғлиқ тадқиқотлар муҳим аҳамият касб этмоқда. Бугунги глобаллашув жараёнида шахс эгоистик истаклари, моддий ва маънавий эҳтиёжлари ҳажмининг ортиб бориши тадқиқотнинг ижтимоий заруриятини кучайтирмоқда. Шу нуқтаи назардан, аҳоли, хусусан ёшларда истеъмолчилик хулқининг шаклланиши, ўзгариши сабаблари ва оқибатларини ижтимоий-фалсафий жиҳатдан махсус илмий тадқиқ этиш заруриятини юзага келтирмоқда.

Мамлакатимизда олиб борилаётган ижтимоий-сиёсий, маънавий-маърифий, иқтисодий, ҳуқуқий соҳалардаги туб ислоҳотлар давомида ёшларнинг баркамол бўлиб камол топишлари ва улар онгида истеъмолчилик хулқини янада ривожлантириш масаласига алоҳида эътибор берилмоқда. Чунки “ҳар қандай жамият тараққиётида унинг келажагини таъминлайдиган ёш авлоднинг соғлом ва баркамол бўлиб вояга етиши ҳал қилувчи ўрин тутади”¹. Баркамол ёшларни вояга етказиш учун эса, уларнинг хулқи ва маданиятини, хусусан истеъмолчилик хулқини юксалтириш омилларини аниқлаш заруриятини юзага келтирмоқда. Зеро, асрлар мобайнида ёшлар истеъмолчилик хулқи рационал ва этник мезонларга, нафсни жиловлаш, қаноатни пеша қилиш, сабр-тоқатли бўлиш, шукур қилиш туйғуларига таянган. Шу нуқтаи назардан, ёшларда истеъмолчилик хулқини шакллантиришнинг ижтимоий-маънавий механизмлари, тамойил ва қонуниятларини тадқиқ қилиш муҳим илмий муаммога айланмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”, 2017 йил 5 июлдаги ПФ-5106-сон “Ёшларга оид давлат сиёсати самарадорлигини ошириш ва Ўзбекистон ёшлар иттифоқи фаолиятини қўллаб-қувватлаш тўғрисида”, 2019 йил 3 майдаги

¹ Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожаатномаси // Халқ сўзи, 2020, 30 декабрь. № 276 (7778).

ПФ-1559-сон “Маънавият ва маърифат” жамоатчилик маркази фаолиятини янада такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш тўғрисида” фармонлари, шунингдек 2017 йил 28 июлдаги ПҚ-3160-сон “Маънавий-маърифий ишлар самарадорлигини ошириш ва соҳани ривожлантиришни янги босқичга кўтариш тўғрисида”, 2019 йил 3 майдаги ПҚ-4307-сон “Маънавий-маърифий ислохотларни янада чуқурлаштириш ва унинг самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорлари ҳамда мавзуга оид бошқа норматив-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда мазкур диссертация муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига мослиги. Тадқиқот республика фан ва технологиялари ривожланишининг I. “Ахборотлашган жамият ва демократик давлатни ижтимоий, ҳуқуқий, иқтисодий, маданий, маънавий-маърифий ривожлантириш, инновацион иқтисодиётни ривожлантириш” устувор йўналиши доирасида амалга оширилган.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Тадқиқот мавзуи ижтимоий фалсафанинг катта аҳамиятга молик муаммоларидан бири ҳисобланади. Шу сабабдан у хорижда ва Ўзбекистонда турли ракурсларда тадқиқ қилинган. Хусусан, хорижда чоп этилган илмий манбаларда муаммонинг турли жиҳатларига эътибор қаратилган бўлиб, К.Маркс, А.Смит, П.Самуэльсон, Д.Нордхаус¹, И.Фишер, М.Фридман каби олимларнинг асарларида истеъмол назарияси хусусиятлари, истеъмол ва меҳнат жараёнининг ўзаро алоқадорлиги, истеъмолнинг шахс эҳтиёжи билан бевосита боғлиқлиги ўрганилган.

Тадқиқотчиларнинг бошқа гуруҳи муаммога ижтимоий-фалсафий ва социологик нуқтаи назардан ёндашади. Улар истеъмолчилик хулқининг жамиятдаги ижтимоий-иқтисодий шарт-шароитлар, шахс ижтимоий мақоми билан боғлиқлигини очиб берадилар. Бу ўринда Г.Зиммель, Т.Веблен, Ж. Бодрийар, Ж.Гэлбрейтларнинг² илмий ишларини тилга олиш мумкин.

Яна бир тоифа илмий манбалар истеъмолчилик хулқини ижтимоий-психологик нуқтаи-назардан тадқиқ қилган илмий ишлардан таркиб топади. Хусусан, З.Фрейд, А.Маслоу³ асарларида шахсни истеъмол қилишга ундайдиган майлларнинг вужудга келиши сабаблари тадқиқ қилинган.

Шунингдек, муаммо тижорий нуқтаи назардан таҳлил қилинган илмий манбалар ҳам мавжуд. Масалан, Ф.Котлер⁴, Г.Силласте ва шу кабиларнинг илмий ишларида аҳоли эҳтиёжларига монанд маҳсулот ва хизматларни тезкор таклиф этиш масалалари ўрганилган.

МДҲ давлатларида ҳам кейинги йилларда мавзуга доир қатор диққатга сазовор илмий ишлар эълон қилинди. Жумладан, И.Важенинанинг илмий ишида шахс истеъмолчилик хулқи унинг эҳтиёжларига монанд равишда ўзгариб бориши исботланади, Е.Гариннинг мақоласида эса инсон эҳтиёжлари-

¹ Қаранг: Самуэльсон П., Нордхаус Д. Экономика.- М.:Вильяме, 2015.

² Қаранг: Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество.- М.:АСТ,2004.

³ Қаранг: Маслоу А.Мотивация и личность.- СПб.: Евразия, 1999.

⁴ Қаранг: Котлер Ф. Основы маркетинга.- М.: Вильяме, 2007.

нинг иерархияси очиб берилади, Д.Ермаковнинг¹ илмий ишида истеъмолчилик хулқи инсон хулқ-атворининг шакли сифатида тадқиқ қилинади.

Мамлакатимизда ҳам XXI аср кишисининг истеъмолчилик хулқидаги ўзгаришлар турли позициялардан тадқиқ қилинган. Жумладан, тадқиқотчилар М.Зияева² ва Д.Тожибоеванинг илмий ишларида шахс истеъмолчилик хулқининг ижтимоий-иқтисодий аспекти, уни бошқаришнинг фалсафий, пси-хологик ва педагогик жиҳатлари очиб берилса, Ф.Халдибекова³, Х.Шайхова, Г.Тиллаева ва И.Шодиматовлар монографияларида шахс истеъмолчилик хулқи билан турмуш тарзи ўртасидаги алоқадорлик мавжудлиги асосланади.

Аммо шахс истеъмолчилик хулқи мазмуни ва хусусиятларини тадқиқ этиш масаласи кун тартибидан олингани йўқ. Айниқса, ёшларнинг истеъмолчилик хулқи моделларининг қарор топишига сабаб бўлаётган омил ва воситаларни ижтимоий фалсафа нуқтаи назаридан таҳлил қилиш масаласи тобора долзарблашиб бормоқда.

Диссертация тадқиқотининг диссертация бажарилган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация Қарши давлат университетининг илмий-тадқиқот ишлари режасига мувофиқ 2015-2017 йилларга мўлжалланган А-1-173 рақамли “Ёшларни умуммиллий қадриятларимизга хос тарбиясини шакллантириш технологияси ва методикасини ишлаб чиқиш” мавзусидаги амалий тадқиқот доирасида бажарилган.

Тадқиқотнинг мақсади ёшлар онгида истеъмолчилик хулқининг шаклланиши ва ундаги ўзгаришларни аниқлаш ҳамда муаммо ечими юзасидан тақлиф-тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари:

“истеъмолчилик хулқи” тушунчасининг фалсафий концептуал структураси ва моделларини аниқлаш;

истеъмолчилик хулқи шаклланиши жараёнини даврлаштириш орқали унинг турли даврлардаги амплуасини асослаш;

XXI асрда ёшлар истеъмолчилик хулқи мазмуни, хусусиятларини ўзгартирувчи ижтимоий-иқтисодий, сиёсий, маънавий сингари омилларини очиб бериш;

ижтимоий жараёнларни ёшлар истеъмолчилик хулқига таъсирининг позитив ва негатив оқибатларини таҳлил этиш;

Ўзбекистон ёшларида истеъмолчилик маданиятини юксалтиришнинг объектив ва субъектив омилларини аниқлаш ҳамда соҳага оид тақлиф-тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти Ўзбекистонда замонавий ёшлар истеъмолчилик хулқи, унинг шаклланиш жараёни ташкил этади.

¹ Қаранг: Ермаков Д. Исследование потребителей и потребительское поведение // Право и государство: теория и практика, 2014, № С.144-154.

² Қаранг: Зияева М. Истеъмолчиларнинг хулқ-атворини бошқариш усуллари // Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар, 2015, №6.

³ Қаранг: Халдибекова Ф. Соғлом турмуш тарзи - жамиятимиз тараққиётининг асосий омили.- Т.: Ўзбекистон, 2013.

Тадқиқотнинг предмети ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқи шаклланишига таъсирини илмий асослашдан иборат.

Тадқиқотнинг усуллари. Диссертацияда таҳлил, умумлаштириш, таққослаш, тизимлаштириш, таснифлаш, индукция, дедукция ва аналогия усулларидан фойдаланилган.

Тадқиқотнинг илмий янгилиги қуйидагилардан иборат:

Ўзбекистон шароитида инсон истеъмолчилик хулқининг “танловга мойил” ва “янгиликка мойил” истеъмолчи моделлари янги инсонни шакллантириш тамойили асосида очиб берилган;

ёшларда истеъмолчилик хулқининг динамик хусусиятлари ижтимоий омиллар таъсирида “узлуксизлик тамойили”га амал қилишига бўйсундирилганлиги ижтимоий меъёрлар талаби асосида исботланган;

жаҳон ҳамжамиятида содир бўлаётган ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқига позитив ва негатив таъсири фалсафанинг умумий алоқадорлик хусусияти асосида очиб берилган;

шахс истеъмолчилик хулқи шаклланиши аграр, индивидуалистик, рационал, гедонистик, технологик, ахборот истеъмоли каби кўринишларда намоён бўлиши сабаб ва оқибат, имконият ва воқелик сингари фалсафий категориялар ёрдамида асосланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

диссертациядаги шахс истеъмолчилик хулқининг концептуал структураси ва замонавий социумдаги моделлари ҳақидаги хулосалар муаммонинг Ўзбекистон шароитида намоён бўлиши хусусиятларини илмий констатация қилиш юзасидан методологик тавсиялар ишлаб чиқилган;

илмий ишнинг замонавий ёшлар истеъмолчилик хулқи мазмуни, таркибий компонентлари, турли моделларига хос нюанслари тўғрисидаги хулосалари йигит ва қизлар орасида тегишли йўналишдаги маънавий-тарбиявий фаолият самарадорлигини такомиллаштириши бўйича таклиф-тавсиялар ишлаб чиқилган;

жаҳон ҳамжамиятидаги ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқига позитив ва негатив таъсири ҳақидаги назарий хулосалар асосида йигит ва қизлар орасида амалга ошириладиган тадбирлар дастури ишлаб чиқилган;

тадқиқот хулосалари асосида ёшларнинг истеъмолчилик маданиятини юксалтиришга хизмат қиладиган чоралар мажмуи ва таклиф-тавсиялар ишлаб чиқилган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги. Тадқиқотдаги илмий-назарий хулосалар, илгари сурилган гипотеза ва қарашларнинг республика, халқаро илмий-амалий анжуманларда муҳокама қилинганлиги, таклиф ва тавсияларнинг амалиётга жорий этилганлиги, олинган натижаларнинг ваколатли муассасалар томонидан далолатномалар тарзида тасдиқланганлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот натижаларининг илмий аҳамияти ёшлар истеъмолчилик хулқининг мазмуни ва шакллари, шаклланиши босқичлари, бугунги кунга хос бўлган моделлари

ҳақидаги илмий тасаввурларни бойитишга, замонавий ёшлар истеъмолчилик хулқининг ўзига хос жиҳатларини, йигит ва қизларнинг истеъмолчилик маданиятини юксалтириш масалаларини илм-фан позициясидан тадқиқ қилиш билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти диссертацияда баён этилган таклиф-тавсиялар, илгари сурилган ғоялар, назарий хулосаларнинг мамлакатимизда ёшлар муаммолари билан шуғулланувчи ташкилотлар, хусусан, Ўзбекистон Республикаси Ёшлар иттифоқи, Маънавият ва маърифат кенгаши, олий ва ўрта махсус таълим муассасалари амалий фаолиятида фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Истеъмолчилик хулқининг концептуал структураси ва моделларини, бугунги кун ёшлари истеъмолчилик хулқига хос бўлган хусусиятларни, ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқига таъсири характерини тадқиқ этиш асосида:

“истеъмолчилик хулқи” тушунчасининг мазмунини ташкил қилган элементлар мажмуини ва истеъмолчилик хулқининг замонавий социумдаги моделларини аниқлашга оид таклиф ва тавсияларидан 2007-2011-йилларда бажарилган “Ҳозирги замон цивилизациясининг инсон ижтимоий қиёфасига таъсири” мавзусидаги ОТ-Ф8-022 рақамли фундаментал тадқиқот лойиҳаси экспозициясини аниқлашда фойдаланилган (Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2019 йил 8 октябрдаги 89-03-3779-сон маълумотномаси). Натижада, шахс маънавий қиёфасининг сабр-тоқатлилиги, нафсни жиловлаш каби ўзига хос хусусиятларини ифодалаб беришга хизмат қилган;

ёшлари истеъмолчилик хулқининг мазмуни ва шакллари, ўзгариш сабабларини тадқиқ этишга доир таклиф ва тавсияларидан Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи Марказий Кенгаши томонидан 2019 йил сентябрь ойида таълим муассасалари битирувчилари ва бандлиги таъминланмаган ёшларни касбга йўналтириш борасида ўтказилган “Таълим ва мутахассислик” мавзусидаги тадбир сценарийсини ишлаб чиқишда фойдаланилган (Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи марказий Кенгашининг 2019 йил 4 октябрдаги 04-13/4563-сон маълумотномаси). Натижада, Ўзбекистон Ёшлар иттифоқининг бош мақсадини амалга оширишда назарий жиҳатдан илмий-методологик асос бўлиб хизмат қилган;

Ўзбекистондаги ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқига позитив ва негатив таъсирига оид илмий асосланган хулосалари, таклиф-тавсияларидан Республика Маънавият ва маърифат маркази томонидан 2019 январь-февраль ва сентябрь ойларида ўтказилган “Ёшлар – бизнинг келажагимиз”, “Ўз болангни ўзинг асра”, “Огоҳ бўлинг: маънавий таҳдидлар” мавзуларидаги маънавий-маърифий тарғибот тадбирлари дастури сценарийларини ишлаб чиқишда фойдаланилган (Республика Маънавият ва маърифат марказининг 2019 йил 9 октябрдаги 03/011-1363-сон маълумотномаси). Натижада, аҳоли ва ёшлар истеъмолчилик хулқини такомиллаштиришга хизмат қилган;

шахс истеъмолчилик хулқи шаклланиши жараёнининг периодизацияси, ҳар бир даврдаги амплуасига доир илмий хулосаларидан Қашқадарё вилоят

телерадиокомпаниясининг 2019 йил 29 январь куни эфирга узатилган “Мулоҳаза” ва 17 март куни эфирга узатилган “Шу куннинг мавзуси” номли кўрсатувлари, вилоят “Олтин воҳа” радиосининг 2019 йил 22 апрелда эфирга узатилган “Долзарб мавзу” номли эшиттиришининг сценарийларини тайёрлашда фойдаланилган (Қашқадарё вилоят телерадиокомпаниясининг 2019 йил 12 июлдаги 12-15-343-сон маълумотномаси). Натижада, кенг жамоатчиликка ёшлар истеъмолчилик хулқининг шаклланиши ҳақида маълумот беришга хизмат қилган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Мазкур тадқиқот натижалари 2 та халқаро ва 9 та республика миқёсидаги илмий-амалий анжуманларда муҳокамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларининг эълон қилиниши. Тадқиқот мавзуси бўйича жами 17 та илмий иш, жумладан Ўзбекистон Республикаси Олий аттестация комиссиясининг диссертациялар асосий илмий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрларда 5 та илмий мақола (4 та республика ва 1 та хорижий журналларда) чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, уч боб, хулоса ва фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат. Диссертациянинг умумий ҳажми 128 бетни ташкил этади.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Тадқиқот матнининг “**Кириш**” қисмида мавзунинг долзарблиги ва зарурати, муаммонинг ўрганилганлик даражаси ва илмий янгилиги асосланган. Илмий ишнинг мамлакатимиз фан ва технологиялар ривожланишининг устувор йўналишларига боғлиқлиги, объекти, предмети, методлари, мақсади ва вазифалари аниқланган. Изланишлар жараёнида олинган натижаларнинг илмий-назарий ва амалий аҳамияти, уларнинг амалиётга жорий қилинганлиги, апробацияси, нашр этилган ишлар, диссертациянинг ҳажми тўғрисида маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг “**Истеъмолчилик хулқи: ижтимоий-фалсафий таҳлил**” деб номланган биринчи бобида “истеъмолчилик хулқи” тushунчасининг мазмуни, таркиби ва эволюцияси таҳлил этилган.

Истеъмолчилик хулқи деганда шахснинг турли маҳсулот ва хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш, уларни истеъмол қилишдаги майлларини рўёбга чиқариш мақсадида табиий ва ижтимоий шарт-шароитларга мослашган ҳолда амалга оширган саъй-ҳаракатлари йиғиндисини тушунамиз. Истеъмолчилик хулқининг асосий *хусусиятлари* қуйидагилардан иборат:

истеъмолчилик хулқи конкрет-тарихий характерга эга, у барча замонлар учун бир хил бўлган ягона мақсад ва барқарор манфаатга эга эмас; ижтимоий шарт-шароитлар, истеъмолчига таъсир кўрсатувчи омиллар ҳамда воситалар ўзгарар экан, истеъмолчилик хулқининг мақсад ва вазифалари ҳам ўзгаради;

маълум бир даврда истеъмолчилик хулқининг бир эмас, жамият иерархияси, демографик аҳволи, синфий тузилиши, маданий савияси ва шу

кабиларга мутаносиб равишда бир неча моделлари ҳукм суради; мазкур моделлар ўзаро умумий ва ўзига хос элементлар йиғиндисидан таркиб топади;

истеъмолчилик хулқи муваққат, тез ўзгарувчан характерга эга; бирор маҳсулотга талаб туғилиши билан истеъмолчилик хулқида шу эҳтиёжни қондиришга қаратилган саъй-ҳаракатлар вужудга келади, талабнинг йўқолиши унга мутаносиб интилишларнинг ҳам йўқолишига олиб келади;

истеъмолчилик хулқи рационаллик ва ҳиссийлик элементлари синтездан иборат, бироқ аксарият ҳолларда у истеъмолчининг ҳиссий эҳтиёжларини қондиришга йўналган бўлади;

истеъмолчилик хулқи таркибида қадрият сифатида тан олинган, оммавий истеъмол маҳсулотига айланган артефактларга эга бўлиш ҳаракатлари устувор аҳамият касб этади; оригинал ва такрорланмас маҳсулотлар ва хизматларни истеъмол қилиш кайфияти истеъмолчилик хулқида иккиламчи аҳамиятга эга;

истеъмолчилик хулқи ворисийлик принциpidан холи равишда ривожланади, чунки истеъмолчилик қадриятларини аждодлардан авлодларга трансляция қилиш механизми мавжуд эмас; унинг таркибидан жой олган эҳтиёжлар ва майллар системаси маълум бир даврдагина долзарб ва аҳамиятли бўлади, сўнгра ўрнини мутлақо янги эҳтиёж ва майлларга бўшатиб беради;

истеъмолчилик хулқи элементлари истеъмолчининг ҳаётий ва кундалик эҳтиёжларини қондиришига қарамасдан, унинг маънавий жиҳатдан юксалишига хизмат қилмайди, яъни шахс эътиқоди, фазилатлари ва хислатлари, фуқаролик ва ҳаётий позициясини ривожлантирмайди.

Профессор Ф. Котлернинг фикрига кўра,¹ истеъмолчининг у ёки бу маҳсулот, хизматни танлаш кўплаб маданий, ижтимоий, шахсий ва руҳий омиллар таъсирида амалга оширилади. Бу омиллар шахс истеъмолчилик хулқининг қуйидаги *шакллари*ни қарор топтиради:² 1) танловга мойил истеъмолчи; 2) мулоқотга мойил истеъмолчи; 3) янгиликка мойил истеъмолчи; 4) исёнга мойил истеъмолчи; 5) мақомини сақлашга мойил истеъмолчи; 6) етук истеъмолчи; 7) мақомини оширишга мойил истеъмолчи; 8) ўз қадриятларига мойил истеъмолчи; 9) ўз истакларига мойил истеъмолчи 10) тажрибага мойил истеъмолчи; 11) заруриятга мойил истеъмолчи; 12) яшаб қолишга мойил истеъмолчи.

Истеъмолчилик хулқи ўз *эволюцияси* давомида турли амплуаларга эга бўлган. Хусусан, қадимги дунёда умргузаронлик қилган одам боласининг истеъмолчилик хулқи энг оддий биологик эҳтиёжларни қондиришга йўналтирилган бўлса, ўрта асрларда у аграр характерга эга бўлди. Ренессанс даврида Шарқ кишисининг истеъмолчилик хулқи нафси жиловлаш, қаноатни пеша қилиш, сабр-тоқатли бўлиш, шукур қилиш туйғуларига бўйсундирилгани билан характерланса, Ғарб кишисининг истеъмолчилик хулқи индивидуалистик моҳияти билан ажралиб туради. Янги замон Ғарбда рационалликка асосланган истеъмолчилик хулқини қарор топтирди. Шарқдаги ижтимоий таназ-

¹ Қаранг: Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.- М.:Вильямс,2007.

² Қаранг: Ермаков Д. Исследование потребителей и потребительское поведение// Право и государство: теория и практика, 2014, № С.144-154.

зул эса шахснинг ўрта асрларга хос истеъмолчилик хулқини сақлаб қолди. IX асрнинг иккинчи ярми – XX асрнинг биринчи ярмида Ғарб кишиси истеъмолчилик хулқи амплуаси гедонизм ва истеъмолчилик кайфияти билан характерланса, Шарқ кишиси истеъмолчилик хулқи стандарт эҳтиёжларни қондиришга қаратилгани билан белгиланди.

Жаҳонда XX асрнинг иккинчи ярмида шакллана бошлаган постиндустриал жамият шароитидаги иқтисодий ўсиш кенг оммага мўлжалланган маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва уларни харидорга етказиш билан шуғулланадиган савдо индустриясининг кенг қулоч ёйишига, бунинг оқибатида эса аҳоли барча табақаларининг моддий неъматлар истеъмолчиларига айланишига сабаб бўлди. Маркетинг коммуникациялари (реклама, жамоатчилик билан алоқа технологиялари, брендинг, паблисити, лояллик дастурлари, директ-маркетинг, ҳомийлик тадбирлари, харидга рағбатлантириш амаллари) ривожини, истеъмолчилик ва ҳузур-ҳаловатни улугʻловчи таълимотларнинг кўпайиши шахс истеъмолчилик хулқининг тубдан ўзгаришига олиб келди.

Диссертациянинг биринчи боби юзасидан қуйидаги хулосалар чиқариш чиқарилган:

1. Истеъмолчилик хулқи истеъмолчининг турли маҳсулот ва хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш, уларни истеъмол қилишдаги майлларини рўёбга чиқариш мақсадида табиий ва ижтимоий шарт-шароитларга мослашган ҳолда амалга оширган саъй-ҳаракатларидан таркиб топади.

2. Истеъмолчилик хулқи маданий, ижтимоий, шахсий ва руҳий омиллар таъсирида ўзгара боради.

3. Шахс истеъмолчилик хулқи ўз эволюцияси давомида турли амплуаларга эга бўлган.

4. Постиндустриал жамият шарт-шароитлари шахс истеъмолчилик хулқининг қуйидагича ўзгаришига сабаб бўлди: а) истеъмол психологияси шаклланди, истеъмол шахс учун олий қадриятга айланди; б) шахснинг ижтимоий мақоми, нуфузи у истеъмол қилаётган маҳсулотларга боғлиқ бўлиб қолди; в) шахс эҳтиёжлари билан молиявий имкониятлари орасидаги мутаносиблик йўқолди; г) шахс истеъмолчилик хулқи гедонистик характер касб этди; д) шахс истеъмолчилик хулқи конформистик хусусиятга эга бўлди.

Диссертациянинг **“Ўзбекистон ёшлари истеъмолчилик хулқи ўзгаришининг сабаблари ва оқибатлари”** деб номланган иккинчи бобида, ёшлар истеъмолчилик хулқининг хусусиятлари, ижтимоий жараёнларнинг бу хусусиятларга таъсири сабаблари ва оқибатлари аниқланади.

Ёшлар истеъмолчилик хулқининг мазмуни қуйидаги асосий хусусиятларни ўзида мужассам қилади: 1) ёшларнинг истеъмолчилик хулқи шаклланиш жараёнида бўлган феномен ҳисобланади; 2) йигит ва қизларнинг истеъмолчилик позицияси беқарордир; 3) ёшларнинг истеъмол маҳсулотларини танлашда амал қиладиган принциплари ўзгарувчан бўлади; 4) ёшлар истеъмолчилик хулқи максималистик характерга эга; 5) ёшлар истеъмолчилик хулқида скептик ёндашув устуворлик қилади; 6) йигит ва қизларнинг янгиликларга, инновацияларга мойиллиги уларнинг истеъмолчилик хулқида ҳам ўз аксини топади.

Мамлакатимизда ва жаҳонда содир бўлаётган жараёнлар ёшлар истеъмолчилилик хулқини тубдан ўзгартирмоқда. Хусусан, *мамлакатимиздаги қуйидаги жараёнлар* йигит ва қизларнинг истеъмолчилилик хулқи характериға таъсир кўрсатди:

1. Ўзбекистоннинг жаҳон ҳамжамиятиға кўшилиши жараёни. Мамлакатимизнинг жаҳон ҳамжамияти ажралмас қисмиға айлангани боис Ғарб мамлакатларига хос хулқ-атвор кўринишлари, хусусан истеъмолчилилик хулқи типлари, истеъмолчилилик руҳияти ва қадриятлари Ўзбекистонға кириб келди.

2. Ўзбекистонда мустақиллик йилларида юз берган иқтисодий ўсиш. Иқтисодий ўсиш йигит ва қизларнинг, улар истиқомат этаётган оилаларнинг турмуш даражасини кескин ўзгартирди, ёшлар истеъмол қилаётган маҳсулотлар таркибига янгича тус берди.

3. Оммавий ахборот воситаларининг мисли кўрилмаган даражада ривожланиши ёшларни истеъмолнинг турли шаклларидан воқиф бўлишларига замин ҳозирлади.

4. Хорижий адабиёт ва санъат асарларига, бадий фильмларига эътиборнинг кучайгани. Ғарб мамлакатларида тайёрланган адабиёт ва санъат асарлари, турли бадий фильмлар ривожланган мамлакатларға хос бўлган истеъмолчилилик хулқини йигит ва қизлар онига сингдиришда жиддий роль ўйнамоқда.

5. Маънавий маданият маҳсулларининг истеъмол ва тижорат маҳсулотига айланиши. Жаҳонда моддийлик примати авж олган бир шароитда мамлакатимизда маънавий маданият элементлари ҳам тижорий тус олмоқда. Бу жараёнлар таъсири ўлароқ ёшлар китоб, фильм, суратни ҳам истеъмол маҳсулоти сифатида қабул қилишға кўникмоқдалар.

Жаҳонға хос бўлган кўпжаб жараён ва тенденциялар, турли минтақаларда содир бўлаётган ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий воқеалар ҳам йигит ва қизларимизнинг маҳсулот ва хизматларни истеъмол қилиш борасидаги хулқ-атворида жиддий из қолдирмоқда. Ўзбекистон йигит ва қизлари истеъмолчилилик хулқи характерининг ўзгаришида хорижий мамлакатлардаги йирик концерн ва компаниялар, фирма ва корхоналарнинг турли минтақаларда ўз маҳсулотлари учун янги бозорлар очишға қаратилган саъй-ҳаракатлари, айрим сиёсий кучларнинг ўз мақсад ва манфаатларини тарғиб қилишда истеъмолға ундовчи ғоя ва таълимотлардан фойдаланаётгани ҳам жиддий омил вазифасини ўтади.

Ўзбекистонда ва жаҳондаги ижтимоий жараёнлар ёшлар истеъмолчилилик хулқиға, бир томондан позитив, иккинчи томондан эса негатив таъсир кўрсатди. Ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилилик хулқиға таъсирининг *ижобий оқибатлари* ҳақида гап кетганда, энг аввало замонавий тенденциялар йигит ва қизларнинг истеъмолчилилик борасидаги хулқ-атворида янги ахборот воситаларига эга бўлиш, ахборот технологияларини ўзлаштиришға бўлган иштиёқни вужудға келтирганини, юқори сифатға эга бўлган маҳсулот ва хизматларға бўлган интилишни кучайтирганини, ўзга миллат турмуш тарзи ва маданиятиға хос бўлган маҳсулотларға қизиқишнинг пайдо бўлганини тилға олиш зарур.

Бироқ кишилик жамиятида содир бўлаётган ижтимоий жараёнларда инсонпарварлик ва маърифатпарварлик принциплари ҳамisha ҳам бирламчи аҳамият касб этмаслиги туфайли жаҳонда юз бераётган воқеа ва ҳодисаларнинг йигит ва қизларнинг истеъмолчилик хулқига *салбий таъсири* ошиб бормоқда. Хусусан, ижтимоий жараёнлар таъсирида ёшлар истеъмолчилик хулқида турли стереотипларга берилувчанлик қарор топмоқда, эҳтиёжлар билан имкониятлар орасидаги мутаносиблик бузилмоқда, моддий эҳтиёжлар устуворлиги кўзга ташланмоқда, иррационал эҳтиёжларни қондиришга интилиш кучаймоқда, гедонистик эҳтиёжлар устуворлик қилмоқда.

Иккинчи бобдаги мулоҳазалар асосида қуйидаги хулосалар чиқарилган:

1. Ёшлар истеъмолчилик хулқи қатор ўзига хос атрибутларга эга.

2. Ёшлар истеъмолчилик хулқи Ўзбекистонда содир бўлаётган қуйи-даги жараёнлар таъсирида ўзгармоқда: а) мамлакатнинг жаҳон ҳамжамиятига қўшилиши; б) иқтисодий ўсиш; в) оммавий ахборот воситалари ривож; г) хорижий адабиёт ва санъат асарларига эътиборнинг кучайгани; д) маънавий маданият маҳсулларининг истеъмол ва тижорат маҳсулотига айланиши.

3. Ёшлар истеъмолчилик хулқи жаҳонда содир бўлаётган қуйидаги жараёнлар таъсир кўрсатмоқда: а) йирик концерн ва компаниялар, фирма ва корхоналарнинг янги бозорлар очишга қаратилган саъй-ҳаракатлари; б) айрим сиёсий кучларнинг ўз мақсад ва манфаатларини тарғиб қилишда истеъмолга ундовчи ғоялар ва таълимотлардан фойдаланаётгани.

4. Ўзбекистонда ва жаҳонда содир бўлган жараёнлар ёшлар истеъмолчилик хулқига қонуний равишда ва мунтазам, позитив ва негатив таъсир кўрсатиб борди.

Диссертациянинг “**Ўзбекистон ёшлари истеъмолчилик маданиятини юксалтириш йўллари**” деб номланган учинчи бобида ёшлар истеъмолчилик хулқида мавжуд бўлган камчиликлар ва иллатларни бартараф этиш йўллари хусусида мулоҳаза юритилган ва қатор амалий тавсиялар илгари сурилган.

Ижтимоий воқеликнинг ўзи турли ижтимоий жараёнлар таъсирида йигит ва қизларнинг истеъмолчилик хулқида юзага келган нуқсонларни бартараф этиш, уларнинг истеъмолчилик маданиятини юксалтириш масаласини кун тартибига қўймоқда. Истеъмолчилик маданияти – шахснинг истеъмол билан боғлиқ билимлари, қадриятлари, нормалари ва принциплари йиғиндиси. Ёшлар истеъмолчилик маданиятини юксалтириш вазифаси ечими шахс эҳтиёжлари масаласига бориб тақалади. Чунки истеъмолчилик хулқи энг аввало шахснинг эҳтиёжлари ва майлларига таянган саъй-ҳаракатлар йиғиндиси. Ушбу манбанинг ўзгартирилиши, унга оқилона тус берилиши ўз-ўзидан йигит ва қизлар истеъмолчилик маданиятининг ҳам юксалишига сабаб бўлади. Йигит ва қизларда *рационал эҳтиёжларни шакллантириш* учун *қуйидаги чораларга* алоҳида эътибор бериш зарур деб ҳисоблаймиз:

1. Йигит ва қизларнинг эҳтиёжлари динамикасини мониторинг қилиб боровчи таркибий тузилмани шакллантириш зарур. Мазкур тузилманинг фаолияти, бугунги кун ёшларининг эҳтиёжлари мазмуни, шакли ва характерини муфассал аниқлаш, ундаги ўзгаришларни қайд қилиб бориш, ёшлар эҳтиёж-

лари билан имкониятлари ўртасидаги мутаносиблик даражасини таҳлил қилиш имконини яратади.

2. Оқилона эҳтиёжларни шакллантиришга қаратилган тадбирларни ижтимоий институтлар тарбиявий фаолиятининг алоҳида йўналишига айлантириш лозим. Бизнинг жамиятимизда турли ижтимоий институтлар ёшлар онги ва фаолиятига жиддий тарбиявий таъсир кўрсатиб келмоқда. Лекин йигит ва қизларда оқилона эҳтиёжларни шакллантириш вазифаси мазкур тарбиявий таъсир жараёнининг алоҳида йўналишига айлангани йўқ.

3. Ёшларни иш билан таъминлашга қаратилган чораларнинг ҳам йигит ва қизлар истеъмолчилик маданиятини юксалтиришга бевосита даҳли бор. Йигит ва қизларнинг доимий иш билан таъминланиши уларнинг эҳтиёжлари билан молиявий имкониятлари орасидаги мутаносибликни мустаҳкамлаган бўларди. Бундай мутаносиблик ёшлар истеъмолчилик маданиятини юксалтиришда қудратли омил вазифасини ўтайди.

4. Ёшларнинг меҳнат жамоаларидаги мақомини ошириш чораларини кўриш керак. Ёшлар мақомининг ўсиши суръатлари эҳтиёжларининг ўсиши суръатларидан ортда қолмоқда. Бу борада мутлақ мутаносибликка эришишнинг имкони йўқ, албатта. Лекин йигит ва қизларнинг меҳнат жамоаларидаги мақомини, уларга бўлган эътиборни ошириш орқали уларнинг эҳтиёжларини қондириш имкониятларини кенгайтириш мумкин.

5. Ёшларнинг маънавий эҳтиёжларини шакллантириш билан боғлиқ тадбирларга системавий тус бериш керак. Бугунги ёшлар эҳтиёжлари системасида маънавий эҳтиёжлар бирламчи аҳамият касб этаётгани йўқ. Маънавий эҳтиёжларни қондиришга хизмат қилаётган маданият муассасалари фаолиятидаги нуқсонлар мавжуд вазиятни янада чигаллаштирмоқда.

Ёшлар истеъмолчилик маданиятини юксалтириш учун оқилона эҳтиёжларни шакллантиришнинг ўзи кифоя қилмайди, албатта. Бунинг учун йигит ва қизларнинг меҳнат (ёки таълим) фаолиятини, маиший турмушини, ижтимоий фаолиятини, одатлари характерини, фикрлаш тарзини ўзгартириш зарур бўлади. Бошқача айтганда, истеъмолчилик маданиятининг шаклланиши ёшлар турмуш тарзи билан диалектик алоқадордир. Чунки инсон хулқ-атвори, тафаккури, муомаласи мақсадга мувофиқ кадриятлар системасига таянмас экан, унинг истеъмолчилик маданияти ҳам паст даражада бўлади. Бинобарин, йигит ва қизларнинг истеъмолчилик маданиятини янги босқичга кўтариш учун уларнинг *турмуш тарзини ўзгартириш*, сифатан янгилаш тақазо қилинади. Биз бу вазифалар, уларни бажариш учун *амалга оширилиши зарур бўлган чоралар* туркумига қуйидагиларни киритамиз:

1. Ёшларда соғлом одат ва кўникмаларни тарбиялаш вазифаси ханузга қадар ўз долзарблигини йўқотгани йўқ. Ёшлар соғлиғига салбий таъсир кўрсатадиган иллатларнинг бартараф этилиши, соғлом одат ва кўникмаларнинг шакллантирилиши соғлом турмуш тарзини қарор топтиришнинг бирламчи омили саналади.

2. Мавзуга бағишланган тарғибот ва маърифий ишларни кучайтириш керак. Соғлом турмуш тарзи тарғиботи самарасининг оширилиши, унинг

мазмунига доир маърифий ишларнинг жонлантирилиши йигит ва қизлар ҳаёти ва фаолияти сифатини яхшилашда қўл келади.

3. Ёшлар орасида соғлом турмуш тарзини қарор топтириш учун уларнинг бўш вақтидан унумли фойдаланиш керак. Ушбу муаммонинг ҳал қилиниши йигит ва қизларни соғлом турмуш тарзига ундаш учун ҳам реал имкониятларни яратган бўлар эди. Чунки ўз бўш вақтини маънавий камолот учун сарфлашга одатланган йигит ва қиз жузъан соғлом турмуш тарзи асослари билан танишишга, соғлом одат ва кўникмаларни ўзлаштиришга ҳам вақт топади.

4. Овқатланиш маданиятини ривожлантириш керак. Йигит ва қизлар овқатланишининг илмий мезонлар асосида ташкил қилиниши соғлом турмуш тарзини қарор топтиришга қўйилган муҳим қадам бўлади. Боз устига, юксак овқатланиш маданияти ёшларни турли маҳсулотларни соғлом эҳтиёжлар асосида танлашга, улардан мақсадга мувофиқ фойдаланишга кўниктиради.

5. Йигит ва қизларнинг жисмоний тарбия ва спорт билан шуғулланишларига доимий тус бериш керак. Ривожланган мамлакатларда ҳукумат ва фуқаролик жамияти институтларининг саъй-ҳаракатлари билан жисмоний тарбия ва спорт билан шуғулланиш умумхалқ ҳаракатига айланиб улгурган. Жойлардаги мавжуд спорт инфраструктурасини оммавий фойдаланиладиган тузилмага айлантириш, уларни самарали ва оқилона тарзда бошқариш борасида ҳам аҳамиятли тажрибалар жамланган. Мазкур тажриба ва натижалар ёшларда соғлом турмуш тарзини шакллантиришнинг тегишли йўналишидаги саъй-ҳаракатларимизнинг пировард мақсади бўлмоғи даркор.

6. Ёшларда позитив тафаккурни шакллантириш керак. Ёшлар соғлом турмуш кечиришлари учун биринчи навбатда позитив тафаккур юритишлари лозим. Позитив тафаккур ҳаётга оптимистик ёндашиш, гуманистик мақсадларга интилиш, шахсий эҳтиёжларни тўғри аниқлаш ва уларни оқилона йўллар билан қондириш, турмуш кечиришнинг соғлом йўллари танилаш имконини беради.

Диссертациянинг учинчи боби юзасидан қуйидаги хулосалар чиқарилган:

1. Ёшлар истеъмолчилик хулқига мамлакатимизда ва жаҳонда содир бўлган ижтимоий жараёнларнинг салбий таъсирини бартараф этиш ёки лоақал камайтириш учун уларнинг истеъмолчилик маданиятини юксалтириш тақазо қилинади. Бу мақсадга икки йўл билан эришиш мумкин: а) йигит ва қизларда оқилона эҳтиёжларни қарор топтиришга эътиборни қаратиш зарур; б) уларда соғлом турмуш тарзини қарор топтириш тақазо қилинади.

2. Ёшларда оқилона эҳтиёжларни қарор топтириш учун уларнинг эҳтиёжлари характерига таъсир кўрсатадиган омиллардан - ижтимоий институтлар, меҳнат жараёни ва ижтимоий муҳитнинг тарбиявий таъсиридан фойдаланмоқ керак.

3. Йигит ва қизларда оқилона эҳтиёжларни шакллантириш учун бу эҳтиёжлар динамикаси мониторинг қилиб борилмоғи, уларни шакллантиришга қаратилган тадбирлар ижтимоий институтлар тарбиявий фаолиятининг муҳим йўналишига айланмоғи даркор. Шунингдек, ёшларни иш билан

таъминлаш, меҳнат жамоаларидаги мақомини ошириш, маънавий эҳтиёжларини шакллантириш билан боғлиқ чоралар муҳим аҳамиятга эга.

4. Ёшларда соғлом турмуш тарзини қарор топтириш учун бу жараёнга таъсир кўрсатишга қодир бўлган қатор ижтимоий, инфраструктуравий, шахсий омиллардан мақсадга мувофиқ фойдаланиш зарур.

5. Йигит ва қизларнинг соғлом турмуш кечиришини таъминлаш учун уларда соғлом одат ва кўникмаларни тарбиялаш, жисмоний ва овқатланиш маданиятини ривожлантириш керак. Ёшларни бўш вақтдан унумли фойдаланишга, позитив фикр юритишга ўргатиш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Шунингдек, мавзуга доир тарғибот ва маърифий ишларни кучайтириш зарур.

ХУЛОСА

Диссертация интиҳосида қуйидаги хулосалар тақдим этилди:

1. *Истеъмолчилик хулқи* истеъмолчининг турли маҳсулот ва хизматларга бўлган эҳтиёжини қондириш, уларни истеъмол қилишдаги майлларини рўёбга чиқариш мақсадида табиий ва ижтимоий шарт-шароитларга мослашган ҳолда амалга оширган саъй-ҳаракатларидан таркиб топади.

2. Истеъмолчилик хулқи қатор маданий, ижтимоий, шахсий ва руҳий омиллар таъсирида кишилик жамиятининг турли даврларида турлича *амплуа* касб эта борган. Жумладан, қадимги дунёдаги истеъмолчилик хулқи асосий физиологик эҳтиёжларни қондиришга қаратилган бўлса, ўрта асрлардаги истеъмолчилик хулқи аграр характердалиги билан ажралиб турди. Ренессанс даври истеъмолчилик хулқи Шарқда нафсни жиловлаш, қаноатни пеша қилиш туйғуларига бўйсундирилган бўлса, Ғарбда индивидуалистик моҳият касб этди. Янги замонда истеъмолчилик хулқи рационалистик характерга эга бўлди. XIX асрнинг иккинчи ярми – XX асрнинг биринчи ярмидаги истеъмолчилик хулқи Ғарбда гедонизм ва истеъмолчилик кайфиятини ўзида мужассам қилди, Шарқда эса стандарт эҳтиёжларни қондиришга қаратилди.

3. *Постиндустриал жамият шароитида* жаҳонда содир бўлган иқтисодий ўсиш, маркетинг коммуникацияларининг мисли кўрилмаган даражада ривожланиши, истеъмолчилик ва хузур-ҳаловатни улуғловчи таълимотларнинг кўпайиши кишиларнинг истеъмол билан боғлиқ саъй-ҳаракатларига мутлақо янгича тус берди. Буни қуйидагиларда кўриш мумкин: а) истеъмол психологиясининг шаклланиши, истеъмолнинг шахс учун олий қадриятга айланиши; б) шахс ижтимоий мақоми, нуфузининг истеъмол қилаётган маҳсулотларига қараб белгиланиши; в) шахс эҳтиёжлари билан молиявий имкониятлари орасидаги мутаносибликнинг йўқолиши; г) шахс истеъмолчилик хулқининг гедонистик характер касб этиши; д) истеъмолчилик хулқининг конформистик хусусиятга эга бўлиши.

4. Ёшлар истеъмолчилик хулқи *қуйидаги хусусиятларга* эга: а) у шаклланиш жараёнида бўлган феномендир; б) йигит ва қизларнинг истеъмолчилик позицияси беқарордир; в) ёшларнинг истеъмол маҳсулотларини танлаш принциплари ўзгарувчандир; г) ёшлар истеъмолчилик хулқи максима-

листик характерга эга; д) унда скептик ёндашув устувор; е) унда янгилик ва инновацияларга мойиллик мавжуд.

5. *Ўзбекистоннинг* жаҳон ҳамжамиятига қўшилиши, унинг иқтисодий тараққиёти, оммавий ахборот воситалари ривожини, хорижий адабиёт ва санъат асарларига эътиборнинг кучайиши, маънавий маданият маҳсулларининг истеъмол ва тижорат маҳсулотига айланиши йигит ва қизлар истеъмолчилик хулқига жиддий таъсир кўрсатди. *Жаҳон* миқёсида эса йирик концерн ва компаниялар, фирма ва корхоналарнинг янги бозорлар очишга қаратилган саъй-ҳаракатлари, айрим сиёсий кучларнинг ўз мақсад ва манфаатларини тарғиб қилишда истеъмолга ундовчи гоё ва таълимотлардан фойдаланаётгани ёшларнинг истеъмолчилик борасидаги саъй-ҳаракатларини ўзгартирди.

6. Мазкур жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқига қонуний таъсири ҳам позитив, ҳам негатив жиҳатларига эга. Жумладан, ушбу жараёнлар таъсирида ёшларда янги ахборот воситаларига эга бўлиш ва ахборот технологияларини ўзлаштиришга бўлган иштиёқнинг кучайиши, сифатли маҳсулот ва хизматларга интилиш, ўзга миллат турмуш тарзига хос маҳсулотларга қизиқишнинг юзага келиши фақат *позитив характерга* эга. *Негатив таъсирни* қуйидагиларда кўриш мумкин: а) турли стереотипларга берилувчанлик қарор топмоқда; б) эҳтиёжлар билан имкониятлари орасидаги мутаносиблик бузилмоқда; в) моддий эҳтиёжлар устуворлиги кўзга ташланмоқда; г) иррационал эҳтиёжларни қондиришга интилиш кучаймоқда; д) гедонистик эҳтиёжлар устуворлик қилмоқда.

Ижтимоий жараёнларнинг ёшлар истеъмолчилик хулқига негатив таъсирини бартараф қилиш ёки лоақал камайитиришнинг икки йўли мавжуд. *Биринчидан*, йигит ва қизларда оқилона эҳтиёжларни қарор топтиришга эътиборни қаратиш зарур. *Иккинчидан*, ёшларда соғлом турмуш тарзини шакллантириш керак.

Йигит ва қизларда оқилона эҳтиёжларни қарор топтиришда қўл келадиган қуйидаги чораларни таклиф этамиз:

1. Йигит ва қизларнинг эҳтиёжлари динамикасини мониторинг қилиб боровчи таркибий тузилмани шакллантириш зарур. Бунинг учун: а) Вазирлар Маҳкамасининг қарори билан махсус ишчи гуруҳ тузиш; б) ишчи гуруҳ саъй-ҳаракатлари билан “Ёшлар эҳтиёжлари динамикасини мониторинг қилиш маркази” низомини ишлаб чиқиш, унинг таркибий тузилиши, ҳуқуқий мақоми, фаолиятининг молиявий манбалари ва услубиётини аниқлаш лозим; в) марказда тайёрланадиган таҳлилий материаллардан амалда фойдаланиш чораларини аниқлаш даркор.

2. Оқилона эҳтиёжларни шакллантиришга қаратилган тадбирларни ижтимоий институтлар тарбиявий фаолиятининг алоҳида йўналишига айлантириш лозим. Бунинг учун: а) ижтимоий институтларнинг бу борадаги вазифаларини аниқ белгилаш ва тақсимлаш керак; б) таълим муассасаларида таҳсил олаётган, турли меҳнат жамоаларида фаолият кўрсатаётган ёшлар учун оқилона ва нооқилона эҳтиёжларнинг моҳиятини очиқ беришга қаратилган маънавий тадбирлар миқдорини кескин ошириш зарур; в) бирор бир жамоага уюлмаган ёшларга мўлжалланган мавзуга доир рисоалар, буклетлар,

аудиодисклар, видеодисклар ва бошқа тарғибот материаллари тайёрлаш ва тарқатиш чораларини кўриш мақсадга мувофиқ; г) истеъмолчилик маданиятини шакллантиришга хизмат қиладиган материалларни ўзида мужассам қилган сайт ташкил қилиниши ҳам катта самара берган бўларди.

3. Ёшларни иш билан таъминлашга қаратилган чораларнинг ҳам йигит ва қизлар истеъмолчилик маданиятини юксалтиришга бевосита дахли бор. Бу борада: а) давлат раҳбари томонидан илгари сурилган ҳар бир туман ва шаҳар марказида Ёшлар тадбиркорлик кластерларини ташкил қилиш ғоясининг ҳаётга татбиқ этилишини жадаллаштириш ва кўламини кенгайтириш зарур; б) шаҳар ва туманларда ёшларга юридик, техник ва бошқа маслаҳат ёрдамлари кўрсатиш марказлари ташкил этилиши лозим; в) банкларнинг ёшларга кредитлар ажратиш талабларини кескин соддалаштириш зарур.

4. Ёшларнинг меҳнат жамоаларидаги мақомини ошириш чораларини кўриш керак. Бунинг учун: а) барча корхона ва ташкилотларда иқтидорли ёшларни раҳбар лавозимларига тайинлаш ишларини такомиллаштириш керак; б) Ўзбекистон ёшлар Иттифоқининг ижтимоий имкониятларига таянган ҳолда меҳнат жамоаларида ўз меҳнатига ижодий ёндашаётган йигит ва қизларни мунтазам рағбатлантириб бориш механизмининг жорий қилиш зарур.

5. Ёшларнинг маънавий эҳтиёжларини шакллантириш билан боғлиқ тадбирларга системавий тус бериш керак. Бунинг учун: а) ёшлар орасида маданият муассасалари фаолиятини тарғиб қилувчи тадбирлар сонини кескин кўпайтириш зарур; б) шаҳар ва туманларда ёш китобхонлар, ёш киносеварлар, ёш рассомлар, ёш ҳаваскор актерлар тўғарақларини ташкил қилиш, ёшларни улар фаолиятига жалб қилиш чораларини кўриш даркор.

Ёшларда соғлом турмуш тарзини шакллантиришга хизмат қиладиган қўйидаги чораларни тақлиф этамиз:

1. Ёшларда соғлом одат ва кўникмаларни тарбиялаш зарур. Бунинг учун: а) 2011 йилнинг 5 октябрида қабул қилинган “Алкоголь ва тамаки маҳсулотларининг тарқатилиши ҳамда истеъмол қилинишини чеклаш тўғрисидаги” Қонун ижросига эътиборни кучайтириш даркор; б) электрон сигаретлар, чилим, наркотик моддаларнинг янги авлоди, уларнинг инсон саломатлигига етказадиган зарари ҳақидаги ёшлар билимларини кенгайтиришга хизмат қиладиган рисола ва маълумотномалар нашрини кўпайтириш керак; в) оила ва таълим муассасаларининг соғлом турмуш тарзини шакллантириш борасидаги тарбиявий фаолияти самарасини ошириш тақазо қилинади.

2. Мавзуга бағишланган тарғибот ва маърифий ишларни кучайтириш керак. Бунинг учун: а) Республика Маънавият ва маърифат маркази, унинг вилоятлардаги бўлимларининг йиллик иш режасини тузаётганда ёшлар орасида соғлом турмуш тарзини тарғиб қилишга қаратилган тадбирлар фаолиятининг алоҳида йўналиши сифатида режалаштирилиши керак; б) Ўзбекистон Ёшлар иттифоқи, “Маънавият” нашриёти моддий-техника базаси имкониятларидан фойдаланган ҳолда соғлом турмуш тарзи асослари ва мезонларига бағишланган илмий-оммабоп рисолаларни муттасил нашр қилиб боришни йўлга қўйиш даркор.

3. Ёшлар орасида соғлом турмуш тарзини қарор топтириш учун уларнинг бўш вақтидан унумли фойдаланиш керак. Бунинг учун: а) ёшларнинг бўш вақти миқдорини аниқлаш методологияси ва механизмини такомиллаштириш зарур; б) ёшларни бўш вақтдан самарали фойдаланишга ундаш, бу вақтни соғлом турмуш тарзи кўникмаларини шакллантиришга буриб юбориш йўллари аниқлаш керак.

4. Овқатланиш маданиятини ривожлантириш керак. Бунинг учун: а) физиологларнинг овқатланиш маданиятига доир илмий ишларини йигит ва қизлар орасида кенг миқёсда тарғиб ва ташвиқ қилиш зарур; б) газета, журнал, радио ва телевидениеда овқатланиш маданиятига бағишланган материалларнинг мутахассислар томонидан узлуксиз олиб борилишини таъминлаш мақсадга мувофиқ.

5. Йигит ва қизларнинг жисмоний тарбия ва спорт билан шуғулланишларига доимий тус бериш керак. Бунинг учун: а) Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йилнинг 5 мартида қабул қилинган “Жисмоний тарбия ва спорт соҳасида давлат бошқаруви тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисидаги” Фармонининг жойлардаги ижросини такомиллаштириш зарур; б) Жисмоний тарбия ва спорт соҳасидаги мониторинг бошқармаси ёрдамида қишлоқлардаги жисмоний тарбия ва спорт тарғиботи аҳволини пухта ўрганиш ва унга системавий тус бериш керак.

6. Ёшларда позитив тафаккурни шакллантириш керак. Бунинг учун: а) таълим муассасаларида ижтимоий фанларни ўқитишда турли мавзуларни ёритиш орқали позитив тафаккурни ҳам шакллантириш асосий вазифалардан бири бўлмоғи даркор; б) оммавий ахборот воситалари орқали негатив ахборотлар тарқатиш амалиётига кескин чек қўйиш, позитив маълумот ва ахборотларни тарқатишга алоҳида эътибор беришга ҳам фурсат етди.

**НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2019.F.02.02
ПО ПРИСУЖДЕНИЮ УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ
САМАРКАНДСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ УНИВЕРСИТЕТЕ**

КАРШИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ХУДОЙБЕРДИЕВ ДИЛШОД МУРОДОВИЧ

**ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ У
МОЛОДЕЖИ: СОДЕРЖАНИЕ И ФОРМЫ, ПРИЧИНЫ И СЛЕДСТВИЯ**

09.00.04 – Социальная философия

**АВТОРЕФЕРАТ
ДИССЕРТАЦИИ НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА
ФИЛОСОФИИ (PhD) ПО ФИЛОСОФСКИМ НАУКАМ**

Тема диссертации на соискание ученой степени доктора философии (PhD) зарегистрирована Высшей аттестационной комиссией при Кабинете Министров Республики Узбекистан под номером B2018.1.PhD/Fal151.

Диссертация выполнена в Каршинском государственном университете.

Автореферат диссертации размещен на трех языках (узбекский, русский, английский (резюме) на веб-странице (www.samdu.uz), по адресу (www.ziyonet.uz) информационно-образовательного портала “ZiyoNet”.

Научный руководитель:

Чориев Санжарбек Анварович
доктор философских наук, профессор

Официальные оппоненты:

Бердимуратова Алима Карлыбаевна
доктор философских наук, профессор

Яздонов Улугбек Тошмуратович
доктор философских наук (DSc), доцент

Ведущая организация:

Самаркандский государственный институт иностранных языков

Защита диссертации состоится «__» _____ 2021 года в _____ часов на заседании Научного совета DSc.03/30.12.2019.F.02.02 по присуждению ученых степеней при Самаркандском государственном университете (Адрес: 140104, г. Самарканд, Университетский проспект, дом 15. Тел: (0366) 239-13-87, (0366) 239-11-40; факс: (8366) 239-11-40; e-mail: rektor@samdu.uz Исторический факультет Самаркандского государственного университета, 1-этаж, 105-аудитория).

С диссертацией можно ознакомиться в Информационно-ресурсном центре Самаркандского государственного университета (Зарегистрирован за номером ____). (Адрес: 140104, г. Самарканд, Университетский проспект, дом 15. Тел: (0366) 239-13-87, (0366) 239-11-40; факс: (0366) 239-11-40.)

Автореферат диссертации разослан «__» _____ 2021 года.
(Протокол рассылки от «__» _____ 2021 года за номером ____)

С.К.Каримов

Председатель научного совета
по присуждению ученых степеней,
доктор философских наук, доцент

Х.А.Джуракулов

Ученый секретарь научного совета
по присуждению ученых степеней,
доктор философии (PhD), по филос.н

Н.О.Сафарова

Заместитель председателя научного семинара
при научном совете по присуждению ученых степеней,
доктор философских наук, профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии (PhD))

Актуальность и востребованность темы диссертации. В мире новые глобальные изменения второй половины XX века и начала XXI-го века привели к появлению потребительского общества. Так, глобальный экономический рост, развитие постмодернистских маркетинговых коммуникаций и глобализация учений, мотивирующих личность на потребление сделали его высшей ценностью для человека. Эти факторы в корне меняют поведение молодежи в отношении потребительства. В связи с этим становится все более важным определить содержание и формы потребительского поведения современной молодежи, а также исследовать новые тенденции его развития.

В мировой науке научно-теоретические исследования потребительского поведения и культуры уже привлекает внимание научного сообщества. Особенно, экспертами в разных ракурсах изучаются содержание и характер потребления, особенности потребительского поведения личности, а также социальные, экономические, культурные и психологические факторы, влияющие на его формирование. Социальная потребность в изучении проблемы настолько высока, что требуется развитие теоретико-фундаментальных и практико-методологических основ исследования социально-экономических, социально-философских, социально-психологических и коммерческих аспектов темы. Посему возникает необходимость специально изучить процесс формирования, причины и последствия изменения потребительского поведения населения, в частности молодежи.

В нашей стране в процессе коренных реформ в социально-политической, духовно-просветительской, экономической, правовой сферах особое внимание уделяется вопросам формирования гармоничной молодежи. Потому что «в развитии любого общества решающее значение имеет формирование здорового и гармоничного молодого поколения, обеспечивающего его будущее».¹ Однако в наш XXI век данный вопрос приобрел особенное звучание. С этой точки зрения, как никогда важным становится проблема подготовки молодежи к общественной жизни через формирование их поведения и культуры, в частности потребительского поведения. Впрочем, на протяжении веков потребительское поведение молодежи формировалось на основе рациональных и этических критериев, чувств самоконтроля, самоудовлетворения, терпения и благодарности. Однако сегодняшние социальные процессы оказывают порой позитивное, порой негативное влияние на потребительское поведение молодежи. В связи с этим возникает необходимость научного анализа сути этой диалектической взаимосвязанности и поиска концептуальных решений.

Диссертация послужит выполнению задач, изложенных в Указах Президента Республики Узбекистан УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан», УП-5106

¹ Мирзиёев Ш.М. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Олий Мажлисга Мурожатномаси. Халқ сўзи. 2020 , 30 декабрь, № 276 (7778).

от 5 июля 2017 года «О повышении эффективности государственной молодежной политики и поддержке деятельности Союза молодежи Узбекистана», УП-1559 от 3 мая 2019 года «О дальнейшем усовершенствовании и повышении эффективности деятельности общественного центра «Духовность и просвещение», а также Постановлений Президента Республики Узбекистан ПП-3160 от 28 июля 2017 года «О повышении эффективности духовно-просветительской работы и подъеме развития отрасли на новый уровень», ПП-4307 от 3 мая 2019 года «О дополнительных мерах по дальнейшему углублению и повышению эффективности духовных и образовательных реформ» и других нормативно-правовых документов, связанных с этой деятельностью.

Соответствие исследования с приоритетными направлениями развития науки и техники республики. Диссертация выполнена в рамках приоритетного направления развития науки и техники в Республике Узбекистан 1. «Формирование системы социальных, правовых экономических инновационных идей информированного общества и демократического государства и пути их реализации».

Степень изученности проблемы. Тема исследования - одна из важнейших проблем социальной философии. По этой причине его изучали в различных ракурсах как в мире, так и в Узбекистане. В частности, в научных источниках, опубликованных зарубежом обращается внимание различным аспектам проблемы. Так, в работах К. Маркса А. Смита, Р. Самуэльсона, Д. Нордхауса,¹ И. Фишера, М. Фридмана рассматриваются особенности теории потребления, взаимосвязанность процесса потребления и труда, потребления и потребностей личности.

Другая группа исследователей подходит к проблеме с социально-философской и социологической точек зрения. Они показывают, что потребительское поведение связано с социально-экономическими условиями в обществе и социальным статусом личности. С этой точки зрения можно упомянуть научные труды Г. Зиммеля, Т. Веберлена, Дж. Бодрияра, Дж. Гэлбрейта.²

Другая категория научных источников состоит из исследований, изучающих потребительское поведение с социально-психологической точки зрения. В частности, в произведениях З. Фрейда, А. Маслоу³ исследуются причины возникновения мотивов, побуждающих личность к потреблению.

Существуют также научные источники, в которых проблема анализируется с коммерческой точки зрения. Например, в научных работах Ф. Котлера,⁴ Г. Силласте и других изучаются вопросы оперативного предложения товаров и услуг, отвечающих спросу населения.

В странах СНГ в последние годы также были опубликованы ряд достойных внимания работ. Так, в научной работе И.Важениной доказывается изменение потребительского поведения личности пропорционально его потребностям, в статье Е.Гарина раскрывается иерархия потребностей человека,

¹ Каранг: Самуэльсон П., Нордхаус Д. Экономика.- М.:Вильяме, 2015.

² Каранг: Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество.- М.:АСТ,2004.

³ Каранг: Маслоу А.Мотивация и личность.- СПб.: Евразия, 1999.

⁴ Каранг: Котлер Ф. Основы маркетинга.- М.: Вильяме, 2007.

в труде Д.Ермакова¹ потребительское поведение исследуется как своеобразная форма человеческого поведения.

В нашей стране изменения потребительского поведения человека XXI века также изучались с разных позиций. Так, в трудах исследователей М. Зияевой² и Д.Тожибоевой раскрываются социально-экономические аспекты потребительского поведения личности, философские, психологические, педагогические вопросы его управления, в монографиях Ф.Халдибековой³, Х. Шайховой, Г.Тиллаевой и И.Шодиматова обосновывается взаимосвязанность потребительского поведения личности с его образом жизни.

Однако проблема изучения содержания и особенностей потребительского поведения еще не снята с повестки дня. В частности, все более актуальным становится социально-философский анализ факторов и средств, которые приводят к появлению различных моделей потребительского поведения молодежи. Именно данное обстоятельство и определяет актуальность исследования.

Связь диссертационного исследования с планами научно-исследовательской деятельности вуза. Диссертация выполнена в рамках практического проекта № А-1-173 «Разработка технологии и методики формирования воспитания молодежи в духе общенациональных ценностей» на 2015-2017 годы в соответствии с планом научно-исследовательских работ Каршинского государственного университета.

Целью исследования является определение изменений в потребительском поведении молодежи путем исследования его содержания и формы и разработка рекомендаций по их устранению.

Задачи исследования:

определить философскую концептуальную структуру понятия «потребительское поведение» и его моделей;

обосновать амплуа потребительского поведения в разных периодах посредством периодизации процесса его формирования;

раскрыть социально-экономические, политические, духовные факторы, которые изменили содержание и особенности потребительского поведения молодежи в XXI веке;

проанализировать позитивные и негативные последствия влияния социальных процессов на потребительское поведение молодежи;

выявить путей повышения потребительской культуры молодежи Узбекистана и разработать рекомендации по теме.

Объект исследования связан с потребительским поведением современной молодежи, с процессом его формирования

¹ Каранг: Ермаков Д. Исследование потребителей и потребительское поведение// Право и государство: теория и практика, 2014, № С.144-154.

² Каранг: Зияева М. Истеъмолчиларнинг хулқ-атворини бошқариш усуллари// Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар, 2015, №6.

³ Каранг: Халдибекова Ф. Соғлом турмуш тарзи - жамиятимиз тараққитининг асосий омили.- Т.: Ўзбекистон, 2013.

Предметом исследования является негативное и позитивное влияние социальных процессов на потребительское поведение современной молодежи.

Методы исследования. В исследовании использованы методы анализа, обобщения, сравнения, систематизации, индукции, дедукции и аналогии.

Научная новизна исследовательской работы заключается в:

на основе принципа формирования нового человека раскрыты модели потребительского поведения личности "потребитель-выбирающий" и "потребитель-новатор" в условиях Узбекистана;

посредством требований социальных мер доказана приверженность динамичных свойств потребительского поведения молодежи к "принципу непрерывности" под влиянием социальных факторов;

на основе особенностей общей взаимосвязанности раскрыто позитивное и негативное влияние социальных процессов в мировом сообществе на потребительское поведение молодежи;

при помощи философских категорий причины и следствия, возможности и действительности обосновано проявление процесса формирования потребительского поведения личности в аграрном, индивидуалистическом, рациональном, гедонистическом, технологическом, информационном видах.

Практические результаты исследования заключаются в следующем:

выводы диссертации о концептуальной структуре и моделях потребительского поведения в современном социуме послужили теоретико-методологической основой научной констатации особенностей проявления проблемы в Узбекистане;

выводы научной работы о содержании, структурных компонентах, нюансах различных его моделей способствовали осуществлению воспитательной деятельности в соответствующем направлении среди юношей и девушек;

теоретические выводы о позитивном и негативном воздействии социальных процессов в мире и в Узбекистане на потребительское поведение молодежи послужили основой для разработки программы мероприятий, проводимых среди юношей и девушек;

на основе выводов исследования были разработаны комплекс мер и рекомендации по повышению потребительской культуры молодежи.

Достоверность результатов исследования обеспечена обращением к апробированным выводам авторитетных экспертов, опиранием на официальные данные Государственного комитета по статистике Республики Узбекистан, различных министерств и комитетов, изложением их в соответствии с принципами объективности и системности, подтверждением полученных результатов компетентными организациями.

Научная и практическая значимость результатов исследования. Научная значимость результатов исследования заключается в том, что они послужат обогащению научных представлений о содержании, формах и

современных моделях потребительского поведения молодежи, исследованию с научной позиции особенностей и путей повышения потребительского поведения юношей и девушек.

Практическая же значимость результатов исследования заключается в том, что изложенные в диссертации теоретические выводы и практические рекомендации, выдвинутые идеи могут быть использованы в практической деятельности Агентства по делам молодежи Республики Узбекистан, Совета по духовности и просвещению, высших и средне-специальных учебных заведений.

Внедрение результатов исследования. На основе исследования концептуальной структуры и моделей потребительского поведения, особенностей потребительского поведения современной молодежи потребителей, характера влияния на него социальных процессов:

рекомендации и предложения по определению концептуальной структуры, то есть составляющих его содержание элементов, моделей потребительского поведения в современном социуме были использованы в выполнении проекта фундаментального исследования OT-F8-022 «Влияние современной цивилизации на социальный облик человека» кафедры общественных наук Каршинского государственного университета за 2007-2011 годы (Справка Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан, 8 октября 2019 г., № 89-03-3779). Это послужило определению особенностей духовного облика личности;

рекомендации и предложения по исследованию содержания и форм, причин изменения потребительского поведения молодежи были использованы Кашкадарьинским областным советом Союза молодежи Узбекистана для разработки сценария мероприятия «Образование и специальность», проведенного в сентябре 2019 года в целях профориентации неработающей молодежи (Справка Центрального совета Союза молодежи Узбекистана от 04 октября 2019 г. № 04-13/4563). Материалы диссертации послужили теоретико-методологической основой достижения цели Союза Молодежи Узбекистана;

научно-обоснованные выводы о позитивном и негативном влиянии социальных процессов в Узбекистане на потребительское поведение молодежи были использованы для разработки сценариев программ мероприятий Республиканского центра духовности и просвещения на январь-февраль и сентябрь 2019 года на темы «Молодежь - наше будущее», «Спасите вашего ребенка», «Будь начеку: духовные угрозы» (Справка Республиканского центра духовности и просвещения № 03/011-1363 от 9 октября 2019 г.). Материалы диссертации послужили усовершенствованию потребительского поведения молодежи;

теоретические выводы о периодизации процесса формирования потребительского поведения, его амплуа в различных периодах использованы в подготовке сценариев телепередач Кашкадарьинской областной телерадиокомпании «Размышление» от 29 января 2019 года, «Тема дня» от 17 марта 2019 года, радиопередачи региональной радиостанции «Золотая долина»

«Актуальная тема» от 22 апреля 2019 года. (Справка Кашкадарьинской областной телерадиокомпании № 12-15-343 от 12 июля 2019 г.). Эти материалы диссертации послужили информированию широкой общественности о формировании потребительского поведения молодежи;

Апробация результатов исследования. Результаты этого исследования обсуждались на 2 международных и 9 республиканских научно-практических конференциях.

Опубликованность результатов исследования. По теме исследования было опубликовано 17 научных работ, в том числе 5 научных статей (4 в отечественных и 1 в зарубежных журналах) в научных изданиях, рекомендованных к публикации основных научных результатов диссертаций Высшей аттестационной комиссией Республики Узбекистан.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка использованных источников. Объем - 128 страниц.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** диссертации освещаются актуальность и необходимость исследования темы, ее соответствие основным приоритетным направлениям развития науки и техники республики, связь с научно-исследовательской деятельностью высшего учебного заведения, в котором выполняется диссертация, степень изученности проблемы, цель и задачи, объект и предмет, методы исследования. Также характеризуются научная новизна, практические результаты, достоверность и научно-практическая значимость результатов исследования.

Первая глава диссертации озаглавлена **«Потребительское поведение: социально-философский анализ»**, в котором анализируется содержание, структура и эволюция понятия «потребительское поведение».

Под *потребительским поведением* понимается совокупность действий личности для удовлетворения потребностей к различным товарам и услугам, осуществляемых адаптированно естественным и социальным условиям. Основными особенностями *потребительского поведения* являются:

потребительское поведение имеет конкретно-исторический характер, оно единой во все времена цели и устойчивых интересов; по мере изменения социальных условий, факторов и средств, влияющих на потребителя, меняются и цели и задачи потребительского поведения;

в определенный исторический период существуют не один, а несколько моделей потребительского поведения в зависимости от иерархии, демографической ситуации, классовой структуры, культурного уровня общества; эти модели состоят из совокупности общих и особенных элементов;

потребительское поведение имеет изменчивый и динамичный характер; как только появляется спрос на определенный товар, возникают и попытки удовлетворить эту потребность, исчезновение спроса приводит к утрате пропорциональных устремлений;

потребительское поведение состоит из синтеза рационального и чувственного, однако в большинстве случаев оно ориентировано на удовлетворение чувственных потребностей потребителя;

в структуре потребительского поведения приоритетное значение имеют действия, направленные на приобретение товаров массового потребления, превращенных в ценность; потребление оригинальных и уникальных товаров и услуг в потребительском поведении имеет второстепенное значение;

потребительское поведение развивается в отрыве от принципа преемственности, поскольку отсутствует механизм трансляции потребительских ценностей от поколения к поколениям; система потребностей и мотивов, содержащаяся в нем актуальна и значима лишь в конкретный период, после него она уступает место другим потребностям и побуждениям;

элементы потребительского поведения удовлетворяют жизненные и повседневные потребности потребителя, однако не способствуют его духовному росту, то есть не формирует убеждение, индивидуальные качества, гражданскую и жизненную позицию личности.

По словам профессора Ф.Котлера¹, выбор потребителем того или иного товара или услуги осуществляется под влиянием многих культурных, социальных, личностных и психологических факторов. Эти факторы формируют следующие *формы потребительского поведения*:² 1) потребитель выбирающий; 2) потребитель-исследователь; 3) потребитель-актуалайзер; 4) верящий потребитель; 5) достигающий потребитель; 6) стремящийся потребитель; 7) потребитель-экспериментатор; 8) выживающий потребитель; 9) потребитель-новатор; 10) благополучный потребитель; 11) потребитель-оптимист; 12) рассудительный потребитель.

В процессе своей эволюции потребительское поведение имело несколько *амплуа*. В частности, потребительское поведение человека древнего мира было сосредоточено на удовлетворение самых простых биологических потребностей, а в средние века оно приобрело аграрный характер. В эпоху Ренессанса потребительское поведение человека Востока характеризуется подчинением самоконтролю, удовлетворению, терпению и благодарности, то потребительское поведение человека Запада отличался индивидуалистической сущностью. В новое время на Западе сформировалось рациональное потребительское поведение. Социальный же упадок на Востоке сохранил средневековое потребительское поведение человека. Во второй половине IX - первой половине XX века амплуа потребительского поведения человека Запада характеризовался гедонизмом и потребительством, человека Востока – направленностью на удовлетворение стандартных потребностей.

Экономический рост в условиях постиндустриального общества, которое начало формироваться во второй половине XX века, стал причиной развития производства товаров массового потребления и торговой индустрии по их доставке к потребителю, и, как следствие, различные слои населения

¹ См.: Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс.- М.:Вильямс,2007.

² См.: Ермаков Д. Исследование потребителей и потребительское поведение // Право и государство: теория и практика, 2014, № С.144-154.

превратились в потребителей материальных благ. Развитие маркетинговых коммуникаций (реклама, технологии связи с общественностью, брендинг, паблисити, программы лояльности, директ-маркетинг, спонсорские мероприятия, побуждение к приобретению), распространение учений, возвеличивающих потребительство и гедонизм, привели к коренному изменению потребительского поведения.

По первой главе диссертации можно сделать следующие выводы:

1. Под потребительским поведением понимается совокупность действий личности для удовлетворения потребностей к различным товарам и услугам, осуществляемых адаптированно естественным и социальным условиям.

2. Потребительское поведение меняется в зависимости от культурных, социальных, личных и психологических факторов.

3. В процессе своей эволюции потребительское поведение личности имело разные амплуа.

4. Условия постиндустриального общества стали причиной следующих изменений в потребительском поведении личности: а) сформировалась потребительская психология, потребление стало высшей ценностью для личности; б) социальный статус и репутация человека стали определяться исходя из потребляемых им товаров; в) нарушился баланс между потребностями и финансовыми возможностями человека; г) потребительское поведение личности приобрело гедонистический характер; е) потребительское поведение личности стало более конформистским.

Вторая глава диссертации называется **«Причины и последствия изменения потребительского поведения у молодежи Узбекистана»**, в которой определяются особенности потребительского поведения молодежи, причины и последствия влияния на них социальных процессов.

Содержание потребительского поведения молодежи включает в себя следующие основные особенности: 1) потребительское поведение молодежи считается формирующимся феноменом; 2) потребительская позиция юношей и девушек отличается нестабильностью; 3) принципы выбора молодежью продуктов потребления имеют изменчивый характер; 4) потребительское поведение молодежи имеет максималистский характер; 5) потребительское поведение молодежи имеет скептический характер; 6) приверженность молодежи к новациям и инновациям отражается и на их потребительском поведении.

Процессы, происходящие в стране и в мире, радикально изменили потребительское поведение молодежи. В частности, *следующие процессы в нашей стране* повлияли на характер потребительского поведения юношей и девушек:

1. Процесс вхождения Узбекистана в мировое сообщество. Благодаря тому, что наша страна стала неотъемлемой частью мирового сообщества, в Узбекистане стали проявляться западные поведенческие виды, в частности, типы западного потребительского поведения.

2. Экономический рост в Узбекистане в годы независимости. Экономический рост привел к резкому изменению уровня жизни юношей и девушек,

семей, в которых они живут, а это придало иное содержание структуре товаров, потребляемых молодежью.

3. Беспрецедентное развитие средств массовой информации позволило молодежи ознакомиться с различными формами потребления.

4. Повышение внимания к произведениям зарубежной литературы и искусства. Подготовленные в западных странах литературные и художественные произведения, играют важную роль в внедрении в сознание юношей и девушек потребительское поведение, присущее развитым странам.

5. Превращение продуктов духовной культуры в товары потребления и коммерции. В условиях примата материального в мире в нашей стране элементы духовной культуры также приобретают коммерческий характер. В связи с этим молодежь привыкает воспринимать книги, фильмы и произведения изобразительного искусства как товары для потребления.

Потребительское поведение наших юношей и девушек меняется и под влиянием *мировых процессов и тенденций, а также социально-экономических и политических событий, происходящих в разных регионах*. Важными факторами изменения характера потребительского поведения молодежи в Узбекистане являются усилия крупных концернов и компаний, фирм и предприятий зарубежных стран, направленные на открытие новых рынков для своих товаров, использование возвеличивающих потребительство идей и учений определенными политическими силами для продвижения своих целей и интересов.

Происходящие в Узбекистане и мире социальные процессы оказали как позитивное, так и негативное влияние на потребительское поведение молодежи. Что касается *позитивных последствий* влияния социальных процессов на потребительское поведение молодежи, прежде всего следует отметить возникновение у нее желания усвоить новые средства информации и информационных технологий, усиление стремлений к высококачественным товарам и услугам, упрочение интереса к товарам, свойственным к образу жизни и культуре других наций.

Однако из-за того, что принципы гуманизма и просвещения не всегда имеют первостепенное значение в социальных процессах, происходящих в человеческом обществе, все более усиливается *негативное влияние* мировых событий на потребительское поведение юношей и девушек. В частности, под влиянием социальных процессов в потребительском поведении молодежи укрепляется приверженность к различным стереотипам, нарушается баланс между потребностями и возможностями, бросаются в глаза приоритеты материальных потребностей, усиливается стремление удовлетворить иррациональные и гедонистические потребности.

По второй главе диссертации можно сделать следующие выводы:

1. Потребительское поведение молодежи имеет ряд своеобразных атрибутов.

2. Потребительское поведение молодежи меняется под влиянием следующих процессов в Узбекистане: а) интеграция страны в мировое сообщество; б) экономический рост; в) развитие средств массовой информации; г)

повышенное внимание к зарубежной литературе и произведениям искусства; д) превращение продуктов духовной культуры в товары потребления и коммерции.

3. На потребительское поведение молодежи влияют следующие процессы, происходящие в мире: а) усилия крупных корпораций и компаний, фирм и предприятий по открытию новых рынков; б) использование возвышающих потребительство идей и учений определенными политическими силами для продвижения собственных целей и интересов.

4. Процессы, происходящие в Узбекистане и во всем мире, оказывают закономерное и систематическое, позитивное и негативное влияние на потребительское поведение молодежи.

В третьей главе диссертации, озаглавленной **«Пути повышения потребительской культуры молодежи в Узбекистане»**, рассуждается о некоторых недостатках в потребительском поведении молодежи и путях их преодоления, выдвигаются ряд практических рекомендаций.

Социальная действительность ставит на повестку дня вопрос об устранении сформировавшихся под воздействием различных социальных процессов недостатков в потребительском поведении юношей и девушек, повышении их потребительской культуры. Потребительская культура - это совокупность знаний, ценностей, норм и принципов, связанных с потреблением. Проблемы повышения потребительской культуры молодежи связано с потребностями личности. Поскольку потребительское поведение, прежде всего, совокупность действий, основанных именно на потребностях и предпочтениях человека. Изменение и рационализация этого источника неизбежно повысит потребительскую культуру юношей и девушек. *Для формирования у юношей и девушек рациональных потребностей* необходимо обратить внимание на следующие меры:

1. Следует сформировать структурную единицу для мониторинга динамики потребностей юношей и девушек. Деятельность этой структуры позволит скрупулезно определить содержание, форму и характер потребностей современной молодежи, проанализировать соответствие потребностей молодежи с ее возможностями.

2. Формированию рациональных потребностей должна стать отдельным направлением воспитательной деятельности социальных институтов. Как известно, в нашем обществе различные социальные институты оказывают значительное воспитательное воздействие на сознание и поведение молодежи. Однако развитие рациональных потребностей юношей и девушек до сих пор не превратилось в отдельное направление воспитательной деятельности.

3. В повышении потребительской культуры особое значение имеет меры по обеспечению занятости молодежи. Постоянная занятость молодых людей сможет укрепить баланс между их потребностями и финансовыми возможностями. Такое соответствие является мощным фактором повышения потребительской культуры молодежи.

4. Необходимо принимать меры по повышению статуса молодежи в трудовых коллективах. Темпы роста статуса молодежи отстают от темпов роста их потребностей. Конечно, невозможно достичь абсолютного баланса в этом отношении. Однако, повысив статус юношей и девушек в трудовых коллективах, можно расширить их возможности для удовлетворения своих потребностей.

5. Следует дать системный характер мероприятиям, связанным с формированием духовных потребностей молодежи. В системе потребностей современной молодежи духовные потребности не имеют первостепенное значение. Недостатки в деятельности учреждений культуры, направленных на удовлетворение духовных потребностей, лишь усугубляют сложившуюся ситуацию.

Однако для повышения потребительской культуры молодежи недостаточно лишь формирование рациональных потребностей. Для этого необходимо также изменить трудовую (или образовательную) деятельность, быт, социальную деятельность, характер, привычки, образ мысли юношей и девушек. Другими словами, формирование культуры потребления диалектически связано с *образом жизни молодых людей*. Потому что, если поведение, мышление и общение человека не опираются на целенаправленную систему ценностей, то его потребительская культура будет низкой. Следовательно, чтобы поднять потребительскую культуру молодежи на новый уровень, необходимо изменить их образ жизни, качественно улучшить его. Мы в список задач и мер по их выполнению включаем следующее:

1. Задача формирования здоровых привычек и навыков у молодежи остается актуальной. Устранение недостатков, которые негативно влияют на здоровье молодых людей, формирование здоровых привычек и навыков являются основными факторами формирования здорового образа жизни.

2. Необходимо усилить пропаганду и просветительскую работу по теме. Повышение эффективности пропаганды здорового образа жизни и просветительских работ по его содержанию помогут улучшить качество жизни и деятельности юношей и девушек.

3. Формирование у молодежи здорового образа жизни требует эффективного использования свободного времени. Решение этой проблемы создало бы реальные возможности для побуждения юношей и девушек к здоровому образу жизни. Потому что молодой человек или девушка, привыкший тратить свое свободное время на достижение духовной зрелости, способен уделить время и на ознакомление с основами здорового образа жизни, и на усвоение здоровых привычек и навыков.

4. Следует развивать культуру питания. Организация процесса питания юношей и девушек на основе научных критериев является важным шагом на пути к здоровому образу жизни. Кроме того, высокая культура питания стимулирует молодых людей к выбору товаров на основе здоровых потребностей, к их целенаправленному использованию.

5. Необходимо дать системный характер занятиям юношей и девушек физическим воспитанием и спортом. В развитых странах, благодаря усилиям

правительства и институтов гражданского общества, физическое воспитание и спорт стали общенациональным движением. Имеется также значительный опыт преобразования существующей спортивной инфраструктуры в структуру общественного пользования, которая позволяет эффективно и результативно управлять ею. Этот опыт и результаты должны стать конечной целью наших усилий по пропаганде здорового образа жизни для молодежи.

6. Следует формировать позитивное мышление у молодежи. Молодежь, чтобы вести здоровый образ жизни, прежде всего должна иметь позитивное мышление. Позитивное мышление даёт возможность преследовать гуманистическим целям, правильно определить индивидуальные потребности и рациональные пути их удовлетворения.

По третьей главе диссертации можно сделать следующие выводы:

1. Для устранения или хотя бы уменьшения негативного влияния происходящих в нашей стране и мире социальных процессов на потребительское поведение молодежи необходимо повышать потребительскую культуру юношей и девушек. Эта цель может быть достигнута двумя способами: а) следует обратить внимание на формирование у молодежи рациональных потребностей; б) необходимо формирование у молодежи здорового образа жизни.

2. Для формирования рациональных потребностей у молодых людей необходимо использовать факторы, влияющие на характер их потребностей – воспитательное воздействие социальных институтов, процесса труда и социальной среды.

3. Для утверждения рациональных потребностей у молодежи необходим постоянный мониторинг их динамики, а мероприятия по их формированию должны стать важным направлением воспитательной деятельности социальных институтов. Также, важны меры, связанные с обеспечением занятости молодых людей, повышением их статуса в трудовом коллективе, формированием их духовных потребностей.

4. Для формирования здорового образа жизни у молодежи необходимо целенаправленное использование ряда социальных, инфраструктурных и личностных факторов.

5. Для обеспечения здорового образа жизни у юношей и девушек необходимо развивать здоровые привычки и навыки, физическую культуру и культуру питания. Важное значение имеет эффективное использование свободного времени и формирование позитивного мышления. Также, необходимо усилить пропагандистскую и просветительскую работу по теме.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В конце диссертации сделаны следующие выводы:

1. Под *потребительским поведением* понимается совокупность действий личности для удовлетворения потребностей к различным товарам и услугам, осуществляемых адаптированно естественным и социальным условиям.

2. Потребительское поведение под влиянием ряда культурных, социальных, личных и психологических факторов в разное время имело различные *амплуа*. В частности, потребительское поведение в древнем мире было направлено на удовлетворение основных физиологических потребностей, тогда как средневековое потребительское поведение характеризовалось аграрным характером. Потребительское поведение эпохи Ренессанса на Востоке было подвержено чувствам самоконтроля, удовлетворенности, терпения и благодарности, тогда как на Западе оно приобрело индивидуалистический характер. В Новое время поведение потребителей стало более рациональным. Потребительское поведение во второй половине XIX и первой половине XX веков характеризовалось потребительством и гедонизмом на Западе, а на Востоке сосредоточился на удовлетворении стандартных потребностей.

3. В условиях *постиндустриального общества* экономический рост, беспрецедентное развитие маркетинговых коммуникаций, распространение учений, возвеличивающих потребительство и гедонизм дали совершенно новое измерение усилиям людей, связанных с потреблением. Это можно увидеть в: а) формировании потребительской психологии, превращении потребления в высшую ценность для личности; б) определении социального статуса человека исходя из потребляемых им товаров; в) отсутствии баланса между потребностями и финансовыми возможностями человека; г) гедонистическом характере потребительского поведения личности; д) конформационном характере потребительского поведения.

4. Потребительское поведение современной молодежи имеет следующие черты: а) оно является формирующимся феноменом; б) потребительская позиция юношей и девушек нестабильна; в) принципы выбора потребительских товаров изменчивы; г) потребительское поведение молодежи носит максималистский характер; е) потребительское поведение молодежи носит скептический характер; е) имеет приверженность к новациям и инновациям.

5. Вступление *Узбекистана* в мировое сообщество, его экономическое развитие, развитие средств массовой информации, повышенное внимание к зарубежной литературе и искусству, а также превращение продуктов духовной культуры в потребительские и коммерческие продукты оказали значительное влияние на потребительское поведение молодежи. На мировом уровне усилия крупных концернов и компаний, фирм и предприятий по открытию новых рынков, а также использование некоторыми политическими силами идей и учений, возвеличивающих потребительство, изменили потребительские устремления молодых людей.

6. Закономерное влияние этих процессов на потребительское поведение молодежи имеет как позитивный, так и негативный характер. В частности, усиление у молодых людей стремлений усвоить новые средства информации и информационных технологий, стремлений к высококачественным продуктам и услугам, интереса к товарам, отражающим образ жизни и культуру

других наций, имеет *позитивный характер*. *Негативное же влияние* можно увидеть в: а) появлении приверженности к различным стереотипам; б) нарушении баланса между потребностями и возможностями; в) приоритете материальных потребностей; г) усилении стремлений на удовлетворение иррациональных потребностей; д) преобладании гедонистических потребностей.

Существует два пути устранения или хотя бы уменьшения последствий негативного влияния социальных процессов на потребительское поведение молодежи. Во-первых, важно обратить внимание на формирование рациональных потребностей юношей и девушек. Во-вторых, необходимо формировать у молодежи здоровый образ жизни.

Для формирования рациональных потребностей у юношей и девушек предлагаем следующие меры:

1. Необходимо формирование структурного подразделения для мониторинга динамики потребностей юношей и девушек. Для этого следует: а) создание специальной рабочей группы по решению Кабинета министров; б) разработка за счет усилий рабочей группы Положения «О Центре мониторинга динамики потребностей молодежи», определение структуры, правового статуса, источников финансирования; в) определение мер по практическому использованию аналитических материалов, подготавливаемых Центром.

2. Меры по формированию разумных потребностей должны составлять отдельное направление воспитательной деятельности социальных институтов. Для этого: а) обязанности социальных институтов в этой сфере должны быть четко определены и распределены; б) необходимо резко увеличить число духовно-просветительских мероприятий, направленных на выяснение сути рациональных и нерациональных потребностей, для молодых людей, обучающихся в учебных заведениях и работающих в различных трудовых коллективах; в) целесообразно подготовка и распространение тематических брошюр, буклетов, аудиодисков, видеодисков для неорганизованной молодежи; г) имеет смысл и создание веб-сайта, объединяющего материалы по формированию потребительской культуры.

3. Непосредственное отношение к развитию потребительской культуры имеют меры по обеспечению занятости молодежи. В связи с этим: а) необходимо ускорить и расширить реализацию предложенной Президентом страны идеи создания Молодежных бизнес-кластеров в каждом районе и городе; б) следует организовать Центры правовой, технической и другой консультативной помощи молодежи в городах и районах; в) необходимо существенно упростить требования банков по предоставлению кредитов молодежи.

4. Должны быть приняты меры по повышению статуса молодежи в трудовых коллективах. Для этого: а) необходимо совершенствовать процесс назначения талантливой молодежи на руководящие должности во всех предприятиях и организациях; б) целесообразно внедрить механизм

регулярного поощрения юношей и девушек, творчески подходящих к своей работе в рабочей силе.

5. Требуется систематизировать меры по формированию духовных потребностей молодых людей. Для этого: а) необходимо резко увеличить количество мероприятий по продвижению учреждений культуры среди молодежи; б) следует создать клубы для молодых читателей, молодых кинематографистов, молодых художников, молодых актеров-любителей в городах и районах и вовлечение молодежи в их деятельность.

Для формирования здорового образа жизни у молодежи предлагаем следующие меры:

1. Необходимо развивать здоровые привычки и навыки у молодежи. Для этого: а) следует усилить внимание на реализацию Закона «Об ограничениях на распространение и употребление алкоголя и табака», принятого 5 октября 2011 года; б) необходимо увеличение количества публикаций брошюр и справочников, призванных помочь молодым людям узнать о вреде электронных сигарет, чилим, наркотиков нового поколения; в) необходимо повысить эффективность воспитательной деятельности семьи и учебных заведений по пропаганде здорового образа жизни.

2. Следует усилить пропагандистскую и просветительскую деятельность по теме. Для этого: а) при составлении годового плана работы Республиканского центра духовности и просвещения и его региональных отделений мероприятия по пропаганде здорового образа жизни среди молодежи следует планировать как отдельное направление деятельности; б) необходимо увеличение количества научно-популярных брошюр об основах и критериях здорового образа жизни, при этом целесообразно было бы использование материально-технической базы молодежных организаций Узбекистана и Издательского дома «Манавият».

3. Для формирования здорового образа жизни среди молодежи требуется эффективное использование свободного времени. Для этого: а) необходимо усовершенствовать методологию и механизм определения количества свободного времени молодежи; б) важно найти способы поощрить молодых людей эффективно использовать свой досуг и посвятить свое время здоровому образу жизни.

4. Следует развивать культуру питания. Для этого: а) необходимо широко пропагандировать среди молодежи научные труды физиологов по культуре питания; б) целесообразно организация регулярных телерадиопередач и статей специалистов о культуре питания.

5. Необходимо уделять постоянное внимание физическому воспитанию юношей и девушек. Для этого: а) необходимо усовершенствовать выполнение Указа Президента Республики Узбекистан от 5 марта 2018 года «О мерах по коренному совершенствованию системы государственного управления в сфере физического воспитания и спорта» на местах; б) с помощью Управления мониторинга физической культуры и спорта необходимо изучить и

систематизировать состояние пропаганды физической культуры и спорта в сельской местности.

6. Необходимо сформировать позитивное мышление у молодежи. Для этого: а) формирование позитивного мышления должно стать одной из основных задач преподавания общественных наук в образовательных учреждениях; б) настало время положить конец практике распространения негативной информации через СМИ, уделить особое внимание распространению позитивной информации.

**SCIENTIFIC COUNCIL ON AWARD OF SCIENTIFIC DEGREE
DSc.03/30.12.2019.F.02.02 SAMARKAND STATE UNIVERSITY**

KARSHI STATE UNIVERSITY

KHUDOYBERDIYEV DILSHOD MURODOVICH

**THE FORMATION OF CONSUMER BEHAVIOR AMONG YOUNG
PEOPLE: CONTENT AND FORMS, CAUSES AND CONSEQUENCES**

09.00.04 – Social philosophy

**DISSERTATION ABSTRACT
OF THE DOCTOR OF PHILOSOPHY (PhD) ON PHILOSOPHICAL SCIENCES**

Samarkand – 2021

The theme of doctor of philosophy degree (PhD) of philosophical sciences was registered at the Supreme Attestation Commission at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan under number B2018.1.PhD/Fal151.

The dissertation has been prepared at Karshi state university.

The abstract of the dissertation is posted in three (Uzbek, Russian, English (resume)) languages on the website (www.samdu.uz) and on the website of "ZiyoNet" information and educational portal (www.ziynet.uz).

Scientific consultant:

Choriyev Sanjarbek Anvarovich
Doctor of Sciences (Philosophy), professor

Official opponents:

Berdimuratova Alima Karibayevna
Doctor of Sciences (Philosophy), professor

Yazdonov Ulugbek Toshmurotovich
Doctor of Sciences (Philosophy), docent

Leading organisation:

Samarkand State institute of Foreign Languages

The defense of the dissertation is held at ____ on «__» _____ 2021 at the meeting of the Scientific Council at the Scientific Council DSc.03/30.12.2019.F.02.02 at Samarkand State University. (Address: 140104, 15 University boulevard, Samarkand city. Telephone numbers.: (0366) 239-13-87, 239-11-40; fax: (8366) 239-11-40; e-mail: rektor@samdu.uz. cabinet 105, grand floor, the department of History, Samarkand State University).

The dissertation can be taken from the Information Resource Centre of Samarkand State University (It is recorded under № ____) (Address: 140104, University Square, Samarkand city. Phone.: (0366) 239-13-87, 239-11-40; fax: (0366) 239-11-40.)

The abstract of the dissertation is distributed on "____" _____ 2021.
Protocol at the register № ____ dated "____" ____ 2021.)

S.K.Karimov

Chairman of the Doctoral Degree
Awarding Scientific Council,
Doctor of Sciences (Philosophical), docent

H.A.Djurakulov

Secretary of the Doctoral Degree
Awarding Scientific Council,
Doctor of Philosophy (PhD)

N.O.Safarova

Vice-chairman of the Scientific Seminar at the
Doctoral Degree Awarding Scientific Council,
Doctor of Sciences (Philosophical), professor

INTRODUCTION (abstract of PhD dissertation)

The aim of the research work is the aim of the study to determine changes in consumer behavior of young people by studying its content and form developing recommendations for their elimination.

The object of the research work - the object of the research is connected to the consumer behavior of modern youth, with the process of its formation.

The scientific novelty of the research work is as follows:

consumer models of human consumer behavior “prone to choice” and “prone to innovation” in the condition of Uzbekistan are revealed on the basis of the principle of formation of new personality;

It has been proved on the basis of the requirements of social norms that the dynamic features of consumer behavior in young people are subject to " the principle of continuity" under the influence of social factors;

The positive and negative effect of social processes on the consumer behavior of young people in the world community is revealed on the basis of the general relevance of philosophy;

The evolution of consumer behavior of the person is based on the use of philosophical categories such as reason and consequence, opportunity and reality, which are manifested in such manifestations as agrarian, individualistic, rational, hedonistic, technological, information consumption.

Implementation of research results. Based on the study of the conceptual structure and models of consumer behavior, the characteristics of consumer behavior of modern youth consumers, the nature of the influence of social processes on him:

recommendations and suggestions for defining the conceptual structure, that is, the elements that make up its content, models of consumer behavior in modern society were used in the implementation of the fundamental research project OT-F8-022 "Influence of modern civilization on the social appearance of a person" Department of Social Sciences of Karshi State University for 2007-2011 (Reference of the Ministry of Higher and Secondary Specialized Education of the Republic of Uzbekistan, October 8, 2019, No. 89-03-3779). This served to determine the characteristics of the spiritual appearance of the individual;

recommendations and suggestions for researching the content and forms, reasons for changing consumer behavior of youth were used by the Kashkadarya Regional Council of the Youth Union of Uzbekistan to develop a scenario for the Education and Specialty event held in September 2019 in order to provide career guidance to unemployed youth, projects of Caravan education ”,“ School-University-Enterprise ”,“ We are for a healthy lifestyle ”(Reference from the Central Council of the Youth Union of Uzbekistan dated October 04, 2019 No. 04-13 / 4563). The materials of the dissertation served as a theoretical and methodological basis for achieving the goal of the Union of Youth of Uzbekistan;

scientifically grounded conclusions about the positive and negative impact of social processes in Uzbekistan on the consumer behavior of young people were used to develop scenarios for the programs of events of the Republican Center for

Spirituality and Education for January-February and September 2019 on the themes “Youth is our future”, “Save your child ”, “ Be on the lookout: spiritual threats ”(Certificate of the Republican Center for Spirituality and Education No. 03 / 011-1363 of October 9, 2019). The materials of the dissertation served to improve the consumer behavior of young people;

theoretical conclusions about the periodization of the process of formation of consumer behavior, its role in different periods were used in the preparation of the scripts for TV programs of the Kashkadarya regional television and radio company "Reflection" dated January 29, 2019, "Topic of the day" dated March 17, 2019, radio broadcasts of the regional radio station Valley ”“ Hot Topic ”dated April 22, 2019. (Certificate of the Kashkadarya regional television and radio company No. 12-15-343 dated July 12, 2019). These materials of the dissertation served to inform the general public about the formation of consumer behavior among young people;

The structure and volume of the dissertation. The dissertation consists of three chapters, the list of literature, and appendix. The total amount is 128 pages.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ
СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ
LIST OF PUBLISHED WORKS

I бўлим (I часть; I Part)

1. Khudoyberdiyev D.M. The factors serving to form personal consumptive conduct // Theoretical & Applied Science.- Philadelphia, USA. 2019. - №4 (72). - P.489-492 (№2, JIF:1.5, №22: ISRA 4.971).

2. Худойбердиев Д.М. Истеъмолчилик кайфияти // ҚарДУ хабарлари. - Қарши, 2016.- №3.- Б.58-61 (09.00.00; №25).

3. Худойбердиев Д.М. Истеъмолчилик психологияси: шаклланиш тарихи // ҚарДУ хабарлари. - Қарши, 2017.- №2. - Б.90-94 (09.00.00; №25).

4. Худойбердиев Д.М. Шахс истеъмолчилик хулқи ва унинг кўринишлари // ҚарДУ хабарлари.- Қарши, 2019.- №1.- Б. 105-108 (09.00.00; №25).

5. Худойбердиев Д.М. Шахс истеъмолчилик хулқини шакллантирувчи омиллар // Имом Бухорий сабоқлари.- Самарқанд, 2019.- №2. - Б.95-98 (09.00.00; №14).

6. Худойбердиев Д.М. Потребительское настроение: причины и последствия // Научное пространство: актуальные вопросы, достижения и инновации. Мат.межд. научно-практ. конф.- Анапа, 2019. - С.22-27.

7. Худойбердиев Д.М. Потребительская культура // Мат. XXIII межд. научно-практ. конф. “Eurasia Science”.- М.: 2019. - С.95-98.

8. Худойбердиев Д.М. Таълим ва тарбия жараёнида ёшларни истеъмолчилик кайфиятидан химоялаш муаммолари // Таълим тизимида инновацион ғоялар ва технологиялар: муаммо ва ечимлар. Республика илмий-амалий конференция материаллари. - Қарши, 2018.- Б.33-35.

9. Худойбердиев Д.М. Истеъмолчилик маданияти // Ҳаракатлар стратегиясининг миллий ғоя, асосий тушунча ва тамойиллари ривожланишига таъсири. Республика илмий-амалий конференция материаллари. - Қарши, 2019. - Б.164-167.

10. Худойбердиев Д.М. XIX асрнинг иккинчи ярми – XX асрнинг биринчи ярмидаги тарихий жараёнларнинг шахс истеъмолчилик хулқига таъсири // “Ўзбекистон тарихи” фани ва илмий тадқиқотларидаги инновацияларни ўқув жараёнига жорий этишнинг долзарб масалалари. Республика илмий-амалий конференция материаллари. - Қарши, 2019. - Б.105-108.

II бўлим (II часть; II Part)

11. Худойбердиев Д.М. Оммавий маданият ва унинг хусусиятлари // ҚарДУ хабарлари.- Қарши, 2014.- №4.- Б. 75-78.

12. Худойбердиев Д.М. Оммавий маданиятнинг шаклланиш босқичлари // Постмодерн жамият ва инсон муаммолари. Республика илмий-назарий конференция материаллари.- Қарши, 2015.- Б.161-164.

13. Худойбердиев Д.М. Ўзбекистонда замонавий оммавий маданиятнинг тарқалиш сабаблари // Илм-фан ва инновация. Республика илмий-амалий конференция материаллари.- Қарши, 2015.- Б.170-175.

14. Худойбердиев Д.М. “Оммавий маданиятнинг” шахсга салбий таъсирини камайтириш йўллари // XXI аср – интеллектуал авлод асри. Республика илмий-амалий конференция материаллари.- Қарши, 2015.- Б. 240-245.

15. Худойбердиев Д.М. Глобаллашув шароитида маънавий таълим-тарбия системасини такомиллаштириш зарурияти // Глобаллашув жараёнида инновацион педагогик технология - таълим-тарбия самарадорлигини оширишнинг муҳим ижтимоий омили. Республика илмий-амалий конференция материаллари.- Қарши, 2016.- Б.136-139.

16. Худойбердиев Д.М. Ислом Каримов ёшларда маънавий маданиятни шакллантириш зарурияти ҳақида // Ислом Каримов сабоқлари. Республика илмий-амалий конференция материаллари.- Қарши, 2017.- Б. 267-269.

17. Худойбердиев Д.М. Мафкуравий таҳдидларнинг маънавий тарбияга таъсири // Мустақиллик йилларида ижтимоий-гуманитар фанлар тизимининг такомиллашуви. Республика илмий-амалий конференция материаллари.- Қарши, 2019.- Б. 36-39.

Автореферат Самарқанд давлат университетининг
“СамДУ илмий тадқиқотлар ахборотномаси” журнали таҳририятида
тахрирдан ўтказилди (05.05.2021 йил).

2021 йил 6 майда босишга рухсат этилди:
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60×84_{1/16}.
“Times” гарнитураси. Офсет босма усули.
Ҳисоб-нашриёт т.: 2,8. Шартли б.т. 2,5.
Адади 100 нусха. Буюртма № 06/05.

СамДЧТИ нашр-матбаа марказида чоп этилди.
Манзил: Самарқанд ш, Бўстонсарой кўчаси, 93.