



№ 1

«INSON KAPITALI VA IJTIMOIY RIVOJLANISH»

«HUMAN CAPITAL AND SOCIAL DEVELOPMENT»
«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ»

ISSN: 3030-3672



Google
scholar



Volume 1, Issue 1, 2021



SCAN ME

Samarqand_2021

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
ШАРОФ РАШИДОВ НОМИДАГИ САМАРҚАНД
ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**



I СОН

**Инсон капитали ва ижтимоий ривожланиш
журнали**

Journal Human capital and social development

**Журнал Человеческий капитал и социальное
развитие**

**«ИНСОН КАПИТАЛИ ВА ИЖТИМОЙ РИВОЖЛАНИШ»
«HUMAN CAPITAL AND SOCIAL DEVELOPMENT»
«ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ»
ЖУРНАЛИ**

Бош муҳаррир: т.ф.д., проф. Халмурадов Рустам Ибрагимович

Бош муҳаррир ўринбосари: ф-м.ф.н., доц. Хушвақтов Ҳаким

Абдилҳақович

Котиб: и.ф.н., доц. Усманова Дилафруз Каршиевна

Техник муҳаррир: PhD, доц. Насимов Икром Хусанович

ТАҲРИРИЯТ КЕНГАШИ

ЎзФА академиги, и.ф.д., проф. Абдурахмонов Қаландар Ходжаевич

ЎзФА академиги, и.ф.д., проф. Гуломов Саидахрор Саидахмедович

и.ф.д., проф. Нехода Евгения Владимировна (Россия)

и.ф.д., проф. Зенченко Светлана Вячеславовна (Россия)

и.ф.д., проф. Недоспасова Ольга Павловна (Россия)

PhD, professor Ian Patterson (Австралия)

PhD, associate professor Slawomir J. Wroblewski (Польша)

и.ф.д., проф. Холмўминов Шайзоқ Рахматович

и.ф.д., проф. Пардаев Мамаюнус Қаршибоевич

и.ф.д., проф. Мухаммедов Мурод Мухаммедович

и.ф.д., проф. Мирзаев Кулмамат Жонузокович

и.ф.д., проф. Сафаров Баходир Шахриёрович

и.ф.д., проф. Хомитов Комил Зоитович

и.ф.д., проф. Бобаназарова Жамила Холмурадовна

и.ф.д., проф. Насимов Дилмурод Абдуллоевич

и.ф.н., проф. Асланова Дилбар Хасановна

PhD, доц. Джуракулов Шохрух Давронович

и.ф.н., доц. Кривокора Евгения Ивановна (Россия)

и.ф.н., доц. Юлдашев Шамсиддин Қиёмиддинович

и.ф.н., доц. Низамов Ахтам Нуъмонович

и.ф.н., доц. Бозоров Бердимурод Улуғмуродович

и.ф.н., доц. Бобоқулов Баҳромкул Маматкулович

19. Report on Human Development in the Russian Federation 2010. // Federal State Statistics Service [site]. URL: <http://www.undp.ru> (date accessed: 19.08.2012)
20. Russian Federation Human Development Report 2011 / Ed. AA Auzana, S.N. Bobylev. -М.: UNDP in RF, 2011. -- 146 p.
21. Dokuchaev, D. Poverty is not a threshold [Electronic resource] / D. Dokuchaev // New time. - 2012. - No. 21 (249). - June 18th.
22. URL: <http://newtimes.ru/articles/detail/53575/> (request date: 14.09.2012)
23. Dunaeva, N., Salakhutdinov, R. Effective employment of Russian youth is a strategic problem / N. Dunaeva, R. Salakhutdinov // Man and labor. - 2010. -№2. - S.19-23.
24. Zaslavskaya, T.I. New data on the income of Russians / T.I. Zaslavskaya // Economic and social changes: monitoring public opinion. - 1995. - No. 4. - P.7-16.
25. Zaslavskaya, T.I. New data on the income of Russians / T.I. Zaslavskaya // Society and Economy. - 1995. - No. 6. - S.26-48.
26. Zaslavskaya, T.I. Social transformation of the Russian society / T.I. Zaslavskaya. - М.: Delo, 2002. -- 568 p.
27. Zubova, JL, Kovaleva, N., Khakhulina, JL. Poverty in the new economic conditions / L. Zubova, N. Kovaleva, L. Khakhulina // Economic and social changes: monitoring public opinion. - 1994. -№4. - S.25-30.

А.Н.Низамов

A.N.Nizamov

**СамДУ “Инсон ресурсларини бошқариш”
факультети доценти**

А.М.Амиров

A.M.Amirov

СамДУ докторанти

E-mail: nizamov@mail.ru

ИСТЕЪМОЛ МАДАНИЯТИНИГ МЕТОДОЛОГИК АСОСЛАРИ

Аннотация: Ушбу мақолада замонавий истеъмолчилар жамияти доирасидаги истеъмол маданияти эътироф этилиб, истеъмол маданияти, камбағаллик ва қашшоқлик категорияларига таъриф берилган ва асосий қадриятлар келтирилди. Ундан таиқари жамият ривожланишининг келажакдаги истиқболларини ҳисобга олган ҳолда моддий ва номоддий объектлар энг муҳим объектив омиллар сифатида қайд этилди. Натижада - жамиятнинг умумий фаровонлигининг ошиши, маънавий ривожланиши, рационал норма ва истеъмол маданиятини кенг тарғиб этиши бўйича таклиф мулоҳазалар келтирилган.

Калит сўзлар: истеъмол маданияти, рационал норма, истеъмолчилар жамияти, маънавий тараққиёт, моддий ва номоддий объектлар истеъмоли, озиқ-овқат хавфсизлиги.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация В этой статье признается культура потребления в современном обществе потребления, определяются категории культуры потребления, бедности и обездоленности, а также излагаются основные национальные ценности. В результате появляются предложения по повышению общего благосостояния общества, рациональная норма духовному развитию и повсеместному продвижению потребительской культуры.

Ключевые слова: культура потребления, общество потребления, духовное развитие, потребление материальных и нематериальных активов, продовольственная безопасность.

METHODOLOGICAL FUNDAMENTALS OF CONSUMER CULTURE

Abstract: This article recognizes the consumer culture within the modern consumer society, defines the categories of consumer culture, poverty and destitution, and gives the core values. As a result, there are suggestions for increasing the overall welfare of society, spiritual development, rational norms and the widespread promotion of consumer culture.

Keywords: consumer culture, rational norm, consumer society, spiritual development, consumption of tangible and intangible assets, food security.

Кириш

Кейинги йилларда озиқ-овқат таъминоти, хавфсизлиги, сифати, кам таъминланганлиги, камбағаллик каби истеъмол билан боғлиқ масалалар кўплаб муҳокама қилиб келинмоқда. Жамият аъзоларининг аксарият қисми маданиятли бўла туриб, афсуски, истеъмол маданиятидан анча йироқдир. Киши ҳаётининг асосини, мазмунини таркибий қисми бўлмиш истеъмол маданияти айрим ҳолларда эътибордан четда қолмоқда. Озиқ-овқат маҳсулотларининг хусусияти, таркиби унинг киши организмига таъсири кабиларни билмаслик истеъмолни тўғри ташкил этиш ва пировард натижада истеъмол маданиятига салбий таъсир кўрсатади. Киши бетоб бўлиб қолганда ёки бирор бир муаммога учрагандагина истеъмол маданиятига ўз эътиборини қаратади.

М.Кейнс назариясига мувофиқ истеъмол бевосита абсолют даромадга боғлиқ бўлади. Унинг фикрича даромаднинг истеъмол ва жамғармага тақсимоли фоизлар ставкасига эмас, балким истеъмолчининг хоҳишига боғлиқ.

Бозор иқтисодиёти шароитида истеъмолчи товар ва хизматларни ўзи хоҳлаган субъектдан сотиб олиш мумкинлиги рақобатни кучайтиради. Истеъмолчи товар ёки хизматни қачон, қаерда ва қанча миқдорда кераклигини белгилаб беради. Унинг бозорга берган буюртмасига асосланиб ишлаб чиқариш корхонаси ўзини фаолиятини мослаштириб беради.

Истеъмол маданияти - кишиларнинг алоҳида гуруҳлари ёки жамият аъзоларининг мавжуд иқтисодий ва маънавий ресурслардан самарали фойдаланган ҳолда эҳтиёжнинг оқилона қондирилишидир.

Моддий неъматларнинг меъёр даражада истеъмол қилиниши шахсни ҳар томонлама баркамол ривожланишига олиб келиб, уни керагидан кам ёки кўп миқдори эса салбий оқибатларга олиб келиши мумкин. Халқ истеъмоли товарлари, уй-жой ва хизматларнинг камлиги кишилардан кўп вақт ва кучни талаб этади. Бу эса ўз навбатида кишиларнинг ўқиши, ижод қилиши, мазмунли дам олиши, бўш вақтдан самарали фойдаланиш имкониятларидан маҳрум этади. Керагидан ортиқча истеъмол қилиш эса семизлик ва у билан боғлиқ бўлган касалликлар, бойлик ортиришга интилиш каби салбий оқибатларга олиб келиши мумкин.

Ҳар бир жамият аъзоси соғлом ва ҳар томонлама баркамол ривожланишга интилади. Шунинг учун жамиятнинг, оиланинг ва ҳар бир кишининг истеъмоли, унинг маданият даражаси ўзаро чамбарчас боғлиқ бўлади. Бундай долзарб ижтимоий вазифани бажаришда истеъмол маданияти муҳим аҳамиятни касб этади. Оқилона истеъмол даражасини аниқлаш ва шакллантиришда рационал истеъмол илмий жиҳатдан асосланиши лозим. Истеъмол маданияти нуқтаи назаридан, киши ўзига маъқул нарсани керакли миқдорда эмас, балким организмнинг нормал фаоляти учун керакли бўлган оксил, витамин каби микроэлементлар йиғиндисидан иборат бўлган миқдорда маҳсулот истеъмол қилиш керак.

Рационал истеъмол нормалари алоҳида шахс истеъмолининг объектив ривожлантириш мезони бўлиб, унинг асосида ижтимоий буюртма шакллантирилиши керак. Айнан шу асосда халқ хўжалигининг тармоқларини ривожлантириш зарур. Чой, кофе, цитрус экинлари каби маҳсулотларни импорт қилиб, мамлакатимиз аҳолисининг истеъмолидан ортиқча қисмини экспорт қилиш лозим. Жамиятнинг иқтисодий манфаатидан келиб чиққан ҳолда, айрим товарларни ўзимизда ишлаб чиқаришдан кўра четдан сотиб олган маъқул ва аксинча ўзимизда жаҳон бозоридаги қиммат бўлган маҳсулотларни экспорти эвазига айирбошлаш мақсадга мувофиқдир.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили

Истеъмолчи хулқ-атвори назариясининг дастлабки шарт-шароитлари XVIII аср охирида классик иқтисодий назария доирасида пайдо бўлган [4]. Истеъмолчи тадқиқот объекти сифатида биринчи бўлиб А. Смитнинг “халқлар бойлигининг табиати ва сабаблари тўғрисида тадқиқот” номли фундаментал асарида кўриб чиқилган [6]. Иқтисодий шахснинг асосий хусусиятлари Д. Рикардо томонидан назарий жиҳатдан ўрганилган ва неоклассик йўналиши, яъни маржинализм вакиллари томонидан тўлиқ эътироф этилган [1].

Истеъмолчи хулқ-атворини баҳолашнинг назарияларига маржинал фойдалилик назарияси киради (асосчилар - У. Джеванс, Л. Вальрас, К.

Менгер, Э. БемБеварк и бошқалар)[3]. А.Овсянников, И. Петтай, Н. Римашевская асарларида “истеъмолчи хулқ-атвори” категорияси ижтимоий такрор ишлаб чиқариш тизимининг якуний босқичи вазифасини бажарувчи истеъмол соҳасидаги, эҳтиёжларни қондириш соҳасидаги бевосита одамларнинг хатти-ҳаракати сифатида қаралади [5]. Ж. Бодрияр фикрига кўра, рамзий истеъмол инсон фаолиятининг барча соҳаларини, моддий нарсаларни истеъмол қилишдан тортиб, дам олиш маданиятини қамраб олади.[2].

П.Сорокиннинг тадқиқотида рухий ва ҳиссий жиҳатдан тахминан тенг нисбатда бирлашадиган янги маданият пайдо бўлиши башорат қилинган [7]. Ж.Хикс - “кам даромад даражасида, эътиборни иқтисодиётга йўналтириш тўғри бўлади; аммо бойликнинг кўпайиши билан бошқа мезонлар пайдо бўлади; тобора кўпроқ моддий манфаат олиш зарурати долзарблигини йўқотмоқда” деб таъкидлайди[8].

Тадқиқот методологияси

Аҳолининг товарлар ва маиший хизматларга бўлган маданиятини ўрганиш жараёнида методологик асос сифатида таҳлил ва синтез усулларида фойдаланишни объектив зарурият деб билдик. Чунки, иқтисодиётни жадал суръатларда ривожлантириш ҳар бир субъектнинг ривожланиши ва унга таъсир этувчи омилларга боғлиқ бўлади. Шу боис аҳоли истеъмоли маданиятини ошириш йўналишида рационал нормалар, минтақавий таҳлил усулларида кенг фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2020 йил 24-январдаги Олий мажлисга мурожатномасида илк бор камбағаллик¹ масаласи кўтарилиб, бу мавзу ижтимоий-иқтисодий сиёсатнинг асосий кун тартибига айланди.

Дарҳақиқат, озиқ-овқат, кийим кечак, уй-жой, маиший хизмат товарлари кабилар истеъмоли рационал меъёр даражасидан анча паст.

Ҳақиқий истеъмол даражасини рационал меъёрга, истеъмол маданиятига яқинлаштириш учун моддий бойликларни ишлаб чиқаришни кескин ошириш зарур. Охирги йилларда мамлакатимизда олиб борилётган ислохотлар айнан шу муаммоларни ечишга қаратилгандир.

Халқ истеъмоли товар ва хизматлар таклифини ошириш аҳоли даромадларини ошириш билан мутаносиб бўлиши лозим. Ҳозирги кунда вазият анча ўзгарган бўлиб, мамлакатимизда озиқ-овқат маҳсулотлар истеъмоли миқдоран тўлиқ ҳал этилган ва уни сифат нуқтаи назардан яхшилаш кун тартибидаги асосий масалалардан бирига айланмоқда. Агар нон ва нон маҳсулотлари истеъмоли меъёр даражасидан баланд бўлса, гўшт ва сут маҳсулотлари, тухум кабиларнинг истеъмоли аксинча меъёр даражасидан паст. Озиқ-овқат маҳсулотлари истеъмоли

¹ <https://review.uz/oz/post/kamabagallik-daromad-tengsizligimi-yoki-talim-olishga-etiborsizlik>

маданиятидаги асосий муаммо, уни рационал даражасига яқинлаштиришдир. Озиқ-овқат маҳсулотларининг хусусияти шундан иборатки, у истеъмолчига узлуксиз етказилиб берилиши лозим. Бундан товарлар истеъмоли кийим-кечак, мебел, автомашина каби товарлар истеъмолидан фарқ қилиб, уни кейинги даражага қолдириб бўлмайди. Озиқ-овқат товарлари кунига 3 маҳал, ҳар куни етказилиб берилиши керак. Бу нарсага эришиш учун қишлоқ хўжалик маҳсулотларини ишлаб чиқариш, ташиш, сақлаш, қайта ишлаш (агросаноат мажмуаси) каби истеъмолчи дастурхонигача бўлган барча бўғинларда тежамкорлик асосида иш юритиши лозим. Чунки айнан шу бўғинларда озиқ-овқат ресурсларининг 1/3 қисми йўқотилади. Бундан ташқари аҳолининг шахсий ёрдамчи хўжаликлари томонидан ишлаб чиқарилган маҳсулотлар ҳисоботи бору, унинг истеъмоли тўғрисидаги ҳисоботлар юритилмайди.

Ўзбекистон Республикаси бўйича 2020 йилда 260,3 трлн сўмлик қишлоқ хўжалик маҳсулотлари етиштирилган бўлсада, шундан 68 % деҳқон хўжаликларида етиштирилган. Деҳқончилик маҳсулотларини етиштиришда деҳқон (шахсий ёрдамчи) хўжаликларининг ҳиссаси 44,1% ни ташкил этса, чорвачилик маҳсулотларини етиштириш ҳиссаси 91,4% ташкил этади.

Бизнинг фикримизча халқ истеъмоли товарлари ва хизматларини ишлаб чиқариш, тақсимот, айирбошлаш ва истеъмол босқичларида уларни мониторинги олиб борилса, истеъмол даражасига аниқ баҳо бериш имконияти туғилади. Озиқ-овқат товар ресурсларини шаклланиши унинг истеъмол даражаси, албатта истеъмол маданияти пойдеворини яратади.

Истеъмол маданиятига авваламбор озиқ-овқат маҳсулотларини биологик функциясига эътиборни қаратиш лозим, чунки у киши организмидаги мураккаб жараёни шакиллантиришда ягона манба ҳисобланади.

Бундан ташқари истеъмол маданияти ҳар бир кишидан озиқ-овқат маҳсулотларини киши организмига қанчалик фойдалилиги ва таъсирини билишни талаб этади. Кишиларнинг физиологик эҳтиёжидан келиб чиққан ҳолда, озиқ-овқат турларини тўғри танлай олиш, уларни сақлаш, тайёр истеъмол ҳолига келтириш, маҳсулот сифатини бузмасдан, ундаги зарур ва фойдали бўлган микроэлементларни йўқотмасдан пишириш кабилар орқали озиқ-овқат ресурслари исрофгарчилигига йўл қўймаслик ва улардан самарали фойдаланиш истеъмол маданияти даражасини белгитилайди.

Мамлакатимизда камбағаллик эътироф этилган бўлсада, камбағаллик тушунчасини ҳар ким ҳар хил талқин этмоқда. Камбағаллик инсоннинг ҳаёти давомида танлов ва имкониятларга эга бўлмаслиги, жамиятда тўлақонли иштирок этиш учун тўсиқларнинг мавжудлиги, бундан ташқари оиласини боқиши ва кийинтириши, таълим олиши ёки касалхонага даволаниши, бирор соҳада фаолият юритиши ёки даромад

олишга имконият берадиган меҳнат билан таъминлаш имкониятлари етишмаслиги ҳамда кредит олиш имкониятининг чекланганлигида намоён бўлади. Шунингдек, камбағаллик – бу инсонлар, уй хўжаликлари ва жамоаларнинг ижтимоий жиҳатдан чегараланганлиги, хавф - хатарлар орасида чорасизлиги ҳамда ночорлиги саналади.

2011-йилдаги нархларда харид қобилияти паритети бўйича қашшоқлик чегараси 1,3 АҚШ долларни, камбағаллик чегарасини эса мамлакатлар аҳолиси даромадларининг паст, ўрта ва юқори даражаларидан келиб чиқиб 1,3; 3,2; 5,5; ва 21,7 АҚШ доллари этиб белгилаш тавсия этилган. Демак жами даромади ёки харажати белгиланган камбағаллик даражасига етмаган аҳоли қатламини - *камбағал*, ҳаёт кечириши учун зарурий эҳтиёжларини мутлақо қондириш имконияти бўлмаган қатламни эса - *қашшоқ* аҳоли деб этироф этиш мумкин.

БМТ нинг озиқ-овқат маҳсулотлари билан шуғулланадиган бўлими (ФАО) томонидан Ўзбекистон Республикасида бир киши ўртача кунига 2100-2300 ккал озиқ-овқат маҳсулотлари истеъмол қилиш тавсия этилган. Камбағал деб қайд этилган гуруҳдаги кишилар умумий харажатларининг қарийиб 70% озиқ-овқатларга, қолган 30% ноозиқ-овқат товарлари ва хизматлар улушига тўғри келади².

Истеъмол маданиятининг таркибий қисми бўлмиш рационал овқатланиш киши соғлигини яхшилаш, ёмон одатларни олдини олиш орқали унинг жисмоний ва маънавий жиҳатдан такомиллаштириб умрини узайтиришга олиб келади. Истеъмол маданияти даражасини ошириш орқали моддий ва меҳнат ресурсларини тежаш кишини ҳар томонлама гармоник ривожланиши учун асос яратади.

Ҳозирги замон фан тараққиёти соғлом турмуш тарзини жорий этиш учун физиология, тиббиёт каби фанлар билан боғлиқ ҳолда тўғри овқатланиш аҳамиятига кўпроқ эътиборни қаратмоқда. Овқатланиш эса ўз навбатида рационал меъёрлар асосида овқатланишни назарда тутаяди.

Рационал овқатланиш принципларига ҳар бир киши ва оила амал қилса, халқ хўжалигининг тармоқларини реал пропорционал ривожлантириш имкониятлари туғилади.

Истеъмол маданиятини оширишнинг асосий йўналишларидан бири рационал овқатланиш принципларига амал қилишдир. Физиолог ва врачларнинг хулосаларига мувофиқ, ҳақиқатан ҳам, истеъмол таркибидаги оқсил моддаларнинг етишмовчилиги боланинг ривожланишида ортда қолиши, кишиларнинг соғлиғини ёмонлашуви, организмнинг иммунитетини пасайиши ва ҳар хил инфекцион касалликларга нисбатан тез чалиниши кузатилган. Оқсил моддаларни киши организмга етишмаслиги жуда катта салбий оқибатларга олиб

²http://www.fao.org/publications/ru/?page=4&ipp=4&tx_dynalist_pi1%5Bpar%5D=YToxOntzOjE6lkwiO3M6MToiMCI7fQ%3D%3D

келиши табиий. Бу муаммони олдини олишнинг ягона йўли истеъмол қилинадиган озиқ-овқатларнинг таркибида оқсил, углевод, витамин кабиларнинг миқдор ва сифат жиҳатдан таъминлашдан иборатдир.

Озиқ-овқат маҳсулот ларига бўлган эҳтиёжини кўпинча физиологик жараён деб аташмоқда, аммо унинг ижтимоий-иқтисодий ва ҳатто ижтимоий-психологик категория деб ҳам аташ мумкин. Чунки айрим озиқ-овқат товарларини сотиб олишдаги қийинчиликлар киши кайфиятига салбий таъсир кўрсатиб, салбий психологик муҳитни яратади. Бу эса ўз навбатда, меҳнат унумдорлигини пасайишига олиб келади.

Тўғри, овқатланиш сарф қилинган энергия ўртасидаги мувозанат бўлишини талаб этади. Бундай мувозанат оқсил, ёғ, углеводлар, ўсимлик ёғи билан ҳайвонлар ёғи, минерал моддалар ва витаминлар ўртасидаги нисбатлар мувофиқлигини ҳам назарда тутати. Истеъмол маданиятидаги асосий элементлардан бири калориядир. Киши организмидаги сарфланган калория миқдори истеъмол қилинган маҳсулотлар калориясига тенг бўлиши керак.

Истеъмол маданиятининг яна бир белгиси кишиларнинг вазни ва энергия сарфига қараб озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмол қилишидир. Кишининг вазни меъёр даражасида бўлгандагина у соғлом ҳаёт кечиришидан далолат беради. Вазннинг меъёр даражасидан кўплиги ёки камлиги киши соғлигида муаммо борлигидан далолат беради.

Ноозиқ-овқат товарлари бўйича истеъмол маданияти озиқ-овқат товарларидан фарқ қилиб, ундаги меъёрлар аҳоли сўровномалари, даромадлари, иқлим шароити ва оиладаги одамлар сони кабиларга асосланади. Айрим товар гуруҳлари бўйича рўйхат белгиланган бўлсада, уларни истеъмол қилиш миқдори етарли даражада тадқиқ этилмаган.

Маиший хизматлар истеъмолининг ижобий томони шундаки, уларнинг умумий истеъмолдаги ҳиссаси ошиб бормоқда. Аммо маиший хизматларнинг таркибий қисми бўйича ҳам меъёрлар етарли даражада ўрганилмаган.

Бизнинг фикримизча истеъмолчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш бўйича ташкил қилинган жамият фақатгина истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш билан чегараланиб қолмасдан, балким истеъмол маданиятини ошириш, уни меъёр билан мувофиқлаштириш каби масалалар билан шуғулланиш мақсадга мувофиқдир.

Ҳозирги кунда мамлакатимизда истеъмол қилинаётган озиқ-овқат товарлари ҳар бир кишига ўртача етарли миқдордаги килокалория энергия сарфини қоплаш имкониятига эга. Бугунги кундаги қўйилган асосий вазифа аҳолининг чорвачилик маҳсулотлари истеъмолини меъёр даражаси келтиришдир. Бундан кейинги босқичдаги вазифа озиқ-овқатлар истеъмоли даражасини алоҳида товар гуруҳлари бўйича меъёрга мослаштиришдир. Масалан чорвачилик маҳсулотларининг умумий истеъмоли меъёр даражасида бўлса, келажакда, йирик қорамол, қўй-эчки,

парранда ва балиқ каби алоҳида товар гуруҳлари бўйича ҳам истеъмол меъёр даражасида бўлиши лозим. Фақат шундагина озиқ-овқат маҳсулотларини истеъмоли умуман ва шу жумладан товар гуруҳлари бўйича ҳам меъёр даражасида бўлади.

Мамлакатимиз монополияга қарши курашиш қўмитаси ҳузуридаги Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш агентлиги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 11-сентябрдаги 5817-сонли “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилишнинг ҳуқуқий ва институционал тизимини тубдан такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги фармони³ билан ташкил этилган.

Агентликнинг 2021 йил 26 апрелда эълон қилинган брифингида 9300 дан ортиқ мурожаатлар келиб тушганлиги қайд этилиб, шундан 5 мингдан ортиқ мурожаатлар (54%) уй-жой, коммунал хизмат кўрсатиш, қурилиш ва транспорт соҳасида истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш йўналишига тўғри келишини қайд этди.

Ўзбекистон истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш жамиятлари федерацияси 1996 йил 26 апрелда Ўзбекистон Республикаси Олий мажлиси томонидан қабул қилинган “Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида”ги қонуннинг 30- моддасига мувофиқ 1997 йилда ташкил этилди⁴.

Моддий маданиятга, меҳнат, моддий, табиий ресурслар, табиий муҳитга маданий муносабатда бўлиш маданияти кабилар киради. Жамиятнинг моддий-техникавий камоли моддий маданият соҳасидаги тараққиётга асосланиши лозим.

Маънавий маданият эса кишиларнинг ҳар хил тасаввурлари, ғоялари, илмий тафаккури, диний қарашлари, санъат ҳодисалари, ахлоқий ва ҳуқуқий нормалар, кишилар ўртасидаги муносабат каби фаолиятнинг натижаларидан вужудга келади.

Маданият ўз ичига урф-одат, қадрият, маросим, эътиқод, тил, ахлоқ, билим, муносабат кабиларни ўз ичига қамраб олади. Масалан электр энергияси ва табиий газ етказиб бериш хизматларидаги ҳисоблагичларни марказлаштирилган тартибда рақамлаштириш тўлов маданиятини оширишга олиб келди. Бу эса ўз навбатида энергия ресурсларидан самарали фойдаланиш, тўловларни ўз вақтида амалга ошириш, истеъмолчилар қарздорлигини камайтиришга олиб келади.

Мамлакатимиз Президентининг 2018 йил 28-ноябрдаги “Ўзбекистон Республикасида миллий маданиятни янада ривожлантириш концепциясини тасдиқлаш тўғрисида” ги қарорнинг 4-илоvasида “2019-2022 йиллардаги янги қуриладиган, реконструкция қилинадиган, капитал

³ <https://lex.uz/docs/4508444>

⁴ <https://lex.uz/docs/4704>

таъмирланадиган ва жиҳозланадиган маданият марказларининг манзилли рўйхати”⁵ шакллантирилган.

Мамлакатимиздаги маданият марказлари қошида ташкил этилаётган шахмат-шашка, тасвирий ва амалий санъат, чолғу, рақс ва бошқа турдаги кўплаб тўғараклар, спорт зали, кинотеатрларнинг фаолиятини тизимли равишда қўйилиши каби ишларнинг амалга оширилиши кишиларнинг маънавий маданиятини ошириб пировард натижада кишиларнинг истеъмол маданиятини оширишга ўзининг муносиб ҳиссасини қўшади.

Хулоса ва таклифлар

Аҳолининг истеъмол маданиятини ошириш учун бизнинг фикримизча қуйидаги ишларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир:

- соғлом, маданиятли истеъмолни оммавий ахборот воситалари орқали кенг тарғибот этиш;
- ноозиқ-овқат товарлар истеъмол даражасини таҳлил қилиш ва унинг асосида меъёрлар ишлаб чиқиш;
- маиший хизмат, коммунал тўловлар каби хизматлар таркибини таҳлил қилиш. мониторинг натижаларига қараб илмий асосланган хизматлар меъёрларини ишлаб чиқиш.
- аҳолини шахсий ёрдамчи хўжаликлари томонидан маҳсулотларни ишлаб чиқариш, сотиш ва истеъмол тўғрисидаги маълумотлар мониторингини ўтказиш;
- аҳоли товарлар ва хизматлар бўйича реал истеъмол даражасини таҳлил қилиш. Унинг меъёр даражасидан четланишини аниқлаш;
- ҳар бир ҳудуднинг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда товар ва хизматларнинг даражасидан четланишига қараб импорт ёки экспорт ҳажмини аниқлаш;
- ҳудуднинг драйвер йўналишини аниқлаб, ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш;
- импорт ўрнини қоплайдиган маҳсулот ва хизматларни ишлаб чиқаришни маҳаллийлаштириш;

Хулоса қилиб айтганда, мамлаат иқтисодиётини ривожлантириш натижасида аҳолини товарлар ва хизматлар истеъмолини рационал меъёрлар даражасига келтириш ҳамда жамият аъзоларини ижтимоий маданиятини ошириш орқали истеъмол маданиятига эришиш асосий мақсадлардан бири бўлмоғи лозим.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Афанасьев, В. С. Давид Рикардо [Текст] / В. С. Афанасьев. – М. : Экономика, 1988. – 108 с
2. Бодрийяр Ж. Общество потребления [Электронный ресурс]. URL: <http://lib.rus.es/b/153916/> (дата обращения: 22.12.2012).

⁵ <https://www.lex.uz/docs/4084926#4092800>

3. Гальперина М. Теория потребительского поведения и спроса [Текст] / под ред. В.– СПб., 1993. – С. 7 – 77
4. Карманова, А. А. Потребительское поведение: теоретико-методологические основания изучения [Текст] / А. А. Карманова, Л. П. Пискунова // Вопросы управления. – 2012. – № 3 (20). – С. 25–46.
5. Овсянников, А. А. Типология потребительского поведения [Текст] / А. А. Овсянников, И. И. Петтай, Н. М. Римашевская. – М. : Наука, 1989. – 266 с.
6. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Самуэльсон. – М. : Ось-89, 1997. – 255 с
7. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992.
8. Hicks I. Wealth and Welfare. Oxford, 1981.
9. <http://www.fao.org>
10. <https://lex.uz/>
11. <https://review.uz/oz/post/kamabagallik-daromad-tengsizligimi-yoki-talim-olishga-etiborsizlik>

Kholmuminov Shaizak Rakhmatovich

Холмуминов Шайзак Рахматович

д.э.н., проф. Ташкентский государственный экономический университет, Ташкент, Узбекистан

E-mail: shayzakk-holmuminov@gmail.com

ЦЕЛЕВАЯ КОМПЛЕКСНАЯ ПРОГРАММА РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО РЫНКА ТРУДА

Аннотация: В статье предлагается методология составления целевой комплексной программы развития сельского рынка труда (ЦКПРСРТ) в трудоизбыточных регионах РУз в условиях функционирования социально ориентированной рыночной экономики.

В статье предлагаются взаимосвязанные основные принципы разработки ЦКПРСРТ: целевая ориентация, комплексность, сопряженность, конкретность, вариантность, реальность, оптимальность, приоритетность, разграничение полномочий и функций, предельность, адресность, управляемость и взаимосвязанность.

В данной работе на основе вышеперечисленных принципов рекомендуются взаимосвязанные разделы разработки данной программы: аналитико-проблемный, целевой, научно-методический, информационный, модельный, программный, ресурсный, организационно-экономический, сводный, правовой.

В статье на основе вышеотмеченных принципов и разделов определяются основные этапы разработки ЦКПРСРТ: формирование целей развития сельского рынка труда (СРТ), разработка методического и модельного аппаратов анализа и прогноза состояния СРТ, сбор статистической, маркетинговой и социологической информации СРТ, составление подпрограммного комплекса ЦКПРСРТ, утверждение составленной программы развития СРТ, создание организационно-экономического и правового механизмов управления реализацией и корректировкой программы.

МУНДАРИЖА:

1. Кишлоқ жойларида ишсиз ёшларни касбга йўналтириш ва касбга тайёрлаш тизимини такомиллаштириш
Хомитов Комилжон Зоитович
2-14
2. Poverty as a socio-economic phenomenon
Мансурова Наргиза Шамсидиновна
Норбоев Аллаор Исмоилович
14-24
3. Истеъмол маданиятининг методологик асослари
А.Н.Низамов
А.М.Амиров
24-33
4. Целевая комплексная программа развития сельского рынка труда
Холмунинов Шайзак Рахматович
33-46
5. Globallashuv jarayonida bilimlarni boshqarishning dolzarb masalalari
Бабакулов Бахромкул Маматкулович
Мирзаходжаев Алишер Ботирович
Умурзокова Дильноза Эгамбердиевна
46-53
6. Пандемия шароитида ўзбекистон иқтисодиёти ва туризм соҳасидаги муаммолар ва уларнинг ечимлари ҳақида
Пардаев Мамаюнус Қаршибаевич
Эштаев Алишер Абдуғаниевич
53-65
7. Феномен альтернативной занятости в условиях трансформации рынка труда
Геворгян Ольга Игоревна
Нехода Евгения Владимировна
65-79
8. Специфика анализа и оценки конкурентоспособности туризма в Узбекистане
Усманова Дилафруз Каршиевна
79-89
9. Directions of improving marketing strategies in industrial enterprises
Эрназаров Ортик Эшназарович
89-115
10. Ta'lim va inson kapitali
Юлдашев Шамсиддин Киямиддинович
Муллаева Мехрангиз Актам кизи
115-124
11. Ижтимоий-иқтисодий тараққиёт босқичлари хусусида айрим фикр-мувоҳаза
Мухаммедов М.М
Мухаммедова З.М
124-135
12. Агрохизматлар кластерини ривожлантиришнинг инновацион фаоллиги ва мутаносиблигини таъминлашнинг услубий жиҳатлари

Мирзаев Кулмамат Жонузокович Азизкулов Бахтиёр Хушвактович
135-144
13. Инсон ресурсларини ривожлантириш ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг бош омили
Насимов Дилмурод Абдуллоевич Артиков Зокир Сайфиддинович
145-153
14. Сервис корхоналарида хизмат кўрсатиш сифатини ошириш
Арабов Нурали Уралович Артиков Зокир Сайфиддинович
153-164
15. Инклюзивная институциональная среда как важный фактор устойчивого развития экономики и предпринимательства
Камилова Н.А. Насимов И.Х.
164-176
16. Innovative education in the digital economy (experience of foreign countries)
Раббимов Мухриддин Мусокул ўғли
177-181