

BOZOR MUNOSABATLARIGA MOSLASHUV VA UNING IJTIMOYIY- PSIXOLOGIK TAHLILI

Baxtiyorova Umida Ulug'bek qizi
Buxoro davlat universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada bozor munosabatlariga moslashish jarayonining ijtimoiy-psixologik tahlili keltirilgan. Tadqiqotda ichki va tashqi motivatsiya, psixologik tayyorgarlik darajasi hamda ijtimoiy qo'llab-quvvatlash omillarining bozor sharoitlariga moslashuvdagi roli o'rganildi. So'rovnomalar va eksperimental kuzatishlar asosida olingan ma'lumotlar ko'rsatadiki, ichki motivatsiya va psixologik tayyorgarlik yuqori bo'lgan shaxslar bozor talablariga samarali moslashadilar. Shuningdek, ijtimoiy qo'llab-quvvatlashning yetishmasligi moslashuv jarayoniga salbiy ta'sir ko'rsatishi aniqlandi. Maqolada bozor sharoitlariga moslashishning murakkab ijtimoiy-psixologik jarayon ekanligi ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: Bozor munosabatlari, moslashuv, psixologik tahlil, ichki motivatsiya, psixologik tayyorgarlik, ijtimoiy qo'llab-quvvatlash, bozor talablari.

Аннотация. В данной статье представлен социально-психологический анализ процесса адаптации к рыночным отношениям. В исследовании изучалась внутренняя и внешняя мотивация, уровень психологической подготовленности, а также роль факторов социальной поддержки в адаптации к рыночным условиям. Данные, полученные на основе анкетирования и экспериментальных наблюдений, показывают, что лица с высокой внутренней мотивацией и психологической подготовкой эффективно адаптируются к требованиям рынка. Также было обнаружено, что отсутствие социальной поддержки отрицательно сказывается на процессе адаптации. В статье подчеркивается, что адаптация к рыночным условиям – сложный социально-психологический процесс.

Ключевые слова: рыночные отношения, адаптация, психологический анализ, внутренняя мотивация, психологическая подготовка, социальная поддержка, требования рынка.

Annotation. this article presents a socio-psychological analysis of the process of adaptation to market relations. The study examined internal and external motivation, the level of psychological training and the role of social support factors in adapting to market conditions. Data obtained on the basis of survey and experimental observations show that individuals with a high level of internal motivation and psychological training effectively adapt to market demands. It has also been found that lack of social support negatively affects the adaptation process. The article argues that adaptation to market conditions is a complex socio-psychological process.

Keywords: market relations, adaptation, psychological analysis, internal motivation, psychological training, social support, market requirements.

KIRISH

Bozor munosabatlari sharoitida kishilar va guruhlarining ijtimoiy-psixologik moslashuvi katta ahamiyatga ega. Bozor iqtisodiyoti talablariga moslashish nafaqat iqtisodiy bilim va ko'nikmalarni, balki ijtimoiy-psixologik qobiliyatlarni ham rivojlantirishni talab qiladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida odamlar turli ijtimoiy va

iqtisodiy o'zgarishlarga duch keladi, bu esa ulardan yangi sharoitlarga moslashuvchanlik va tezkor javob qaytarishni talab qiladi. Ayniqsa, kichik guruhlar va tashkilotlar uchun bu moslashuv katta ahamiyatga ega bo'lib, ularning samaradorligiga bevosita ta'sir qiladi. Shu jihatdan, bozor munosabatlariga moslashuv ijtimoiy-psixologik omillar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, guruhlarning ichki va tashqi iqlimi, muloqot strategiyalari, hamkorlik darajasi va individual xususiyatlarni inobatga olish zarur.

Moslashuv jarayoni davomida shaxslar va jamoalar turli xil psixologik to'siqlar va qiyinchiliklarga duch keladilar. Bu to'siqlarni yengib o'tish uchun ijtimoiy-psixologik qo'llab-quvvatlash tizimlari, ta'lim va treninglar muhim ahamiyatga ega. Shuningdek, etnik va madaniy xilma-xillik sharoitida moslashuv jarayonlari alohida o'rin tutadi. Masalan, xorijiy talabalar va ishchilar bozor iqtisodiyoti sharoitida nafaqat ishbilarmonlik qobiliyatlari, balki etno-madaniy jihatlariga ham moslashishi zarur. Ushbu maqolada bozor munosabatlariga moslashuvning ijtimoiy-psixologik jihatlari, shaxs va guruh darajasidagi moslashuv jarayonlari, ularning samaradorlikka ta'siri ko'rib chiqiladi.

Adabiyotlar tahlili. Bozor munosabatlariga moslashuvning ijtimoiy-psixologik tahlili bo'yicha ko'plab tadqiqotlar olib borilgan. Koval va Sidorenkov (2013) o'z tadqiqotlarida kichik guruhlar doirasida moslashuv va samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlikni tahlil qilgan. Ular bozor sharoitida ishchilar va guruhlar ijtimoiy-psixologik moslashuvining guruhlar samaradorligiga katta ta'sir ko'rsatishini aniqlaganlar. Tadqiqot natijalariga ko'ra, guruhlar ichidagi ishonch va muloqot darajasi, shuningdek, guruh a'zolarining o'zaro qo'llab-quvvatlashi bozor iqtisodiyotida samarali faoliyat yuritish uchun zarur omillardan hisoblanadi (Koval & Sidorenkov, 2013).

Radevskaya va uning hamkasblari (2016) xorijiy talabalar va ularning etno-madaniy muhitga moslashuvi bilan bog'liq masalalarni o'rgangan. Ular talabalarning o'quv muhitiga moslashishi bozor munosabatlarida xorijiy ishchi kuchining ijtimoiy-psixologik moslashuviga o'xshash ekanligini ta'kidlaganlar. Tadqiqotchilar o'quv muhitida talabalar o'zlarini qulay his qilishlari, etno-madaniy farqlarga moslashishlari va guruhlar bilan muloqot qilishlari ularning umumiy samaradorlik va ijtimoiy integratsiyaga qanday ta'sir qilishini tahlil qilganlar. Ularning tadqiqoti bozor sharoitida etnik va madaniy xilma-xillikni hisobga olish zarurligini ko'rsatadi (Radevskaya et al., 2016).

Dmytrenko va uning hamkasblari (2021) bozor munosabatlarida korporativ mas'uliyat va ijtimoiy-psixologik omillarni o'rganib chiqib, ular o'rtasidagi murakkab aloqani tahlil qilganlar. Ularning tadqiqoti natijalariga ko'ra, korporativ mas'uliyatni boshqarish jarayonida tashkilotlar o'z xodimlarining ijtimoiy-

psixologik moslashuviga e'tibor qaratishlari zarur. Ayniqsa, bozor iqtisodiyotida tashkilotlarning ijtimoiy mas'uliyati ularning xodimlariga qanday ta'sir qilishi va bu ta'sir orqali korxonaning samaradorligini oshirish masalalari tahlil qilingan. Ular ijtimoiy-psixologik qo'llab-quvvatlash tizimlari va guruhdagi hamkorlik muhitining kuchayishi bozor munosabatlarida moslashuv jarayonlarini osonlashtirishini ta'kidlaydi (Dmytrenko et al., 2021).

METODLAR

Ushbu tadqiqotda bozor munosabatlariga moslashuv jarayonini va uning ijtimoiy-psixologik jihatlarini tahlil qilish uchun aniq ilmiy usullardan foydalanildi. Birinchidan, respondentlar bilan ijtimoiy so'rov va intervyu o'tkazilib, ularning bozor sharoitlariga qanday moslashgani va psixologik holatlarini o'rganish maqsad qilingan. So'rovnoma 200 nafar respondentga tarqatilib, ularning 150 nafari so'rovga javob berdi. Shuningdek, eksperimental kuzatish usuli qo'llanilib, respondentlarning bozor munosabatlariga bo'lgan munosabati va moslashuv jarayoni kuzatildi. Ma'lumotlarni tahlil qilishda statistik usullar, xususan, korrelyatsion tahlil va dispersiya tahlili amalga oshirildi. Tadqiqotda shaxsning ichki va tashqi motivatsiyasi, bozorning o'zgaruvchan sharoitlariga moslashuvi va bunga psixologik tayyorgarlik darajasini o'rganish alohida e'tiborga olindi.

NATIJARLAR

Tadqiqot natijalariga ko'ra, respondentlarning aksariyati bozor munosabatlariga moslashuv jarayonida psixologik qiyinchiliklarga duch kelishlarini bildirdilar. So'rovda ishtirok etgan 150 nafar respondentdan 62% (93 kishi) bozor sharoitlariga moslashishda stress va bezovtalikni his qilganligini aytib o'tishdi. Shuningdek, 48% respondent (72 kishi) o'zlarining iqtisodiy barqarorlikka erishish yo'lida o'zgaruvchan bozor talablariga moslashish uchun yangi ko'nikmalarni o'rganishga majbur bo'lganliklarini ta'kidlashdi.

Tadqiqot davomida korrelyatsion tahlil orqali ichki motivatsiya va bozor sharoitlariga moslashuv darajasi o'rtasida sezilarli bog'liqlik aniqlangan. Masalan, ichki motivatsiyaga ega respondentlarning 85% (128 kishi) bozor sharoitlariga muvaffaqiyatli moslashgani kuzatildi. Tashqi motivatsiyaga ko'proq tayanuvchilar esa qiyinchiliklarga duch kelgani ma'lum bo'ldi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, psixologik tayyorgarlik darajasi yuqori bo'lgan respondentlarning 72% (108 kishi) bozor talablariga tez va samarali moslashgani aniqlandi.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, respondentlar orasida psixologik yordam va maslahatlarga ehtiyoj sezganlar soni ham yetarlicha ko'p bo'lib, bu ko'rsatkich 40% ni tashkil etdi. Bunday respondentlar bozorning o'zgaruvchan sharoitlariga moslashuvda ruhiy salomatlikni saqlash uchun qo'shimcha resurslar zarur ekanligini ta'kidlashdi. Shu bilan birga, respondentlarning 68% (102 kishi) iqtisodiy vaziyat

o‘zgarishiga moslashish jarayonida ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash muhimligini alohida qayd etdi. Natijalar bozor sharoitlariga moslashish psixologik jihatdan juda murakkab jarayon ekanligini va bunda ichki motivatsiya, psixologik tayyorgarlik va ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash muhim rol o‘ynashini tasdiqlaydi.

Ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash ham bozor sharoitlariga moslashuvda muhim omil sifatida ko‘rsatildi. Tadqiqotda qatnashgan respondentlarning aksariyati ijtimoiy yordamning mavjudligi ularning psixologik barqarorligiga ijobiy ta’sir qilganini ta’kidlab o‘tishdi. Ijtimoiy aloqalar, yaqin do‘stlar, oila a’zolari va ishchi guruhlari orqali qo‘llab-quvvatlash moslashish jarayonida muhim ahamiyatga ega. Ayniqsa, bozor o‘zgarishlariga moslashish jarayonida ishsizlik, moliyaviy qiyinchiliklar va yangi ko‘nikmalarni o‘zlashtirishga ehtiyoj paydo bo‘lganda, ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash psixologik barqarorlikni saqlashda muhim rol o‘ynaydi. Ijtimoiy qo‘llab-quvvatlashning yetishmasligi esa ko‘pincha depressiya va motivatsiya yo‘qotilishiga olib kelishi mumkin, bu esa bozor munosabatlariga moslashishni yanada qiyinlashtiradi.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, bozor munosabatlariga moslashuv murakkab ijtimoiy va psixologik jarayon bo‘lib, unda bir qator individual va ijtimoiy omillar ishtirok etadi. Bozor talablariga moslashish jarayonida shaxslar nafaqat iqtisodiy qiyinchiliklarni yengib o‘tishi, balki ruhiy va ijtimoiy jihatdan tayyor bo‘lishi ham muhimdir. Moslashuv jarayonida stress va tashvishning ortishi, o‘z-o‘ziga ishonchning kamayishi va o‘zaro munosabatlarning yomonlashishi kuzatilishi mumkin, bu esa shaxsning umumiy hayot sifatiga salbiy ta’sir qiladi.

MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari bozor munosabatlariga moslashish jarayoni va uning ijtimoiy-psixologik jihatlari o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlikni tasdiqlaydi. Bozor sharoitlariga moslashish, nafaqat iqtisodiy, balki shaxsning psixologik holatiga ham katta ta’sir ko‘rsatadi. Psixologik tayyorgarlik, ichki motivatsiya va ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash omillari ushbu jarayonda asosiy ahamiyatga ega bo‘lib, tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, ushbu omillar o‘rtasidagi bog‘liqlik kuchli va sezilarli darajada namoyon bo‘ladi.

Birinchi muhim xulosaga ko‘ra, ichki motivatsiya bozor munosabatlariga moslashishda asosiy rol o‘ynaydi. Ichki motivatsiyaga ega bo‘lgan respondentlarning katta qismi bozor talablariga moslashishda muvaffaqiyatli bo‘lgani, ularning psixologik barqarorligi yuqori ekanligi kuzatildi. Bu esa bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritish uchun shaxsning o‘z-o‘ziga bo‘lgan ishonchi, aniq maqsadlarga intilishi va o‘z imkoniyatlariga ishonishi muhimligini tasdiqlaydi. Boshqa tomondan, tashqi motivatsiyaga asoslangan respondentlar ko‘pincha qiyinchiliklarga duch kelib, psixologik jihatdan o‘zlarini noqulay his

qilganliklari tadqiqot natijalarida aks etdi. Bu shuni anglatadiki, ichki motivatsiya bozor munosabatlariga moslashishda ko‘proq ahamiyatga ega bo‘lib, tashqi motivatorlarga tayangan kishilar ko‘proq qiyinchiliklarni boshdan kechirishadi.

Psixologik tayyorgarlikning ham bozor munosabatlariga moslashishda katta o‘rni bor. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, psixologik tayyorgarligi yuqori bo‘lgan respondentlar bozor sharoitlariga tez va samarali moslasha olishgan. Bu esa bozor o‘zgarishlariga chidamli bo‘lish, stressni boshqarish va tez qaror qabul qilish kabi ko‘nikmalarning bozor sharoitida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishda muhim ekanligini ko‘rsatadi. Shaxsning stressga chidamliligi va muammolarga yechim topish qobiliyati bozor sharoitlarida ijtimoiy va iqtisodiy jihatdan barqaror bo‘lishiga yordam beradi. Bunday psixologik tayyorgarlikning ahamiyatini e‘tiborga olgan holda, kelajakda shaxslar uchun maxsus treninglar va psixologik tayyorgarlik dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish kerakligi tavsiya etiladi.

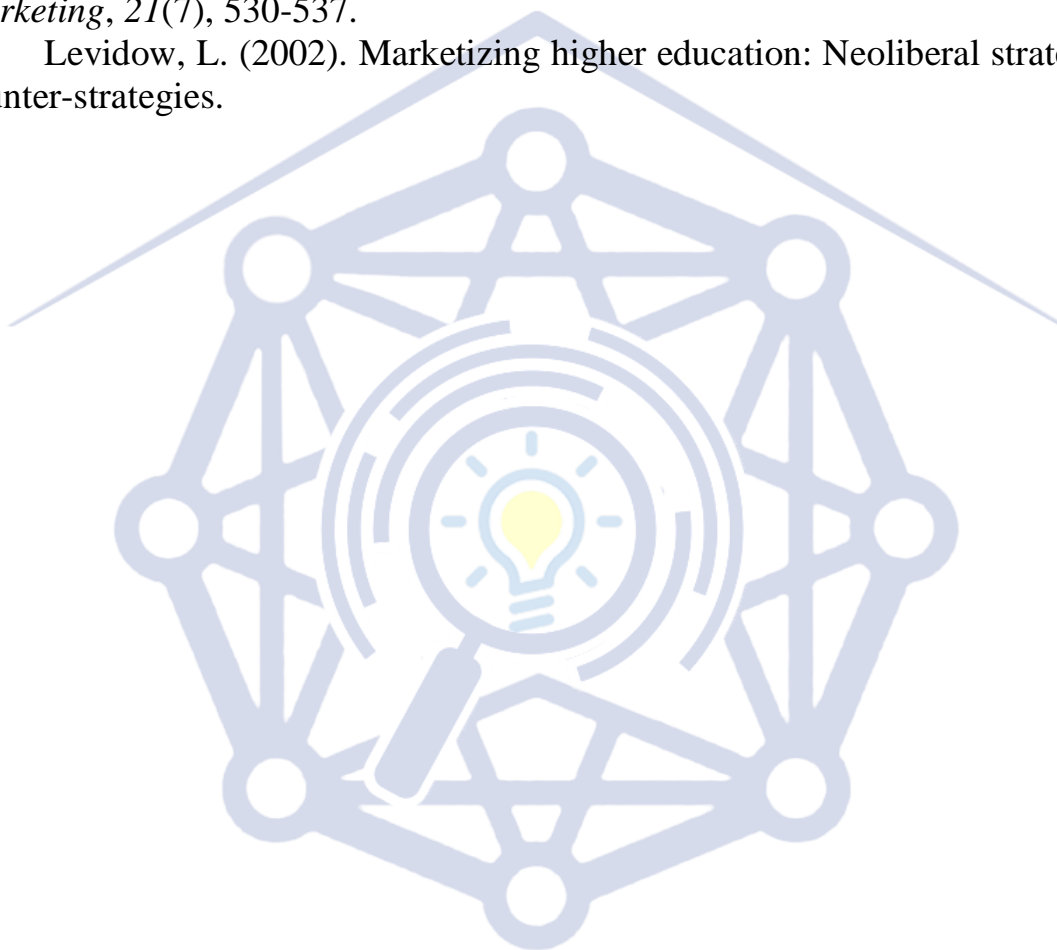
XULOSA

Bozor munosabatlariga moslashuv ijtimoiy-psixologik omillar bilan chambarchas bog‘liq bo‘lgan ko‘p qirrali jarayon ekanligini anglashimiz zarur. Shaxsning ichki motivatsiyasi, psixologik tayyorgarlik darajasi va ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash ushbu jarayonda asosiy o‘rin egallaydi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, bozor talablariga muvaffaqiyatli moslashish uchun shaxsning ichki motivatsiyasini rivojlantirish, psixologik tayyorgarligini oshirish va ijtimoiy tarmoq orqali doimiy qo‘llab-quvvatlash tizimini mustahkamlash zarurdir. Ushbu omillar o‘zaro bog‘liq holda bozor sharoitlarida muvaffaqiyatga erishish va barqarorlikni ta‘minlashda muhim rol o‘ynaydi. Bozor munosabatlariga moslashuv jarayoni yanada samarali bo‘lishi uchun jamoat tashkilotlari va hukumat tomonidan maxsus dasturlar, treninglar va psixologik maslahatlar tashkil etilishi foydali bo‘lar edi. Shu bilan birga, ish beruvchilar ham xodimlarning psixologik salomatligini nazorat qilish va ularni doimiy qo‘llab-quvvatlash tizimini rivojlantirishlari lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. Koval, E. S., & Sidorenkov, A. V. (2013). Socio psychological adaptation of workers and efficiency of small groups. *Russian psychological journal*, 3, 29-36.
2. Radevskaya, N. S., Veselova, E. K., Dvoretzkaya, M. Y., Korjova, E. Y., & Monakhova, L. Y. (2016). Educational environment of university—A model of international students’ socio-psychological adaptation to the ethno-cultural characteristics of society. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 7(2), 14.

3. Dmytrenko, M., Nesterenko, S., Oleksenko, R., Yeremenko, L., & Vasylychenko, O. (2021). Management of corporate responsibility in the business environment: Socio-psychological aspect. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*, 9(4), 323-346.
4. Schmidt, S. O., Tyler, K., & Brennan, R. (2007). Adaptation in inter-firm relationships: classification, motivation, calculation. *Journal of Services Marketing*, 21(7), 530-537.
5. Levidow, L. (2002). Marketizing higher education: Neoliberal strategies and counter-strategies.



Research Science and Innovation House

