

ИСТЕЪМОЛЧИЛИК ЖАМИЯТИДА ТАДБИРКОРЛИК АХЛОҚИ

Жаббаров Сардор Бурханович

Наманган муҳандислик-технология институти таянч докторанти

Илмий раҳбар ф. ф. д. проф. Абдирашид Мирзахмедов

Аннотация. Мақолада истеъмолчилик жамиятининг энг муҳим жиҳат ва хусусиятларининг ижтимоий-фалсафий таҳлили остида жамият аъзоларининг истеъمود кайфиятини ҳосил бўлиши ёритилган. Истеъмолчилик жамиятининг таърифлари асосида ижтимоий бегоналашувнинг миллий онг ва тафаккурда маънавий-ахлоқий одат ва анъаналарнинг леграцияси очиб берилган.

Калит сўзлар. Ижтимоий тараққиёт ва истеъмол, истеъмолчилик жамияти, халқ фаровонлиги ва истеъмол кайфияти, ижтимоий бегоналашув, тадбиркорлик ахлоқи.

Аннотация. В статье освещена формирование потребительское настроения населения на основе социально-философского анализа потребительского общества. На основе определения общество потребления зафиксировано социального отчуждения как фактор деградации духовно-нравственных ценностей и традиций в национальном сознании и мышлении.

Ключевые слова. Социальный прогресс и потребления, общества потребления, благосостояни народа и потребительское поведение, социальное отчуждение, этика предпринимательства.

Annotation. The article highlights the formation of consumer sentiment of the population based on the social analysis of consumer society. Based on the definition of consumer society, social exclusion is recorded as a factor of degradation of spiritual and moral values and traditions in national consciousness and thinking.

Keywords. Social progress and consumption, consumer societies, people's welfare and consumer behavior, social exclusion, ethics of entrepreneurship.

Кишилик жамияти тараққиётида ҳар бир халқ муайян ижтимоий тараққиёт босқичларини босиб ўтади. Шу боис, миллат ўз тараққиётининг устувор йўналишларини белгилаб стратегик муаммо ва тактик ечимларни аниқлайди. Ижтимоий ишлаб чиқариш ва истеъмол муносабатларида аҳолининг истеъмол кайфияти моддий ва маънавий омилларни ижтимоий муносабатларда намоён этади. Замонавий постиндустриал жамиятда ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг муаммолари янада яққол намоён бўлади. Чунки, истеъмолчилик жамияти маҳсулотларни ишлаб чиқариш ва сотиш жараёнида рақобатнинг беқиёс даражада кескин тус олиши туфайли муаммони ечимида реклама индустрияси ўсиб бориши билан изоҳланади. Ҳалқаро транснационал

компаниялар маҳсулотларни дунё бўйлаб тижорати туфайли ишлаб чиқарувчилар дунё бозорини эгаллаб олишга ҳаракат қилади. Шунинг учун ҳам тадбиркорлик ахлоқи истеъмолчилик жамиятининг муҳим омилidir.

Европа давлатларида истеъмолчиларнинг халқаро уюшмалари истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш билан шуғулланса, алоҳида давлатларда истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини муҳофаза этиш юзасидан давлатнинг меъёрий актлари қабул қилинган [7]. Истеъмолчилик жамияти деганда одамларнинг индивидуал тарзда бозорга мўлжалланган харид қилиш кайфиятининг устувор бўлган ижтимоий муносабатларнинг намоён бўлиши ҳисобланади. АҚШда ўтказилган сўровларда одамларнинг истеъмолчилик жамиятини намоён бўлиши ўзлари яшаётган шаҳарни катта супермаркет бўлса-ю, уни кириб айланиш, товарлардан сотиб олиш билан ўзларини бахтиёр ҳис этишини билдирганлар. Шу маънода шахс онгига истеъмолчилик рекламалари таъсири туфайли ёшларда эрта тонгда тамаки чекиш ёки энергетик ичимлик ичиш одатлантирилган. Оммавий капиталга асосланган ишлаб чиқариш шароитида моддий неъматларни оммавий истеъмоли билан боғлиқ оилавий янги одат ва қадриятларни жамиятда таркиб топиши ҳисобланади [5, 20 б; 6].

Мазкур масалада муҳим жиҳат одамларнинг истеъмолчилик ахлоқини англаши билан боғлиқ бўлиб, истеъмол қилиш одамларнинг ижтимоий мақомини белгилаши билан эгалик ҳиссида моддий неъматларга мўл-кўллик ҳис туйғулари билан ифодаланувчи ижтимоий-ахлоқий қадрият кўрсаткичидир. Шу боис одамларда истеъмолчилик кайфияти ижтимоий фанларда “Мода назарияси” нуқтаи назаридан илмий тадқиқ этилади. Ёшларда саб-тоқат, бориға шукр қилиш ахлоқи жиддий деградацияланади [4, 36 б]. Жамият тараққиёти туфайли одамларнинг моддий фаровонлиги моддий неъматларни саноат йўли билан ишлаб чиқаришнинг беқиёс даражада ўсиши туфайли харидорларнинг эҳтиёжини сунъий равишда ортиб бориши билан янги ижтимоий кайфият истеъмол ҳулқи ҳосил қилинади.

Замонавий Ғарб мамлакатларида истеъмолчилик жамиятида жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозларини олдини олиш учун маҳсулотларни тежамкорлик билан ишлатиш, энергия ресурсларини иқтисод қилувчи муқобил энергия таъминоти ҳамда чиқитсиз технологиялар тизими муҳим аҳамият касб этмоқда. Шарқ мамлакатларида этноконфессионал нуқтаи назардан мусулмоннинг турмуш тарзида “сабр-тоқат”, “шукроналик”, “ҳалол лукма”, “пешона тери” каби ахлоқий категорияларда истеъмолчилик маданияти меъёр сифатида белгилаб берилган. “Дарёнинг бўйида бўлсанг ҳам сувни исроф қилма!”, “Енг, ичинг, лекин увол қилманг!” каби илоҳий истеъмол фарзларидаги талаблар билан фикримизни далиллаймиз [2; 4, 40 б]. Шу маънода ўлкамизда истеъмолчилик жамиятининг белги ва хусусиятлари одамларда

молпарастлик, дабдаба, шоҳона ҳаётга интилиш каби моддий омилларга таянган ҳолда маънавий ахлоқий фазилатлардан мосуво бўлиш жоҳилликка майлни англатади. Одамлар орасида меҳр-оқибат, раҳм-шафқат кўтарилиб, пул ва мол энг муҳим ижтмий муносабатлар қадриятига айланади.

Истеъмолчилик жамиятининг яна бир муҳим ахлоқий жиҳати одамларда харид қувватини ортиши билан уйда кераксиз буюмларни тўлиб тошиши, эҳтиёждан ортиқ маҳсулот ва товарлар ишлатилмаса ҳам эгаллигини намойиш этишдир. Истеъмолчилик жамиятида товар ишлаб чиқариш билан бирга савдо сотиқни марказлашуви йирик савдо маркетларини аҳолига маҳсулотларни сотишда реклама ва ўзга кредит каби шаклларни кенг қўллашида ифодаланади. Аҳолига товар, маҳсулот ва турли хизматларни кўрсатишда жарчилик (реклама) ОАВнинг барча турларини қамраб олиши, хатто уяли мобил алоқаларни интернет тизими билан тотал равишда эгаллайди. Шундай бўлса-да “истеъмолчилик жамияти” атамасини илмий муомалага киритган Э. Фромм одамни товар ва маҳсулот, мол дунёга ўралашиб, ўзини “ёлғизлик”ка мубтало бўлиши, “соғлом турмуш ва молпарастлик” ўртасида қолишини ижтмий бегоналашув назарияси билан асослаб берган [10, 230 б]. Биз одамларнинг молпарастлик туфайли табиат ва жамиятга муносабатининг ўзгариши худбинлик ва жиззакилик билан ижтмий мураккаб вазиятни ҳосил қилиши ижтмий девиантлик ва жинойтчиликни ўсишига олиб келиши ҳақидаги хулосаларини қўллаб қувватлаймиз.

Истеъмолчилик жамиятида ишлаб чиқарувчи ва сервис соҳаси вакиллариининг зиммасига маҳсулотларнинг юксак истеъмол сифати учун маънавий ахлоқий масъулияти муҳим аҳамият касб этмоқда. Шу боисдан кейинги йилларда тадбиркорликнинг соғлиқни сақлаш ва саноат ишлаб чиқариш маҳсулотларига бўлган истеъмолчиларнинг норозилиги, Ўзбекистон Олий судида тиббий дори дармонларнинг сифатсизлиги туфайли чақалоқларнинг ўлими билан ҳам фикримизни далиллаймиз [8].

Кейинги йилларда аҳолини уй-жойга бўлган эҳтиёжини ортиши туфайли қурилиш соҳасида тадбиркорлик оммалашиб бормоқда. Тошкент шаҳрида шаҳарсозлик талаблари бузилиши туфайли янги қурилган уй-жой хонадонларни тўла коммунал хизматлар билан таъминлай олмаслик туфайли истеъмолчиларнинг аномал қиш ойларида маиший турмуш шароитини оғир ахволга солди. Аналогик ҳолатни Наманган шаҳрининг 3 кичик туман худуди мисолида ҳам таҳлил қилиниб, амалдаги шаҳарсозлик талаблари бузилиб, нотурар жойлар, яъни инфраструктура издан чиққан. Натижада, аҳолига дўкон, почта, этикдўзлик, чевархона каби хизмат кўрсатиш маконлари йўқ қилинган.

Бизнинг социологик кузатишларимизда мактаб, боғча ва ўзга хизмат кўрсатувчи бинолар билан бирга кўп қаватли турар-жойларни қурилиши амалда

коммунал хизматлар ва таъминотни барқарорлигини янада жиддий издан чиқаради. Боз устига қурилишни олиб боришда техника хавфсизлиги қоидаларини қўпол равишда бузилиши қузатилмоқда. Бу ҳол тадбиркорнинг аҳоли манфаатларини бузиши билан бирга нафақат моддий, балки маънавий ахлоқий жиҳатдан ахлоқий талабларни тартибга солишни талаб этади [3; 9].

Ҳар қандай давлатнинг тараққиёти ишлаб чиқариш ва истеъмол мувозанати, давлат бюджетини ўринли ҳаражати билан бирга аҳолини ўзига хос истеъмол маданиятини этноконфессионал асосда шакллантиришга эҳтиёж туғилади. Бу ҳол таълимнинг барча кесимларида ёшларнинг тежамкорлик маданияти асосида энергоресурлардан олқилона равишда фойдаланиш, айниқса. Электр, сув ва ўзга озиқ-овқат маҳсулотларини тежаб-тергаб ишлатиш билан давлатнинг куч-қудратига эришиш мумкин. Шу маънода ислом динида марказий масала сабр-тоқат билан бирга ҳалол-поқ турмуш кечириш, харомдан хазар қилиш, ўзгалар меҳнатини қадрлаш каби масалаларда фарзлар илм-фан билан шуғулланишни фарз қилинишида истеъмол маърифати мужассамдир [3, 93 б].

Биз истеъмолчилик жамияти шароитида тадбиркорлик ахлоқи юзасидан қуйидаги хулосаларимизни қиламиз:

Биринчидан. Янги Ўзбекистоннинг ижтимоий иқтисодий, маданий тараққиёти ҳалқ фаровонлиги, “Инсон манфаатлари устунлиги” аҳолини истеъмол маданиятини ривожлантиришга эҳтиёж туғдиради. Жамиятда одамларнинг товар моддий ашёларни оқилона истеъмоли, табиий ресурслардан тежамкорлик билан фойдаланиш, тўй-тамошаларда молпарастлик, дабдабалардан воз кечган ҳолда миллий анъаналарга садоқат билан маросимларни ташкили мақсадга мувофиқдир. Шу маънода истеъмолчилик соҳасида ҳам ёшларнинг тарбияси таълим тизими вазифаларига киради.

Иккинчидан, Саноат ишлаб чиқариши ҳорижий ва миллий бозорларда товар ва хизматларнинг беқиёс ўсиши реклама ва ўзга ахборот воситаларни одамларнинг манфаатига зид ҳатти ҳаракатларини ахлоқий тартибга солишга тўғри келади.

Учинчидан, аҳоли ҳаёти соғлиғи ва турмушига бевосита боғлиқ бўлган товар ва хизматларни сифатини жиддий равишда истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилишда ҳуқуқий кафолатларини ишлаб чиқишга тўғри келади.

Адабиётлар

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления -М.: Республика 2006. -256 с.
2. Дарёнинг бўйида бўлсанг ҳам сувни исроф қилманг!!! <https://hidoyat.uz/72709>.
3. Мирзахмедов А. Феномен ислама// Социологические исследования. 2003. - №3. –С. 93-96

4. Мирзахмедов А. М. Терпимость как исламская правовая культура// Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. – 2017. –№ 1(37). –С. 36-44
5. Мирзахмедов А.М., Мирзахмедов Х. А., Абдухоликова Н.А. Семейная жизнь в Центральной Азии: проблемы отцов и детей// Кронос: общественные науки. – 2021. –№2 (22). –С. 20–29.
6. Общество потребления// <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
7. Consumer Protection Cooperation Network// <https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer>
8. Ўзбекистонда “Док-1 Макс” дорисидан 65 нафар бола ҳалок бўлган - Олий суд// <https://doridarmon.uz/uz/news/zbekistonda-dok-1-maks-dorisidan-65-nafar-bola-alok-blgan-olij-sud>
9. Ўзбекистон Республикасининг “Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини химоя қилиш тўғрисида” Қонуни// <https://lex.uz/docs/4704>
10. Фромм Э. Человек одинок. -М.: Иностранная литература, -1966. -№1 - С.230-233.