

## ISTE'MOLCHI AXLOQINING IJTIMOYIY-MADANIY VA IQTISODIY RIVOJLANISHGA TA'SIRI

**Akmal Axmedovich Axmedov**

Toshkent Xalqaro Moliyaviy Boshqaruv va Texnologiyalari Universiteti "Ijtimoiy-gumanitar fanlar va tarix" kafedrası dotsenti

## ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЭТИКИ НА СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ И ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

**Акмаль Ахмедович Ахмедов**

Доцент кафедры «Социально-гуманитарных наук и истории»  
Ташкентского международного университета финансового менеджмента и технологий

## THE IMPACT OF CONSUMER ETHICS ON SOCIO-CULTURAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT

**Akmal Akhmedovich Akhmedov**

Associate Professor of the Department of Social and Humanitarian Sciences and History of the Tashkent International University of Financial Management and Technology



E-mail:

[akmal.axmedov@mail.ru](mailto:akmal.axmedov@mail.ru)

Orcid: 0009-0009-2015-2152

**Annotatsiya:** Mazkur maqolada iste'molchi axloqining jamiyatning ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri tahlil qilinadi. Iste'molchi madaniyati va xulq-atvori jamiyatda barqarorlik, adolatli bozor munosabatlari hamda iqtisodiy o'sishga ta'sir etuvchi muhim omillardan biri sifatida qaraladi. Shuningdek, maqolada iste'molchi huquqlarini himoya qilish, axloqiy me'yorlarga asoslangan xarid qilish madaniyati va unga ta'sir etuvchi ijtimoiy faktorlar o'rganiladi.

**Kalit so'zlar:** Iste'molchi axloqi, ijtimoiy madaniyat, iqtisodiy rivojlanish, bozor munosabatlari, iste'molchi huquqlari, etika, barqaror rivojlanish, iste'mol madaniyati.

**Аннотация:** В статье анализируется влияние потребительской этики на социально-культурное и экономическое развитие общества. Потребительская культура и поведение считаются одними из важнейших факторов, влияющих на стабильность в обществе, справедливые рыночные отношения и экономический рост. В статье также рассматриваются вопросы защиты прав потребителей, культура покупок, основанная на этических нормах, и социальные факторы, на нее влияющие.

**Ключевые слова.** Потребительская этика, социальная культура, экономическое развитие, рыночные отношения, права потребителей, этика, устойчивое развитие, культура потребления.

**Abstract:** The article analyzes the influence of consumer ethics on the socio-cultural and economic development of society. Consumer culture and behavior are considered to be among the most important factors influencing stability in society, fair market relations and economic growth. The article also considers issues of consumer protection, a shopping culture based on ethical standards and social factors influencing it.

**Key words:** Consumer ethics, social culture, economic development, market relations, consumer rights, ethics, sustainable development, consumer culture.

## **KIRISH (ВВЕДЕНИЕ / INTRODUCTION).**

Iste'molchi axloqi jamiyatning umumiy ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy rivojlanishiga jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Iste'molchi axloqi jamiyatda qanday turdagi qadriyatlar va normalarning ustunlik qilishi va qanday o'zgarishlarga duch kelishini belgilaydi. Masalan, ekologik axloqiy me'yorlarga ega bo'lgan iste'molchilar jamiyatda barqaror rivojlanish va ekologik mas'uliyat kabi qadriyatlarni targ'ib qiladilar. Bu esa barqaror iste'mol odatlarini shakllantiradi va jamiyatdagi turmush tarzi hamda e'tiqodlarni o'zgartiradi. Iste'molchilarning xulq-atvori milliy madaniyatning bir qismi bo'lib, turmush tarzi va identifikatsiyaga ta'sir ko'rsatadi. Iste'molchilarning mahsulot tanlashdagi afzalliklari milliy o'ziga xoslikni, urf-odatlarini va an'analarni shakllantirishi yoki o'zgartirishi mumkin. Masalan, mahalliy ishlab chiqarilgan mahsulotlarni tanlash milliy g'urur va o'z madaniyatiga bo'lgan hurmatni ifoda etadi. "Turli millat va xalqlarning keng ma'nodagi ijtimoiy, ma'naviy, axloqiy va estetik ideallari mavjud va ularni avaylab-asrash, ularga tayangan holda odamlar hayotini tartibga solish insonparvar jamiyatning asosiy belgilaridan birini tashkil etgan. Ayniqsa, bugungi kunda, etakchilikni da'vo qilayotgan davlatlar daromad olish va iste'molchilik kayfiyatiga qaratilgan tuban qadriyatlarni asl qadriyat sifatida dunyo xalqlariga taqdim etayotgan bir sharoitda unga qarshilik ko'rsatish hamda milliy madaniy-ma'naviy ildizlarni saqlashga intilish muhim ahamiyat kasb etadi" [2].

**ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODLAR (ЛИТЕРАТУРА И МЕТОДЫ / MATERIALS AND METHODS).** Iste'molning ijtimoiy falsafasining asoslari iste'molni iqtisodiy, sotsiologik, psixologik, madaniy va marketing o'lchovlarini qamrab oluvchi hodisa sifatida ko'p qirrali tushunishni o'z ichiga oladi. O'zbekistonda iste'molchi odob-axloqi jahon iste'mol tendensiyalari ta'sirida shakllangan bo'lsa, milliy madaniyat va mahalliy an'analar sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Mamlakat iqtisodiyotida asosiy omillar daromadlar dinamikasi, turmush darajasi va chakana savdo infratuzilmasining rivojlanishi hisoblanadi. Iste'mol uch darajada kontseptsiyalanadi: individual faoliyat (iste'molchi odatlari), boshqaruv obyekti sifatida (davlat iste'mol siyosati) va ijtimoiy institut sifatida (iste'mol ijtimoiy boshqaruv elementi

sifatida). P.V.Dashinning "Iste'mol bozorining ijtimoiy-struktur xususiyatlari" nomli tadqiqot ishida iste'mol bozorining ijtimoiy va tuzilmaviy jihatlarini falsafiy nuqtai nazardan ko'rib chiqilgan. Asosiy e'tibor iqtisodiyot, jamiyat va madaniyat o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikka qaratilgan. Muallif iste'mol modellarini jamiyatning turli guruhlarini, sinfiy tuzilmasi va ijtimoiy jarayonlar bilan bog'liq holda tahlil qiladi. Muallif iste'mol bozorini jamiyatning o'zgarishi bilan bog'liq holda ko'radi, bu esa ijtimoiy-struktur yondashuv uchun kuchli asos yaratadi. Biroq, iqtisodiy omillar chuqurroq yoritilmagan: bozor mexanizmlarining o'zi emas, balki uning ijtimoiy ta'siri ko'proq tahlil qilingan [3].

G'arb iste'mol qadriyatlarining kirib kelishiga qaramay, o'zbek madaniyatida kollektivizm, o'zaro yordam va resurslardan tejamkorlik bilan foydalanishga e'tibor saqlanib qolgan, bu esa uni G'arbdagi ko'proq individual va gedonistik iste'mol tendentsiyalaridan ajratib turadi. L.I. Xvoyevskaya tadqiqot ishi mavzusining tanlanishi o'z davrning iqtisodiy va ijtimoiy o'zgarishlari, shuningdek, post-sotsialistik makonlarda iste'molchilar xulq-atvorining yangi shakllanib borayotgan jarayonlariga bag'ishlanishidan dalolat beradi. Avvalgi adabiyotlar va nazariy yondashuvlarga tayanib, muallif ijtimoiy marketing konsepsiyasini nafaqat tijorat maqsadlari balki ijtimoiy qadriyatlarni shakllantirish, sog'lom iste'mol odatlarini targ'ib qilish va regional xususiyatlarni hisobga olish orqali tahlil qiladi [4].

**MUHOKAMA (ОБСУЖДЕНИЕ / DISCUSSION).** Iste'molchi axloqi jamiyatda axloqiy me'yorlar va ma'naviyatni tarbiyalaydi. Mas'uliyatli iste'molchilar jamiyatdagi tenglik, adolat va ijtimoiy birdamlik tamoyillariga e'tibor berib, ijtimoiy barqarorlikka hissa qo'shadilar. Shuningdek, o'z ehtiyojlarini qondirishda odillik va boshqa manfaatlarni inobatga oluvchi axloqiy qarorlar jamiyatdagi ma'naviy muhitning yaxshilanishiga olib keladi. Iste'molchilarning xulq-atvori va afzalliklari ijtimoiy o'zgarishlarga yo'l ochadi. Masalan, barqaror va adolatli iste'mol qadriyatlarini targ'ib qilish yangi ijtimoiy harakatlarni, ijtimoiy mas'uliyatni va ekologik axloqiy tamoyillarni targ'ib qilishga olib keladi. Bu esa jamiyatning umumiy axloqiy standartlarini yaxshilaydi va turmush tarzini o'zgartiradi.

Iste'molchi axloqi iqtisodiy bozorni shakllantiradi. Iste'molchilarning afzalliklari va talabiga mos ravishda ishlab chiqaruvchilar mahsulot va xizmatlar taklifini o'zgartiradilar. Masalan, sog'lom turmush tarzini targ'ib qiluvchi iste'molchilarning o'sishi sog'lom oziq-ovqat mahsulotlari, ekologik toza mahsulotlar va xizmatlar bozorini kengaytiradi. Bu esa ishlab chiqaruvchilarni innovatsiyalar yaratishga, mahsulot sifatini oshirishga va iqtisodiy raqobatbardoshlikni kuchaytirishga undaydi. Mas'uliyatli iste'molchilar axloqi iqtisodiy rivojlanishni uzoq muddatda barqaror va muvozanatli bo'lishiga yordam beradi. Ular barqaror va ekologik mahsulotlarga talab yaratib, ishlab chiqaruvchilarni ekologik mas'uliyatli faoliyat yuritishga undaydi. Bu esa tabiiy resurslarning saqlanishiga, atrof-muhitni muhofaza qilishga va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga xizmat qiladi. "Iste'molchilarning xulq-atvori deganda tovar harid qiluvchilarning tovarni (xizmatni) tanlash va sotib olish jarayonida tushunib yetgan hatti-harakatlarining majmui tushuniladi" [1].

Iste'molchilarning yangi ehtiyojlari va afzalliklari innovatsiyalarni rag'batlantiradi. Bozor talabiga mos ravishda ishlab chiqaruvchilar yangi mahsulotlar va xizmatlar yaratadi, bu esa iqtisodiy o'sishni tezlashtiradi. Shuningdek, iste'molchilarning axloqiy tamoyillari iqtisodiy faoliyatda korxonalar va tashkilotlarni axloqiy qadriyatlar, adolatli savdo va ijtimoiy mas'uliyatni inobatga olishga undaydi. Iste'molchilar xulq-atvori mehnat bozoriga ham ta'sir ko'rsatadi. Iste'molchilikning rivojlanishi yangi sohalar va xizmatlar talabini oshiradi, bu esa yangi ish o'rinlari yaratadi.

**NATIJALAR (РЕЗУЛЬТАТЫ / RESULTS).** Iste'molchi axloqi ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy rivojlanish uchun muhim omildir. U jamiyatdagi qadriyatlar, turmush tarzi va iqtisodiy faoliyatni belgilab, ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanish jarayonlariga ta'sir qiladi. Jamiyatning axloqiy qadriyatlari va iqtisodiy jarayonlari o'zaro bog'liq bo'lib, iste'molchi axloqi ushbu bog'liqlikning muhim mexanizmi sifatida rol o'ynaydi. Iste'molchi axloqining O'zbekistonning ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy rivojlanishiga ta'sirini falsafiy tahlil qilish G'arbda kechayotgan jarayonlardan farq qiluvchi tarixiy, madaniy va diniy jihatlarni o'z ichiga olgan murakkab va ko'p qirrali muammodir. O'zbekistonning an'anaviy jamiyatida zamonaviy

G'arbdan farqli o'laroq, moddiy iste'mol diniy va ma'naviy ta'limotlardan kelib chiqqan qadriyatlar tizimi bilan chegaralangan edi. Bu yerda iste'mol jamoa, oila va jamoa (mahalla) doirasida tartibga solingan. Bunda asosiy e'tibor moddiy emas, ma'naviy qadriyatlar, ya'ni kattalarga hurmat, o'zaro yordam, mahalla hamjihatligi kabilarga qaratildi. Bu tizimli iste'molning paydo bo'lishini cheklab qo'ydi va individual moddiy ehtiyojlarga e'tiborni chekladi. Moddiy iste'molni ma'naviy hayotdan ikkinchi darajali deb hisoblaydigan so'fiylik va islomiy tamoyillar axloqiy iste'mol me'yorlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

**XULOSA (ЗАКЛЮЧЕНИЕ / CONCLUSION).** O'zbekistonda iste'molchi axloqi ijtimoiy-madaniy me'yorlar va iqtisodiy amaliyotlarni tushunish mumkin bo'lgan hal qiluvchi obyektiv bo'lib xizmat qiladi. Iste'molchi xulq-atvorini qo'zg'atuvchi motivlar kengroq ijtimoiy dinamika va qadriyatlarni aks ettiradi, madaniy o'ziga xoslikni va iqtisodiy amaliyotni shakllantiradi. Shu bilan birga, iste'molga qarshi harakatlar iste'mol madaniyatining ta'siri haqida o'sib borayotgan xabardorlik va fikrlashdan dalolat beradi, bu o'z taqdirini o'zi belgilashning yangi shakllariga olib keladi va kelajakdagi iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishga potentsial ta'sir ko'rsatadi. Iste'molni rag'batlantirish va axloqiy tartibga solish o'rtasidagi muvozanat iste'mol madaniyati va axloqi mamlakat ijtimoiy tuzilishi va iqtisodiy taraqqiyotini qanday shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

#### **ADABIYOTLAR RO'YXATI (ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА / REFERENCES)**

1. Boyjigitov S.K. Xaridorlar (Iste'molchilar) va mijozlar xulq-atvori modeli // Экономика и социум. 2023. №6-2 (109).
2. Yarashov S. Axloqiy taraqqiyotga global tahdidlarning ta'siri // Academic research in educational sciences. 2022. – B. 132-136.
3. Дашин П.В. Социоструктурные характеристики потребительского рынка : автореферат дис. ... кандидата философских наук. - Краснодар, 2007. – 30 с.
4. Хвоевская Л.И. Социальный маркетинг потребительского поведения : Общие и региональные аспекты: диссертация ... кандидата социологических наук. - Ростов-на-Дону, 1999. – 159 с.