



ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИ ИЖТИМОЙ МАСЪУЛЛИГИНИНГ АСОСИЙ БЕЛГИЛАРИ ВА АМАЛ ҚИЛИШ ТАМОЙИЛЛАРИ

Байисбайев Жавлон Нурланович -
Тошкент давлат иқтисодий
университети докторанти

doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss3/a75

Аннотация. Ушбу мақолада тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъулияти, ижтимоий масъулиятнинг асосий белгилари, ижтимоий масъулиятнинг амал қилиш тамойиллари, иқтисодий моҳияти, олимларнинг бу борада қарашлари, фикрлари ўрганилган. Ижтимоий масъулликнинг тадбиркорлар фаолиятидаги аҳамияти, тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъулигини оширишда давлатнинг ўрни, ижтимоий масъулликни оширишдаги асосий муаммолар атрофлича ўрганилган ва бу муаммоларнинг ечими сифатида илмий асосланган хулоса ва таклифлар келтириб ўтилган.

Калит сўзлар: ижтимоий масъулият, тадбиркорлик, субъект, жамият, ижтимоий тадбиркорлик, даромад, ёшлар, инновация, тараққиёт, талаб, таклиф, эҳтиёж.

ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ И ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Байисбаев Джавлон Нурланович -
Докторант Ташкентского государственного
экономического университета

Аннотация. В данной статье исследуется социальная ответственность хозяйствующих субъектов, основные признаки социальной ответственности, принципы действия социальной ответственности, экономическая сущность, взгляды, мнения ученых на этот счет. Подробно изучена важность социальной ответственности в деятельности предпринимателей, роль государства в повышении социальной ответственности субъектов предпринимательства, основные проблемы в повышении социальной ответственности, приведены научно обоснованные выводы и предложения в качестве решений этих проблем.

Ключевые слова: социальная ответственность, предпринимательство, субъект, общество, социальное предпринимательство, доход, молодежь, инновации, прогресс, спрос, предложение, потребность.

THE MAIN SIGNS AND PRINCIPLES OF ACTION OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS ENTITIES

Bayisbayev Javlon Nurlanovich -
Doctoral student of Tashkent State University of Economics

Annotation. This article explores the social responsibility of business entities, the main signs of social responsibility, the principles of action of social responsibility, the economic essence, the views, opinions of scientists in this regard. The importance of social responsibility in the activities of entrepreneurs, the role of the state in increasing the social responsibility of business entities, the main problems in increasing social responsibility have been studied in detail, and scientifically based conclusions and proposals have been cited as solutions to these problems.

Keywords: social responsibility, entrepreneurship, subject, society, social entrepreneurship, income, youth, innovation, progress, demand, supply, need.

Кириш. Бутун дунё тажрибасида тадбиркорлик давлат ташкилотлари билан халқни боғлаб турадиган, аҳоли ўртасида мавжуд бўлган энг долзарб муаммоларни олиб чиқадиган алоҳида бир сектор ҳисобланади.

Ижтимоий муаммоларни ҳал этишга йўналтирилган кўплаб соҳалар сингари янги иш ўринлари яратиш, аҳоли бандлигини таъминлаш, тадбиркорлик ташаббусларини, айниқса, ёшлар ва аёллар тадбиркорлигини қўллаб-қувватлашга алоҳида аҳамият бериб ўтиш лозим.

Президентимиз Ш.М. Мирзиёев томонидан “иқтисодий ислохотларни қатъий давом эттирамиз, ички имкониятларни тўлиқ сафарбар қилиб, хусусий секторни янада қўллаб-қувватлаймиз. Бунинг учун, энг аввало, тадбиркорлик муҳитини тобора яхшилаш бўйича ислохотлар-

ни жадаллаштирамиз”[1] деб таъкидланганида бу тадбиркорлар олдида очилган янги имкониятлар эшиги эканлигини айтиш лозим.

Тадбиркорларнинг ижтимоий масъулият (ТИМ) масаласи ривожланган мамлакатларда тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда ҳар тарафлама, ҳатто фойда олишдан-да муҳимроқ вазифа деб қабул қилинган. Чунки ҳар бир корхона даромад олиш, жамиятнинг ривожланишига ўз ҳиссасини қўшиш билан бирга табиатга зарар етказмасликка ҳаракат қилишни ўз бурчи деб билади. Масалан, Буюк Британиянинг энг чекка қишлоқларида ҳам каттаю кичик корхоналар ўз обрўси ҳақида қайғуради, фаолияти ҳақида жамоатчилик олдида ҳисобот беради [2].

Тадбиркорлик фаолиятида ТИМ тамойилларини амалга оширишнинг кўплаб афзалликлари мавжуд [3].

Биринчидан, ТИМнинг муҳим талабларидан бири атроф-муҳит ва экологияга зарар келтиришни минималлаштиришдир. Бу корхоналарга энергия ва ресурслар учун қилинадиган сарф-харажатларни камайтиришга ёрдам беради. Яъни сув, электр ёки бошқа ресурсларни тежасак, ой якунида тўловларимиз ҳам камроқ бўлади. Бундан ташқари ижтимоий муаммолар билан шуғулланиш тадбиркорнинг савдо ҳажмини оширишига ёрдам беради, яхши обрўга эга бўлиш, халқ орасида масъулиятли тадбиркор сифатида танилиш шу корхонада ишлаб чиқарилган маҳсулотни сотиш ҳажмини кўпайтиради. Масалан, Буюк Британиядаги Unilever transnational истеъмол маҳсулотлари ишлаб чиқариш компанияси ўз карбон (CO₂) эмиссиясини камайтириш, сувдан фойдаланишни чеклаш орқали коммунал тўловлар миқдорини камайтиради. Шунингдек, санитария меъёрлари тарғиботи орқали ўз совун маҳсулотларини сотиш ҳажмини кўпайтирди [4].

Иккинчидан, ТИМ стратегияси ходимларнинг ташкилотга садоқатини оширишга ёрдам беради ва ишга келмаслик даражасини пасайтиради, ходимларни ёллаш ва улар билан ишлашни осонлаштиради, ташкилот учун зарур бўлган қимматли кадрларни жалб қилишга ёрдам беради. Масалан Google олти йилдан бери Fortune-нинг “ишлашга қулай бўлган 100 та энг яхши компания” рўйхатида биринчи бўлиб келмоқда. Сабаби ҳар жума кунини бепул озик-овқат, ичимликлар, сартарошхона хизматларини таъминлайди, оналар билан биргаликда оталар учун ҳам декрет беради, уч ойлик таътилга рухсат беради. Бундан ташқари Google тўсатдан вафот этган ходимнинг турмуш ўртоғига ўн йил давомида ўша ходими маошининг 50 фоизини беради [5].

Учинчидан, Ғарбда маҳсулот сотиб олиш орқали жамият ривожига ҳисса қўшишни ўйладиган мижозлар талайгина. ТИМ сиёсатини омага тарғиб қилиш орқали бизнесменлар шундай мижозларни жалб қилишади. Масалан, пойабзал ишлаб чиқарувчи Toms shoes компанияси асосчиси Vleyk Maykoski ана шундай истеъмолчилар эҳтиёжини қондириш орқали катта муваффақиятга эришган. Компания сотилган ҳар бир жуфт пойабзали учун Африкада муҳтож бўлганларга бошқа бир жуфт пойабзалини совға қилади. Компания 2006 йилдан бери 60 миллион жуфт пойабзал совға қилгани билан фахрланади [6].

Ушбу стратегияни Ўзбекистон бизнес амалиётида ҳам осонлик билан амалга ошириш мумкин. Масалан, адрас ишлаб чиқаришдан

олинган даромад қишлоқларда яшаш шароитини яхшилашга хизмат қилиши жаҳон ҳамжамиятига тарғибот қилинса, бу маҳсулотни Ғарбда сотиш ҳажми кўпаяди.

Тўртинчидан, ТИМ амалиётлари ташкилотларга содир бўлиши мумкин бўлган мижозлар бойкотининг олдини олишга, бозорда эса рақобатчилар орасида кўпроқ манфаатларга эга бўлишга ёрдам беради. Масалан, 2018 йилда Nestle компанияси Greenpeace томонидан уюштирилган бойкотга жавобан палма ёғи таъминоти тизимида ўрмонлар ҳудудининг камайтиришига йўл қўймасликка қаратилган режа ишлаб чиқди. Шу билан биргаликда, ўрмонларни камайтиришга қарши курашувчи “Forest Trust” нодавлат ташкилоти билан ҳамкорлик ўрнатди. Саккиз йил олдин атиги 18 фоиз палма ёғи масъулиятли таъминот тизими орқали олинган бўлса, ҳозирда ушбу кўрсаткич 100 фоизга етказилди, яъни компания палма ёғини фақат ўрмонларни йўқ қилмайдиган корхоналардан ола бошлади. Мана шу орқали Nestle бойкотни самарали бартараф этди [7]. Бу каби ёндашувни Ўзбекистонда ҳам қўллаш мумкин. Жумладан, пахта ишлаб чиқаришда КИМ стратегияси ва ғояси тарғиб этилса, маҳаллий текстиль маҳсулотларга қарши қилинган бойкот ҳаракатларининг олдини олишда самарага эришиш мумкин. Бу йўналишда “Cotton campaign” ташкилоти билан тегишли йўл харитаси тузса бўлади.

Бешинчидан, кучли ТИМ сиёсати эга компаниялар сармоядорларни жалб қилишади, чунки бу стратегиялар тадбиркорларга потенциал рискларни бошқаришга ёрдам беради ва бу орқали улар бозордаги рақобатчилар орасида устунликка эга бўлади. Ғарбдаги ахлоқ қоидаларига риоя қилувчи сармоядорлар ва акциядорлар кучли ТИМ сиёсати бўлган фирма ва ташкилотларга кўпроқ эътибор беради. Агар ўзбек компаниялари ўзларининг молиявий шароитларини маҳаллий даражада ёки халқаро миқёсда ривожлантиришни истаса, ТИМ тамойилларига амал қилиш, уларни амалиётга татбиқ этиш орқали ана шундай инвесторларни жалб эта олади.

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Charlitz Leadbeater жамиятни ривожлантириш ва юқори ижтимоий мақсадлар билан боғлиқ кўплаб тадбирларни амалга оширишни талаб этади ва тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллигини кучайтиришга сабаб бўлиб хизмат қилади [8].

Муаллифларнинг биринчи гуруҳи асосий таърифи бўлган тадбиркор шахсига қаратилган. Ж.Г.Дизнинг таъкидлашича, тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллиги – бу, айниқса, ижодий ва инновацион етакчининг натижаси ва яратилиши. Унинг натижасида эса

янги ижтимоий муҳитга мос маҳсулотлар яратилади [9] деб келтириб ўтган.

Жон Элкингтон тадбиркорларнинг ижтимоий масъуллигини бизнес тузилмаларини ҳар хил вазиятларда ва иқтисодий иқлим шароитида қўлланиладиган уч хил моделга бўйсунувчи деб таърифлаган [10].

Девид Борнштейн тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллиги кўплаб ижодий, ноанъанавий стратегиялардан фойдаланилади, шу туфайли, ҳатто “ижтимоий инноватор” атамасини “тадбиркорнинг ижтимоий масъуллиги” атамаси билан алмаштириб ишлатган [11].

Памела Хартиган ўзининг “Ақлсиз одамларнинг кучи” китобида тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллиги, кўпчилик айтганидек, асоссиз тушунча эмас эканлигини аниқлади. Уларнинг таъкидлашича, бу эркаклар ва аёллар бошқалар фойда кутмаган жойларда ижтимоий ишлаб чиқаришда фойда кўришади. Шунингдек, улар ўзларининг корхоналари ишламай қолишини кўрсатадиган далилларни эътиборсиз қолдирмайдилар ва ўлчаш учун жиҳозланмаган натижаларни ўлчашга эришадилар [12].

А.Холов Ўзбекистон ёшларида тадбиркорлик ижтимоий масъулиятини оширишнинг сиёсий-мафкуравий жиҳатларининг демократик жараёнлар билан уйғунлиги, давлат ва жамият бошқарувида, фуқаролик жамияти асосларини ривожлантиришдаги ўзига хос хусусиятлари ва амал қилиш механизмларини татбиқ қилиш заррлигини [13] айтиб ўтган.

Ж.Б.Давлетов тадбиркор ўз ташаббуси ва маблағи билан ижтимоий-иқтисодий ҳаётни юксалтиришга хизмат қилади, ўз фаолияти учун масъуллик жамиятда ишбилармонлик муҳитини яратади, унда халқ манфаатларига хизмат қилиш туйғусини шакллантиради, ундаги янгиликка, инновацияга ўчлик мамлакатимизда амалга ошириладиган ислохотлар моҳиятига ва динамизмига муофиқ бўлиши керак [14] деб келтириб ўтган.

Тадқиқот методологияси. Ушбу илмий тадқиқот ишимизни ёритишда иқтисодий таҳлил, аналитик таҳлил усуллари билан фойдаланилди. Таҳлилларда мамлакатимизда тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллигини оширишга ва соҳага оид бошқа бир қатор муаммоларни ўрганишга эришилди. Маълумотлар қиёсий таҳлил усули бўйича таҳлиллар амалга оширилиб, мавзунини кенгроқ қилиб ёритиб беришга ҳаракат қилинди. Натижада муаммолар аниқланиб, муаммоларга тегишли илмий асосланган таклифлар берилди ва мушоҳада қилиш асосида илмий хулосаларга келинди. Тадқиқот

объекти сифатида тадбиркорлик субъектлари фаолияти ўрганилди.

Таҳлил ва натижалар. Ўзбекистон ёшларида тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллиги мазмун-моҳияти муаммоларини ҳал этишнинг методологик тамойиллари қуйидагилар [12]:

Объективлик тамойили тадбиркорликнинг ижтимоий-сиёсий жараёнлар, воқеа-ҳодисаларга нисбатан мавжудлик моҳиятидан келиб чиққан ҳолда ёндашувни тақозо этади. Зеро, ушбу тамойил бугунги кунда инсониятнинг диққат марказида объектив тарзда мавжуд бўлган “одам ва олам” ҳамда унинг яшаб қолишини умумсайёравий воқелиқдан келиб чиққан ҳолда ҳеч қандай ўзгариш, кўпайтириш ҳамда мутлақлаштирмасдан муносабатда бўлишни ва шу асосда тадбиркорлик муаммоларини объектив тарзда ҳал этишни кўрсатади.

Замонавийлик ва анъанавийлик тамойили. Унга мувофиқ, тадбиркорликни шакллантиришда тарихий давр ва ўтмиш тажрибаси, унинг ўзига хос шарқона хусусиятлари билан боғлиқ жиҳатларига эътибор қаратишдан иборат. Шунингдек, мазкур тамойилнинг мазмун-моҳияти, унинг йўналишлари, мезон ва хусусиятлари ҳамда муаммоларини бартараф қилиш омилларига нисбатан, тарихий тараққиёт, унда одам ва олам муаммоларининг уйғунлиги, ер, сув ва ҳавони чекланган деб билиб, барча тирик жонзот учун яшаш манбаи тўғрисидаги фикрлар (“Авесто”, “Сиёсатнома”, “Бобурнома”, “Ҳайрат ул-аброр” ва ҳоказо) нуқтаи назардан ёндашувни билдиради. Шунинг баробарида, замонавийлик мазкур муаммога бугунги кун, яъни глобаллашув ва модернизациялашув воқелигидан келиб чиққан ҳолда муносабатда бўлишни билдиради.

Тизимлилик тамойилида асосий эътибор тадбиркорлик масъуллиги ўзига хос жиҳатларини тадқиқ этишда унинг ягона тизим эканлиги, таркибий қисмлари эса шу тизимнинг маълум бир қирраларини ташкил этишга қаратилади. Масалан, тадбиркорликни шакллантирувчи омиллар: инсон омили, табиат ресурслари ва ундан оқилона фойдаланишнинг ўзига хос хусусиятлари, кўриниши муштарак мақсадга хизмат қилишни тақозо этади.

Умумий алоқадорлик тамойили тадбиркорлик масъуллигининг иқтисодий, сиёсий либераллашув жараёнлари ҳамда қатор фаолият турлари, кичик бизнес, хусусий бизнес ва тамаддунлар, мамлакатлар ва давлатлар, тизимлар, минтақа ва ҳудудлар, бевосита ва билвосита бир-бирига ўзаро узвий боғлиқ ҳамда бири иккинчисини тақозо этишини, шу асосда бир бўлиб муаммони бартараф этишни кўрсатади. Тадбиркорликни амалга ошириш ва ташкил

этишда мақсад, маслак ва манфаатлар уйғунлигини ҳисобга олиш ва шу нуқтаи назардан баҳо беришни талаб этади.

Ривожланиш тамойили мазкур фан ва билимларимиз доирасида муаммони ўрганиш ва таҳлил этиш, шу асосда тадбиркорлик масъуллигини тадқиқ этишнинг диалектик йўлини, яъни билимларимиз оддийдан мураккабга, ноаниқликдан аниқлик томон боришини кўрсатади. Дарҳақиқат, бугунги глобаллашув ва модернизациялашув жараёнида информацион ахборотлар ривожли тадбиркорлик масъуллиги ва маънавийтини белгилаш, унинг йўналишлари ва мўлжалларини аниқлаш, синергетик ривожланишнинг ўзига хос хусусиятлари, унинг барча мураккабликларини қонуний муштарақ тарзда кўра билишни, баҳолай олиш, англаш ва тегишли хулоса чиқаришни кўрсатади. Табиийки, табиат-жамият ва инсоният тараққиётининг ривожланиши ўз ички мантиғи, ривожланиш, ўзгариш, янгиланиш жараёнлари (қарама-қаршиликлар бирлиги қонуни, миқдор ўзгаришининг сифат ўзгариши билан боғлиқлиги ҳамда инкорни инкор этиш) билан уйғун тарзда кечади.

Ворисийлик тамойили, яъни аждодларимиз меросини келажак авлодга қолдириш, унга тарихийлик ва замонавийлик асосида ёндашиш орқали бугунги ҳаётимизда ёшлар тадбиркорлигини ривожлантиришдаги ўрни ва ролини кўрсатишдан иборат. Маълумки, ҳар қандай билим фан нуқтаи назаридан объектив оламни, унинг қонун-қоидаларини ўрганиш орқали инсоннинг талаб ва эҳтиёжларига хизмат қилади. Шундай экан, тадбиркорликка оид бундай билимлар тажриба орқали исботланиб, макон ва замонда тарихий даврда объектив тарзда авлоддан-авлодга ворисийлик асосида ўтиб келиши билан ўз мазмун-моҳиятига эга бўлади. Унинг истиқболдаги сабаб ва оқибати, зарурат ва тасодифини интуитив тарзда билиш, шу асосда, мавжуд муаммоларни ҳал этишни билдиради. Ворисийлик тамойили орқали тадбиркорликни ривожлантиришда ҳаётий тажриба, урф-одат, анъаналаримиз ҳамда шарқона, ўзбекона менталитетни ҳисобга олиш муҳим аҳамиятга эга.

Миллийлик ва умуминсонийлик тамойили асосида тадбиркорлик масъуллигини ва унинг муаммоларини ўрганиш муҳим методологик омил эканлиги, долзарб муаммоларни аниқлаш ва ёритишда муҳим аҳамият касб этади. Миллийлик ва умуминсонийлик тамойилининг мазмун-моҳияти нафақат мамлакатимиз, унинг бугуни ва истиқболи, озод ва ободлиги, тинч ва осойишталиги, балки жаҳон миқёсидаги ўрни ва роли билан ҳам билан белгиланади.

Тадрижийлик тамойили мамлакатимизда амалга ошириладиган ва барқарор жамиятни

ривожлантиришга хизмат қиладиган тадбиркорликнинг маънавий жиҳатларини шакллантиришда муайян кетма-кетлик, изчиллик ҳамда истиқболни кўзлаш орқали мавжуд муаммога ёндашиб, тегишли хулосалар чиқаришни асослайди. Тадбиркорлик масъуллигини ривожлантириш орқали эркин ва фаровон ҳаётни таъминлашда ижтимоий-иқтисодий, маънавий-маданий, сиёсий жараёнларнинг мазмун-моҳиятида тадрижийлик тамойили ўз ифодасини топган.

Верификация тамойили жамиятнинг барқарор тараққиёт муаммоларини тадқиқ этишда муҳим аҳамият касб этади. Ушбу тамойилга асосан верификация, яъни тажрибага таянган ҳолда янги билимлар ҳосил қилиш орқали мавзудоирасида кўплаб муаммоларни ўрганиш ва мавжудлик моҳиятидан келиб чиққан ҳолда ҳал этиш лозим. Хусусан, АҚШ, Япония, Корея, Малайзия каби ривожланган мамлакатлар ушбу тамойил асосида жамият барқарор тараққиётини белгилаб олганлиги ҳеч кимга сир эмас. Айнан шу жиҳатдан олганда, тадбиркорлик масъуллигидаги муаммоларни тадқиқ этишда верификация тамойили ва унинг илғор тажрибаларига таянган ҳолда хулоса чиқариш, дунёда ўзига хос ва мос тараққиёт йўлини танлаган давлатлар тажрибасига таяниш ҳам фойдадан холи эмас.

Ёшлар тадбиркорлик фаолиятини амалга оширишда тадбиркорлик масъуллигига ҳам эътибор қаратиши муҳим. Бу сифатлар қуйидагилар [15]:

- 1) ташаббускорлик, яъни янгиликка интилувчан бўлиш ва фаолият давомида уни қўллаш;
- 2) объективлик, яъни ҳар қандай мақсадга ҳаққоний баҳо бериш, холисона фикр юритиш;
- 3) самимийлик, яъни атрофдагилар билан ижобий ва дўстона муносабатда бўлиш;
- 4) етакчилик, яъни ўзига нисбатан ишонч уйғота олиш. Тўғри қарор қабул қилиш ва самарали бошқарувни ташкил эта олиш;
- 5) масъулиятлилик;
- 6) ташкилотчилик қобилиятига эга бўлиш;
- 7) таваккалчилик, яъни ўзини оқлайдиган таваккалчиликка доимо тайёр туриш;
- 8) қатъиятли, тиришқоқ, қийинчиликлардан қўрқмаслик ва иродали бўлиш;
- 9) тўғри сўзлик, яъни истеъмолчилар, ҳамкорларда ишонч уйғота олиш;
- 10) тадбиркорликда одоб-ахлоқ меъёрларига амал қилиш;
- 11) ҳуқуқий саводхонлик, яъни тадбиркорлик соҳасига доир қонунчиликдан хабардор бўлиш.

Тадбиркорликнинг ижтимоий масъуллигининг муваффақияти фақатгина ресурслар, дастгоҳ, ускуна, технология, маҳсулотлар, ҳужжатлар ёки таъминот, ишлаб чиқариш ва сотиш

жараёнларига боғлиқ бўлибгина қолмай, у инсонлар, мутахассислар ва ишчилар билан бўлган муносабатларда, чет эллик ҳамкасблар, ишбилармонлар доирасида умумлашқий меъёрларга риоя қилиниши билан ҳам белгиланади.

Аристотель биринчи бўлиб, ахлоқ тўғрисидаги таълимотнинг ниҳоятда чуқур маъноли эканлигини таъкидлаб, уни: “Нимани қилишимиз ва нимадан ўзимизни тийишимизни англашимизга ёрдам беради”[16], – деган эди. Тадбиркорликнинг ижтимоий масъуллиги касбига оид меъёрлар тадбиркорнинг ахлоқ қоидалари сифатида белгиланган бўлган меъёрлар асосида ётади. Маданиятли тадбиркор ўз меҳнати нафақат ўзи учун, балки бошқалар, жамият, давлат учун ҳам фойдалилигига ишонади, бизнесга ишониб, рақобатнинг зарурлигини тушунади, ўзини шахс сифатида қадрлайди, ҳар қандай мулк, давлат ҳокимияти, жамоатчилик ҳаракатлари, ижтимоий тартиб-қоида, қонунларни ҳурмат қилади, ўзига ишонади, бироқ бошқалардаги юксак касб маҳорати ва билимдонликни ҳам қадрлайди, янгиликка интилади ҳамда инсонпарвар бўлади.

Тадбиркорликнинг ижтимоий масъуллигида нутқ маданиятининг аҳамияти. Маданият турларининг ҳаммаси инсон феъли, хулқ-атвори билан чамбарчас боғлиқ. Инсоннинг феъли, ўзини тутиши, энг аввало, унинг нутқида намоён бўлади. Тадбиркорнинг нутқ маданияти қуйидагиларда ўз аксини топади:

1) ўз соҳасини яхши билиш, равон нутқ ҳар қандай ишга доир муносабатларнинг мажбурий шarti эканлигини ёдда тутиш, сўзлар талаффузи, урғулар қўлланишига аҳамият бериш;

2) суҳбат вақтида, нутқ сўзлашда баланд-парвоз ва қатъий оҳангда гапиришдан қочиш, бу ўз шахсига ортиқча баҳо бериш ва атрофдагиларни менсимаслик деб баҳоланиши мумкин.

Тадбиркор яхши нотик бўлиши керак, аудитория олдида ишончли ва тўғри сўзлай олиши шарт. Нотиклик – санъат, талант, бу талант ҳаммада ҳам бўлавермайди. Шундай бўлсада, чиройли ва равон сўзлашни ўрганиб олиш мумкин. Одатда, ҳар қандай одам аудитория эътиборини ўзига жалб қила олиш учун ўз фикрини лўнда ва қизиқарли ифодалаши зарур. Шунинг учун тадбиркор ўз ҳамкорлари, инвесторлар, мижозлар билан мулоқотга киришганда, суҳбат мавзусидан келиб чиққан холда, ўз фикрини маълум тартиб асосида баён этиши мақсадга мувофиқ. Бунда тадбиркор ўз нутқини корхонасида ишлаб чиқарилаётган маҳсулотни баҳолаш орқали амалга ошириши мумкин.

Шунингдек, тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллиги, тадбиркорнинг турли кўргазмалар, ишбилармонлик учрашувлари, музокараларда иштирок этиши, албатта,

бундай вазиятда ўз фаолияти юзасидан маъруза қилиши мумкин.

Унутмаслик керакки, тадбиркорлар, нафақат ўзгалар билан муносабатга киришади, балки ўз корхонасида фаолият кўрсатаётган ишчи-ходимлар билан ҳам суҳбатлар ўтказади. Бундай суҳбатлар раҳбар ва бўйсунувчининг суҳбати кўринишида эмас, имкон қадар мулоқот кўринишида ташкил этилса, ишчи-ходимларнинг корхона фаолиятига бўлган муносабати янада яхшиланади, бу эса корхона фаолиятининг барқарор ривожланишини таъминлайди.

Тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллигида, тадбиркорда маънавиятни шакллантириш уларда миллий ғоянинг асосий негизи ҳисобланган озод ва обод ватан, эркин ва фаровон ҳаёт қуриш тамойилларининг ҳаётий мақсадларида мужассам бўлиши билан белгиланади. Тадбиркорлик субъектларининг ижтимоий масъуллигини янада ошириш мақсадида ижтимоий тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш лозим. Ижтимоий тадбиркорлар билан олиб борилган кўплаб ташаббуслар инновацион бўлсада, барқарор ва самарали ташаббусларга айланишда муаммоларга дуч келди, натижада улар тараққий эта олдилар ва бутун жамиятни қамраб олдилар (кичик жамоага ёки одамлар гуруҳига нисбатан).

Дунё миқёсидаги сиёсатчилар тадбиркорликнинг ижтимоий масъуллигининг ташаббуслари тўғрисида кўпроқ маълумотга эга бўлишлари керак, барқарорлик ушбу тадбиркорларнинг унумдорлиги ва самарадорлигига боғлиқ. Хусусий корпорациялар ва давлат идоралари ўртасидаги ҳамкорлик ва алоқалар ижтимоий масъулликнинг ташаббусларини амалга оширишда кўмакни кучайтириш, ҳар икки томонда ҳам жавобгарликни ошириш ва муҳтож жамоалар, шахслар ёки идоралар билан алоқаларни кучайтиришга имкон беради.

Давлат дастурлари муаммоларни ҳал қилишга қодир, аммо ҳукуматлар ва тадбиркорлар ўртасида ҳамкорликнинг сустиги мавжуд бўлиб, бу тадбиркорларнинг ижтимоий масъуллиги сусайишига сабаб бўлиши мумкин.

Хулоса ва таклифлар. Ўзбекистонда ТИМни такомиллаштириш учун қуйидагилар амалга оширилиши мумкин:

– бизнесда ТИМни рағбатлантиришга қаратилган тегишли қонунлар ишлаб чиқиш ёки мавжуд қонунларга, масалан, Солиқ кодексига ўзгартиришлар киритиш;

– ТИМ амалиёти ҳақида жамиятда кенг тарғибот-ташвиқот ишларини амалга ошириш (маърузалар, семинарлар, брифинглар, оммавий ахборот воситаларида интервьюлар). ТИМ концепцияси ва уни мамлакатда ривожлантириш бўйича тадқиқотларни амалга ошириш;

– олий таълим соҳасида масъулиятли бизнес ва барқарорликни амалга оширишга доир йўналишларни жорий этиш;

– бизнесга йўл кўрсатиш, унга барча манфаатдор томонлар, яъни давлат ва ҳукуматдан бошлаб, қонун чиқарувчилар, юристлар, ижтимоий фаолларгача ҳаммани жалб қилиш ва масъулиятни ошириш зарурлигини ўргатиш мақсадида маслаҳат хизматларини ташкил қилиш;

– номолиявий ҳисоботларни чоп этишни рағбатлантириш ва бу борада йўл-йўриқлар ишлаб чиқиш.

Мавжуд иқтисодий аҳвол, анъанавий урф-одатларимиз ва диний эътиқодларимизни ҳи-

собга олган ҳолда шаффофлик тамойиллари, ижтимоий ва манфаатдор томонлар олдидаги масъулиятга тегишли ТИМ стратегияларини ишлаб чиқиш Ўзбекистондаги тадбиркорликнинг умумий самарадорлигини оширади, тадбиркорликнинг муваффақиятли истиқболи ва барқарорлигини таъминлайди. Бу, ўз навбатида, маҳсулотларимизнинг дунё бозорида рақобатдошлигини оширишга, хорижий инвесторларни юртимизга жалб қилишга, экологик аҳволни яхшилашга, ижтимоий муаммоларни ҳал этишга ҳамда умуман, иқтисодиётнинг барқарор ривожланишига қулай шарт-шароит яратади.

Манба ва фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ш.М. Мирзиёевнинг 2022 йил 20 декабрдаги Олий Мажлис ва Ўзбекистон халқига мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси. 2023 йил. 1 сон. <https://president.uz/uz/lists/view/5774>
2. <https://kun.uz/uz/84666020>
3. Шарипова М. Масъулиятли тадбиркорликни ривожлантиришнинг афзалликлари. <https://kun.uz/84666020?q=%2Fuz%2F84666020>
4. <https://www.unilever.com/our-company/strategy/>
5. <https://kun.uz/uz/84666020>
6. <https://www.toms.com/> расмий веб-саҳифаси.
7. <https://invest.gov.uz/ru/investor/kompaniya-nestle-s-a/>
8. Charlz Leadbeater. Ижтимоий тадбиркорнинг кўтариллиши. Намойишлар, 1996.
9. Dees J.G., Nash M., Anderson B., Kalafatas J., Tolman R., Kuran W. & Bloom P. “Ижтимоий тадбиркорлик соҳасини ривожлантириш”. Дюк университети ижтимоий тадбиркорликни ривожлантириш марказидан репортаж. 2018.
10. Elkington Jon. Ақлсиз одамларнинг кучи. Boston: Garvard Business Press. Pp.11-13. ISBN 978-1-4221-0406-4. 2018.
11. Bornshteyn David. Дунёни қандай ўзгартириш мумкин? Нуу-Йорк: Оксфорд университети матбуоти. Pp.124-126. ISBN 978-0-19-533476-0. 2017.
12. Pamela Hartigan. The Power of Unreasonable People: How Entrepreneurs Creates Markets to Change the World, Harvard Business Press, 2008.
13. Холов А.Х. Ўзбекистон ёшларида тадбиркорлик ижтимоий масъулиятини ошириш. Ўқув қўлланма. / Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Фан ва технологияларни ривожлантиришни мувофиқлаштириш қўмитаси. – Т.: Академиа. 2014 йил. 282 б.
14. Давлетов Ж.Б. «Ҳар бир оила – тадбиркор» концепцияси ва ундаги инновацион ғоялар (ижтимоий-фалсафий таҳлил). // Academic research in educational sciences. 2021. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ar-bir-oila-tadbirkor-konsepsiyasi-va-undagi-innovatsion-oyalar-izhtimoiy-falsafiy-ta-lil> (дата обращения: 08.04.2023).
15. Муаллиф томонидан қайта ишланди.
16. <https://qomus.info/encyclopedia/cat-a/aristotel-uz/>



ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ЖАМИЯТДА ТУТГАН ЎРНИ ВА УНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Жўраева Шахло Учқун қизи -

Тошкент давлат иқтисодиёт университети докторанти

doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss3/a76

Аннотация. Рақамли иқтисодиёт ва жаҳон иқтисодий тизими жараёнлари жадаллашган шароитда тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш ва унинг ривожланиш истиқболлари бўйича муаммоларни илмий тадқиқ этиш жараёни кучайган. Шу боисдан тадбиркорлик фаолиятининг ривожланиш истиқболларини таъминлаш узлуксиз жараён бўлиб, ҳаётини аҳамият касб этади. Ушбу мақола Ўзбекистон Республикаси аҳолисининг тадбиркорлик салоҳиятини ривожлантиришга қаратилган бўлиб, унда назарий ва эмпирик таҳлилдан фойдаланган ҳолда тадбиркорлик салоҳияти ҳолати ўрганилган ва илмий асосланган ҳолда баҳоланган. Шунингдек, мақолада тадбиркорликни ривожлантириш ҳамда ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш йўналишлари кўрсатиб ўтилган. Худуд аҳолисининг тадбиркорлик салоҳиятига муносабати аниқланган, тадбиркорликка жалб этиш ва ўз тадбиркорлигини очишга тайёргарлик даражаси баҳоланган. Аҳолининг тадбиркорлик фаоллигини ошириш учун зарур бўлган шарт-шароитлар аниқланган.

Калит сўзлар: тадбиркорлик, тадбиркорлик фаоллиги, кичик тадбиркорлик субъектлари, тадбиркорлик фаолияти, тадбиркорликни ривожлантириш истиқболлари.