Materiallar to’plami · Conference Proceedings
QATAG‘ON QURBONLARI: TARIXIY XOTIRA, MILLIY O‘ZLIK VA MA’NAVIY MEROS
10 September – 10 October 2026
UDK 33

IJTIMOIY TADBIRKORLIKNING FUQAROLIK JAMIYATI INSTITUTI SIFATIDAGI IJTIMOIY-FALSAFIY XUSUSIYATLARI

Asadulloh Asqarovich Abduraxmonov*
FarDU mustaqil tadqiqotchisi
✉ asako2504@gmail.com

ANNOTATSIYA

Mazkur tezisda ijtimoiy tadbirkorlikning fuqarolik jamiyati tizimidagi o‘rni ijtimoiy-falsafiy nuqtayi nazardan tahlil qilinadi. Ijtimoiy tadbirkorlikning iqtisodiy manfaat va ijtimoiy mas’uliyatni uyg‘unlashtiruvchi institutsional xususiyatlari, uning ijtimoiy birdamlik, fuqarolik faolligi, ijtimoiy adolat va jamoatchilik manfaatlarini ta’minlashdagi ahamiyati ochib beriladi. Shuningdek, ijtimoiy tadbirkorlik davlat, biznes va fuqarolik jamiyati o‘rtasidagi hamkorlikni mustahkamlovchi mexanizm sifatida asoslanadi.

Kalit so‘zlar

ijtimoiy tadbirkorlik, fuqarolik jamiyati, ijtimoiy mas’uliyat, ijtimoiy manfaat, ijtimoiy adolat, birdamlik, fuqarolik faolligi, ijtimoiy innovatsiya, ijtimoiy kapital.

DOI: 10.5281/zenodo.23281640

KIRISH

Zamonaviy jamiyat taraqqiyotida iqtisodiy samaradorlik bilan bir qatorda ijtimoiy muammolarni hal etish, aholining ehtiyojmand qatlamlarini qo‘llab-quvvatlash, fuqarolarning ijtimoiy tashabbuslarini rag‘batlantirish va jamiyatdagi manfaatlar muvozanatini ta’minlash tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bunday sharoitda ijtimoiy tadbirkorlik faqat iqtisodiy faoliyat shakli emas, balki fuqarolik jamiyatining o‘zini o‘zi tashkil etish salohiyatini namoyon qiluvchi ijtimoiy institut sifatida shakllanmoqda. J.Mair va I.Martí ijtimoiy tadbirkorlikni muhim ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish va ijtimoiy o‘zgarishlarni jadallashtirishga xizmat qiluvchi jarayon sifatida tavsiflaydilar.[1] Shu nuqtayi nazardan, uning mohiyatini faqat foyda olishga qaratilgan an’anaviy tadbirkorlik doirasida tushuntirish yetarli emas.

Ijtimoiy-falsafiy jihatdan ijtimoiy tadbirkorlik iqtisodiy manfaat bilan ijtimoiy maqsadning o‘zaro uyg‘unlashuviga asoslangan faoliyatdir. An’anaviy tadbirkorlikda iqtisodiy qiymat yaratish ustuvor bo‘lsa, ijtimoiy tadbirkorlikda **ijtimoiy qiymat yaratish** asosiy maqsad sifatida maydonga chiqadi.[2] Bunda iqtisodiy daromad faoliyatning yakuniy maqsadi emas, balki ijtimoiy vazifalarni barqaror amalga oshirish vositasiga aylanadi. Mazkur xususiyat ijtimoiy tadbirkorlikning iqtisodiy va axloqiy qadriyatlarni birlashtiruvchi o‘ziga xos tabiatini ko‘rsatadi.

Ijtimoiy tadbirkorlikning fuqarolik jamiyati instituti sifatidagi muhim xususiyatlaridan biri — **ijtimoiy mas’uliyat va fuqarolik tashabbusining birligi**dir. Fuqarolik jamiyatida inson faqat davlat tomonidan ko‘rsatiladigan xizmat va yordamning iste’molchisi emas, balki mavjud ijtimoiy muammolarni hal qilishda faol ishtirok etuvchi subyekt hisoblanadi. Ijtimoiy tadbirkorlik ushbu subyektlikni amaliy iqtisodiy faoliyat bilan birlashtiradi. D.Bornstein va S.Davis ijtimoiy tadbirkorlarning mahalliy hamjamiyatlar bilan ishlashi va muammolarga mos, yangicha yechimlarni ishlab chiqishini ushbu faoliyatning muhim belgilaridan biri sifatida ko‘rsatadi.[3] Demak, mazkur institut fuqarolarning tashabbuskorligini iqtisodiy mexanizmlar orqali ijtimoiy natijaga aylantiradi.

Uning ikkinchi muhim xususiyati — **xususiy va jamoat manfaatlarining uyg‘unlashuvi**dir. Ijtimoiy tadbirkorlikda tadbirkorning individual iqtisodiy manfaati jamiyat ehtiyojlariga qarama-qarshi qo‘yilmaydi. Aksincha, iqtisodiy tashabbus ijtimoiy manfaatni ro‘yobga chiqarish vositasiga aylantiriladi. Shu ma’noda, ijtimoiy tadbirkorlik “shaxs – jamiyat – davlat” munosabatlari tizimida manfaatlarni muvofiqlashtiruvchi o‘ziga xos institutsional mexanizm vazifasini bajaradi.

Uchinchi xususiyat — **ijtimoiy birdamlik va ijtimoiy kapitalni rivojlantirish** bilan bog‘liq. Ijtimoiy tadbirkorlik subyektlari faoliyati hamkorlik, o‘zaro ishonch, mas’uliyat va umumiy manfaat kabi qadriyatlarga tayanadi. Ch.Leadbeater ijtimoiy tadbirkorlar faoliyatining muhim natijalaridan biri sifatida mahalliy hamjamiyatlarda ijtimoiy kapitalning to‘planishiga alohida e’tibor qaratadi.[4] Fuqarolar, nodavlat notijorat tashkilotlari, mahalliy hamjamiyatlar, biznes va davlat tuzilmalari o‘rtasidagi gorizontal hamkorlikning kengayishi jamiyatning o‘z muammolarini mustaqil ravishda hal etish imkoniyatlarini oshiradi.

To‘rtinchi xususiyat ijtimoiy tadbirkorlikning **ijtimoiy adolat tamoyili** bilan bog‘liqligida namoyon bo‘ladi. Bozor mexanizmlari jamiyatdagi barcha ehtiyojlarni bir xil darajada qondira olmaydi. Ayniqsa, ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlarning iqtisodiy va ijtimoiy resurslardan foydalanish imkoniyatlari cheklanishi mumkin. Ijtimoiy tadbirkorlik bunday shaxslarni faqat yordam oluvchi obyekt sifatida emas, balki iqtisodiy va ijtimoiy munosabatlarning faol ishtirokchisiga aylantirishga yo‘naltiriladi. Shu tariqa, ijtimoiy himoyada “yordam berish” tamoyilidan “imkoniyat yaratish” tamoyiliga o‘tish uchun sharoit yuzaga keladi.

Ijtimoiy tadbirkorlikning yana bir muhim belgisi — uning **ijtimoiy-innovatsion tabiati**dir. Ch.Leadbeater ijtimoiy tadbirkorlarning davlat yoki bozor tomonidan yetarli darajada hal qilinmagan muammolarga yangi yechimlar yaratishini mazkur faoliyatning asosiy jihatlaridan biri sifatida ko‘rsatgan.[5] Bunda innovatsiya faqat yangi texnologiyani anglatmaydi. U yangi ijtimoiy xizmat, bandlik modeli, hamkorlik mexanizmi, moliyalashtirish usuli yoki mavjud mahalliy resurslardan yangicha foydalanish shaklida ham namoyon bo‘lishi mumkin.

Ijtimoiy tadbirkorlik fuqarolik jamiyatining institutsional rivojlanishi nuqtayi nazaridan ham alohida ahamiyatga ega. Chunki u davlat, bozor va fuqarolik jamiyati o‘rtasidagi an’anaviy chegaralarni nisbatan moslashuvchanlashtirib, turli sektorlarning resurslarini umumiy ijtimoiy maqsad atrofida birlashtiradi. Shu jihatdan ijtimoiy tadbirkorlik davlatning o‘rnini egallovchi emas, balki davlat va jamiyat o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytiruvchi mexanizm sifatida namoyon bo‘ladi.

O‘zbekiston sharoitida ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirish fuqarolik jamiyatining institutsional asoslarini mustahkamlash uchun muhim imkoniyatlarni yaratadi. Xususan, mahalla, nodavlat notijorat tashkilotlari, biznes vakillari va fuqarolik tashabbuslarini o‘zaro integratsiyalash orqali hududlardagi ijtimoiy muammolarning manzilli yechimlarini ishlab chiqish mumkin. Bunday yondashuv aholining bandligini ta’minlash, yoshlar va xotin-qizlarning iqtisodiy faolligini oshirish, ijtimoiy himoyaga muhtoj shaxslarning jamiyatga integratsiyasini kuchaytirish va mahalliy ijtimoiy xizmatlarni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa. Ijtimoiy tadbirkorlik zamonaviy fuqarolik jamiyatida xususiy tashabbus va jamoat manfaatini uyg‘unlashtiruvchi, fuqarolarning ijtimoiy mas’uliyatini amaliy faoliyatga aylantiruvchi hamda davlat, biznes va jamiyat o‘rtasidagi ijtimoiy sheriklikni rivojlantiruvchi institutdir. Uning ijtimoiy-falsafiy mohiyati iqtisodiy foydadan ijtimoiy qiymat yaratishga, passiv yordamdan imkoniyatlarni kengaytirishga, individual manfaatdan manfaatlar uyg‘unligiga hamda mavjud muammolarning oqibatlarini bartaraf etishdan ularning ijtimoiy sabablariga barqaror yechim topishga yo‘nalganligida ifodalanadi. Shu sababli ijtimoiy tadbirkorlikni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy adolat, birdamlik, fuqarolik mas’uliyati va tashabbuskorlikka asoslangan kuchli fuqarolik jamiyatini shakllantirishning muhim omili sifatida baholanishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Mair J., Martí I. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight // *Journal of World Business*. – 2006. – Vol. 41, No. 1. – P. 36–44.

2. Mair J., Martí I. Social Entrepreneurship Research: A Source of Explanation, Prediction, and Delight // *Journal of World Business*. – 2006. – Vol. 41, No. 1. – P. 36–44. DOI: 10.1016/j.jwb.2005.09.002.

3. Bornstein D., Davis S. *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. – New York:

Oxford University Press, 2010. – P. 1–47.

4. Leadbeater Ch. *The Rise of the Social Entrepreneur*. – London: Demos, 1997. – P. 67–76.
5. Leadbeater Ch. *The Rise of the Social Entrepreneur*. – London: Demos, 1997. – P. 3, 21–26.