Materiallar to’plami · Conference Proceedings
QATAG‘ON QURBONLARI: TARIXIY XOTIRA, MILLIY O‘ZLIK VA MA’NAVIY MEROS
10 September – 10 October 2026
UDK 1

TADBIRKORLIK MADANIYATINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISHINING IJTIMOIY-FALSAFIY ASOSLARI

Baxodir Sadikjonovich Ganiyev*
Falsafa fanlari doktori (DSc), professor
✉ ganiyevbaxodir@gmail.com

ANNOTATSIYA

Mazkur tezisda tadbirkorlik madaniyatining shakllanishi va rivojlanishining ijtimoiy-falsafiy asoslari, uning jamiyat taraqqiyoti, shaxsning ijtimoiy faolligi va ma’naviy kamolotidagi o‘rni tahlil qilingan. Tadbirkorlik madaniyatining iqtisodiy bilimlar, axloqiy qadriyatlar, mehnatga munosabat, tashabbuskorlik, mustaqil fikrlash va ijtimoiy mas’uliyat bilan o‘zaro aloqasi yoritilgan. Shuningdek, oila, ta’lim muassasalari, ijtimoiy muhit va fuqarolik jamiyati institutlarining tadbirkorlik tafakkurini rivojlantirishdagi ahamiyati asoslangan. Tadbirkorlik faoliyatida iqtisodiy manfaatlar va ijtimoiy mas’uliyat uyg‘unligini ta’minlash jamiyatda ishonch, hamkorlik va barqaror taraqqiyotni mustahkamlovchi muhim omil sifatida talqin etilgan.

Kalit so‘zlar

tadbirkorlik madaniyati, ijtimoiy falsafa, tadbirkorlik tafakkuri, iqtisodiy qadriyatlar, ma’naviy madaniyat, ijtimoiy mas’uliyat, tashabbuskorlik, mehnat etikasi, ijtimoiy munosabatlar, jamiyat taraqqiyoti.

DOI: 10.5281/zenodo.23281847

KIRISH

Zamonaviy jamiyat taraqqiyoti iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishi bilan bir qatorda, insonlarning dunyoqarashi, qadriyatlari, mehnatga munosabati va ijtimoiy mas’uliyat darajasidagi o‘zgarishlar bilan ham belgilanadi. Bozor munosabatlari chuqurlashib, iqtisodiy faoliyatning yangi shakllari vujudga kelayotgan sharoitda tadbirkorlikni faqat moddiy daromad olish vositasi sifatida emas, balki shaxsning ijtimoiy faolligi, mustaqil fikrlashi va jamiyat taraqqiyotiga qo‘shadigan hissasini ifodalovchi faoliyat sifatida o‘rganish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtayi nazardan, tadbirkorlik madaniyatining shakllanishi va rivojlanishining ijtimoiy-falsafiy asoslarini tadqiq etish dolzarb ilmiy masalalardan biridir.

Tadbirkorlik madaniyati iqtisodiy faoliyatni tashkil etish ko‘nikmalarigina emas, balki insonning mehnatga, mulkka, tashabbusga, tavakkalchilikka, jamiyat oldidagi majburiyatlariga va boshqa insonlar manfaatlariga munosabatini belgilaydigan qadriyatlar, me’yorlar hamda xulq-atvor tamoyillari majmuasidir. Ushbu madaniyatning rivojlanganlik darajasi tadbirkorning qarorlarida, sheriklar bilan munosabatlarida, xodimlarga munosabatida va jamiyat oldidagi mas’uliyatini anglashida namoyon bo‘ladi. Ilmiy tadqiqotlarda ham madaniy qadriyatlar va kundalik ijtimoiy amaliyotlarning tadbirkorlik xulq-atvori bilan uzviy bog‘liqligi qayd etiladi [1]. Ijtimoiy falsafa nuqtayi nazaridan, tadbirkorlik madaniyatini o‘rganish inson va jamiyat, shaxsiy manfaat va umumiy manfaat, iqtisodiy erkinlik va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi munosabatlarni tahlil qilishni talab etadi. Chunki tadbirkorlik faoliyati jamiyatda yangi iqtisodiy imkoniyatlar yaratish bilan birga, ijtimoiy munosabatlarning o‘zgarishiga, mehnat qadriyatlarining yangilanishiga va insonlarning o‘z imkoniyatlarini anglashiga ham ta’sir ko‘rsatadi. Shu bois tadbirkorlik madaniyatining rivojlanishini iqtisodiy ko‘rsatkichlar bilangina emas, balki uning ma’naviy, axloqiy va ijtimoiy mazmuni bilan ham baholash lozim.

Tadbirkorlik madaniyatining ijtimoiy-falsafiy mohiyati, avvalo, iqtisodiy faoliyatning inson va jamiyat hayotidagi o‘rnini anglash bilan bog‘liq. Tadbirkor o‘z faoliyati davomida iqtisodiy resurslardan foydalanadi,

muayyan qarorlar qabul qiladi, boshqa insonlar bilan hamkorlik qiladi va ijtimoiy munosabatlarga kirishadi. Ushbu jarayonlarda uning bilim va malakasi bilan bir qatorda, halollik, mas’uliyat, tashabbuskorlik, adolat va ishonch kabi qadriyatlarga munosabati ham muhim ahamiyat kasb etadi. Demak, tadbirkorlik madaniyati iqtisodiy faoliyatning ichki axloqiy mezonlarini shakllantiradigan va uning ijtimoiy yo‘nalishini belgilaydigan omillardan biridir. Tadbirkorlik madaniyatini shakllantirishda qadriyatlar tizimi alohida o‘rin tutadi. Jamiyatda mehnatsevarlik, halol daromad topish, bilimga intilish, yangilikka ochiqlik va tashabbusni qo‘llab-quvvatlash kabi qarashlarning mustahkamlanishi tadbirkorlik faoliyatiga munosabatni o‘zgartiradi. Biroq qadriyatlarning ijtimoiy ahamiyati faqat ularning e’tirof etilishi bilan belgilanmaydi. Ularning kundalik faoliyatda namoyon bo‘lishi, ya’ni so‘z va amaliyot o‘rtasidagi uyg‘unlik ham muhimdir. Tadqiqotlar madaniy qadriyatlar bilan real xulq-atvor amaliyotlari o‘rtasidagi tafovut tadbirkorlik faoliyatiga turlicha ta’sir ko‘rsatishi mumkinligini ko‘rsatadi [2]. Shu jihatdan, tadbirkorlik madaniyatining rivojlanishi uchun jamiyatda tadbirkorlikka nisbatan ijobiy munosabatni shakllantirishning o‘zi yetarli emas. Bunday munosabat halol raqobat, shartnomaviy majburiyatlarga rioya qilish, iste’molchilar huquqlarini hurmat qilish va xodimlar manfaatlarini hisobga olish kabi amaliy tamoyillar bilan mustahkamlanishi lozim. Mazkur tamoyillar iqtisodiy faoliyatda ishonchni kuchaytiradi va tadbirkorlikning jamiyat tomonidan e’tirof etilishiga xizmat qiladi.

Tadbirkorlik madaniyatining yana bir muhim jihati shaxsning iqtisodiy mustaqilligi va ijtimoiy mas’uliyati o‘rtasidagi muvozanat bilan belgilanadi. Tadbirkorlik insonning o‘z salohiyatini namoyon etishi, mustaqil qaror qabul qilishi va mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanishiga sharoit yaratadi. Shu bilan birga, tadbirkorlik faoliyatining natijalari xodimlar, iste’molchilar, hamkorlar va mahalliy hamjamiyat manfaatlariga ham ta’sir ko‘rsatadi. Shuning uchun tadbirkorning muvaffaqiyatini faqat shaxsiy daromad yoki korxonaning iqtisodiy natijalari bilan baholash bir tomonlama yondashuv bo‘lib qoladi. Faoliyatning jamiyatga keltiradigan foydasi, ish munosabatlarining adolatliligi va atrof-muhitga munosabati ham hisobga olinishi kerak.

Ijtimoiy tadbirkorlik va korporativ ijtimoiy mas’uliyatga oid tadqiqotlar iqtisodiy faoliyatning ijtimoiy maqsadlar bilan uyg‘unlashuvi masalasiga alohida e’tibor qaratadi. Bunda tadbirkorlik tashabbuslari ijtimoiy ehtiyojlarni qondirish, hamjamiyat manfaatlariga xizmat qilish va ijtimoiy qiymat yaratish imkoniyatlari bilan ham tavsiflanadi [3]. Mazkur yondashuv tadbirkorlik madaniyatining mazmunini kengaytirib, uni nafaqat iqtisodiy muvaffaqiyatga erishish, balki jamiyat oldidagi mas’uliyatni anglash bilan ham bog‘laydi. Tadbirkorlik madaniyatining shakllanishi uzoq davom etadigan ijtimoiylashuv jarayoni bo‘lib, unda oila, ta’lim tizimi, mahalliy muhit, mehnat jamoalari va ommaviy axborot vositalari muhim rol o‘ynaydi. Oilada mehnatga hurmat, tejamkorlik, mustaqillik va mas’uliyat kabi fazilatlarning shakllanishi shaxsning kelajakdagi iqtisodiy qarashlariga ta’sir ko‘rsatadi. Ta’lim muassasalari esa ushbu fazilatlarni nazariy bilimlar, amaliy mashg‘ulotlar va mustaqil loyihalar orqali rivojlantirish imkoniyatiga ega. Shu sababli tadbirkorlik madaniyatini shakllantirish faqat iqtisodiy bilimlarni o‘rgatish bilan cheklanmasdan, shaxsning ijtimoiy va axloqiy kamolotini ham qamrab olishi zarur. Ayniqsa, yoshlar orasida tadbirkorlik tafakkurini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Tadbirkorlik tafakkuri mavjud muammolarni imkoniyat sifatida ko‘ra olish, yangi g‘oyalarni ishlab chiqish, oqilona tavakkal qilish, xatolardan xulosa chiqarish va o‘z faoliyati natijalari uchun javobgarlikni zimmasiga olish kabi xususiyatlarni o‘z ichiga oladi. Bunday tafakkur yoshlarning kasbiy yo‘nalishini belgilash, iqtisodiy mustaqillikka intilishi va jamiyatdagi o‘z o‘rnini anglashiga yordam beradi. Biroq tadbirkorlikni faqat tez daromad olish yoki shaxsiy muvaffaqiyatga erishish bilan tenglashtirish uning ijtimoiy mazmunini toraytiradi. Shu bois ta’lim jarayonida iqtisodiy savodxonlik bilan birga axloqiy qaror qabul qilish, jamoada ishlash va ijtimoiy mas’uliyat ko‘nikmalarini ham rivojlantirish lozim.

Tadbirkorlik madaniyatining rivojlanishida ijtimoiy muhit va institutsional sharoitlar ham katta ahamiyatga ega. Shaxsda tashabbuskorlik va yangilikka intilish mavjud bo‘lsa-da, uning amaliy faoliyati huquqiy kafolatlar, resurslardan foydalanish imkoniyatlari, bilim va maslahat xizmatlari hamda ijtimoiy munosabatlarning ishonchliligiga bog‘liq bo‘ladi. Demak, tadbirkorlik madaniyatini faqat shaxsiy fazilatlar bilan izohlash yetarli emas; uni qo‘llab-quvvatlaydigan yoki cheklaydigan ijtimoiy muhitni ham tahlil qilish zarur. Tadbirkorlikni rag‘batlantiruvchi madaniy va institutsional omillarning o‘zaro ta’siri ilmiy adabiyotlarda ham muhim tadqiqot yo‘nalishi sifatida qaraladi [4]. Tadbirkorlik madaniyatining shakllanishini o‘zaro bog‘liq to‘rtta tark-

ibiy yo‘nalish orqali tushuntirish mumkin. Birinchi yo‘nalish — qadriyatli-ma’naviy asoslar, ya’ni mehnatsevarlik, halollik, mustaqillik, adolat va mas’uliyat kabi tamoyillar. Ikkinchi yo‘nalish — bilim va tafakkur, jumladan, iqtisodiy savodxonlik, ijodkorlik, yangilikka ochiqlik va muammolarni hal etish qobiliyati. Uchinchi yo‘nalish — ijtimoiy munosabatlar, ya’ni ishonch, hamkorlik, sheriklik va o‘zaro manfaatlarni hisobga olish. To‘rtinchi yo‘nalish — institutsional muhit, jumladan, huquqiy kafolatlar, ta’lim imkoniyatlari, maslahat xizmatlari va tashabbuslarni qo‘llab-quvvatlash tizimi. Ushbu yo‘nalishlar bir-birini to‘ldirgan taqdirdagina tadbirkorlik madaniyati barqaror rivojlanishi mumkin. Mazkur tarkibiy yo‘nalishlar tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirish bo‘yicha amaliy vazifalarni belgilashga ham yordam beradi. Xususan, ta’lim muassasalarida tadbirkorlikka oid bilimlarni axloqiy va ijtimoiy mas’uliyat masalalari bilan bog‘lash, tadbirkorlar va yoshlar o‘rtasidagi tajriba almashinuvini kengaytirish, mahalliy hamjamiyatlar ehtiyojlariga yo‘naltirilgan loyihalarni qo‘llab-quvvatlash maqsadga muvofiq. Shuningdek, tadbirkorlik faoliyatida ochiqlik, halol raqobat, xodimlar huquqlariga hurmat va iste’molchilar oldidagi mas’uliyatni mustahkamlash ham muhimdir.

O‘zbekiston jamiyatida tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirish masalasi iqtisodiy faollikni kengaytirish bilan bir qatorda, inson kapitalini yuksaltirish, aholi tashabbuslarini rag‘batlantirish va jamiyatda ijtimoiy mas’uliyatni mustahkamlash bilan ham bog‘liq. Tadbirkorlikning ijtimoiy e’tirofi uning iqtisodiy natijalarigagina emas, balki faoliyatning halolligi, jamiyatga keltiradigan foydasi va insonlar bilan munosabatlarining adolatliligiga ham bog‘liq. Shu ma’noda, tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirish iqtisodiy taraqqiyot va ma’naviy kamolot o‘rtasidagi uzviy aloqani mustahkamlash imkonini beradi.

Bundan tashqari, raqamli texnologiyalarning kengayishi tadbirkorlik madaniyatiga yangi talablarni qo‘ymoqda. Raqamli muhitda axborotdan mas’uliyat bilan foydalanish, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, elektron savdoda iste’molchilar huquqlarini hurmat qilish va onlayn munosabatlarda halollik tamoyillariga rioya etish tobora muhimlashmoqda. Shuning uchun zamonaviy tadbirkorlik madaniyati an’anaviy axloqiy qadriyatlar bilan bir qatorda raqamli mas’uliyat va texnologik savodxonlikni ham qamrab olishi kerak.

Umuman olganda, tadbirkorlik madaniyatining rivojlanishi iqtisodiy bilimlar, shaxsiy fazilatlar, ijtimoiy qadriyatlar va institutsional imkoniyatlarning o‘zaro ta’siri natijasida yuzaga keladi. Uning barqarorligi tadbirkorlarning iqtisodiy manfaatlarni ko‘zlash bilan birga, jamiyat oldidagi majburiyatlarini anglashiga, o‘z faoliyatida halollik va adolat tamoyillariga amal qilishiga ham bog‘liq. Bu esa tadbirkorlik madaniyatini jamiyatning ijtimoiy taraqqiyoti va ma’naviy yangilanishi bilan bog‘liq muhim hodisa sifatida o‘rganishni taqozo etadi.

Xulosa qilib aytganda, tadbirkorlik madaniyatining shakllanishi va rivojlanishi iqtisodiy faoliyat, ijtimoiy qadriyatlar, axloqiy me’yorlar va jamiyatdagi institutsional munosabatlarning o‘zaro ta’siri orqali kechadigan murakkab jarayondir. Uning ijtimoiy-falsafiy mohiyati tadbirkorlikni faqat moddiy manfaatlarga erishish vositasi sifatida emas, balki inson salohiyatini ro‘yobga chiqarish, ijtimoiy mas’uliyatni kuchaytirish va jamiyat taraqqiyotiga hissa qo‘shish shakli sifatida anglashda namoyon bo‘ladi.

Birinchidan, tadbirkorlik madaniyatining muhim asosi mehnatsevarlik, halollik, tashabbuskorlik, adolat va mas’uliyat kabi qadriyatlarning kundalik iqtisodiy amaliyotda namoyon bo‘lishidir.

Ikkinchidan, tadbirkorlik tafakkurini rivojlantirish iqtisodiy bilimlar bilan bir qatorda ijodkorlik, mustaqil qaror qabul qilish va ijtimoiy oqibatlarni baholash ko‘nikmalarini shakllantirishni talab etadi.

Uchinchidan, oila, ta’lim tizimi, fuqarolik jamiyati institutlari va tadbirkorlik subyektlari o‘rtasidagi hamkorlik tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirishning muhim shartidir.

To‘rtinchidan, tadbirkorlik faoliyatining samaradorligini baholashda iqtisodiy natijalar bilan bir qatorda uning ijtimoiy mas’uliyati, ishonchni mustahkamlashga qo‘shgan hissasi va jamiyat manfaatlariga ta’sirini ham hisobga olish zarur.

Shunday qilib, tadbirkorlik madaniyatini rivojlantirish jamiyatda iqtisodiy faollik va ma’naviy mas’uliyatni uyg‘unlashtirish, shaxsning mustaqil tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash hamda ijtimoiy ishonchga asoslangan munosabatlarni mustahkamlashga xizmat qiladi. Mazkur jarayonni ijtimoiy-falsafiy jihatdan anglash esa tadbirkorlikning inson va jamiyat taraqqiyotidagi o‘rnini chuqurroq tushunish uchun nazariy asos yaratadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Brownell K. M., Hechavarria D. M., Robb C. C., Kickul J. Culture and social entrepreneurship: the role of value-practice misalignment // *Small Business Economics*. – 2025. – Vol. 64. – P. 863–887. https://doi.org/10.1007/s11187-024-00938-8.
2. Brownell K. M., Hechavarria D. M., Robb C. C., Kickul J. Culture and social entrepreneurship: the role of value-practice misalignment // *Small Business Economics*. – 2025. – Vol. 64. – P. 863–887. https://doi.org/10.1007/s11187-024-00938-8.
3. 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.
4. Hayton J. C., George G., Zahra S. A. National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research // *Entrepreneurship Theory and Practice*. – 2002. – Vol. 26, No. 4. – P. 33–52.