

BIZNESNING IJTIMOY JAVOBGARLIGINI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISH

Axmadov Ilg‘or Abror o‘g‘li

Toshkent Davlat Iqtisodiyot universiteti 4-bosqich talabasi

Ibragimov G‘anijon G‘ayratovich

“Innovatsion menejment” kafedrasida ilmiy dotsenti

Annotatsiya: Ushbu tezisda biznesning ijtimoiy javobgarligini (BIJ) davlat tomonidan tartibga solishning dolzarb masalalari tahlil qilinadi. BIJ jamiyat manfaatlarini ko‘zlab korxonalar tomonidan amalga oshiriladigan faoliyatni ifodalaydi. Hozirgi globallashuv sharoitida BIJ nafaqat ixtiyoriy tamoyil sifatida qaralmoqda, balki davlat tomonidan majburiy me‘yorlar orqali boshqarilishi ham zaruriyatga aylanmoqda.

Tezisda davlatning BIJni tartibga solishdagi roli, qonuniy asoslar va xalqaro tajriba o‘rganiladi. Xususan, davlatning biznes va jamiyat o‘rtasida muvozanatni saqlashdagi vositachilik funksiyasi, BIJni rag‘batlantiruvchi imtiyozlar va jazolovchi mexanizmlar tahlil qilinadi. Shu bilan birga, rivojlanayotgan mamlakatlarda BIJni qo‘llab-quvvatlashda davlatning ahamiyati va mahalliy qonunchilikda uchraydigan kamchiliklar yoritiladi.

Kalit so‘zlar: Davlat, Qonunchilik, Soliq, Yashil iqtisodiyot, Nazorat, Ijtimoiy mas‘uliyat, Targ‘ibot, Standartlar, ISO, Due Diligence.

KIRISH

Biznesning ijtimoiy javobgarligini davlat tomonidan tartibga solish – bu davlatning huquqiy, iqtisodiy va tashkiliy choralar orqali korxonalarni ijtimoiy javobgarlikka rag‘batlantirish yoki majburlash jarayoni bo‘lib XX asrning oxirlarida va XXI asrning boshlarida iqtisodiy rivojlanish, globalizatsiya va ijtimoiy muammolarni hisobga olgan holda keng tarqalgan. Bu tartibga solishning asosiy maqsadi jamiyatning barqaror rivojlanishini ta‘minlash, atrof-muhitni muhofaza qilish, mehnat sharoitlarini yaxshilash va aholining ijtimoiy farovonligini oshirishdir.

Korxonalar yoki kompaniyalar uchun ijtimoiy javobgarlik — bu kompaniyaning o‘z faoliyatida iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik mas‘uliyatni o‘z zimmasiga olishi va shu yo‘l bilan jamoatchilik, mijozlar, xodimlar, ekologiya va boshqa manfaatdor tomonlarga ijobiy ta‘sir ko‘rsatishga harakat qilishi. Ijtimoiy javobgarlik korxonalar yoki kompaniyaning foyda olishdan tashqari, jamiyat va atrof-muhit uchun mas‘uliyatli bo‘lishini ta‘minlaydi.

Ijtimoiy javobgarlik quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

1. Ekologik mas‘uliyat: Kompaniya o‘z faoliyatida ekologik barqarorlikni ta‘minlash, chiqindilarni kamaytirish, qayta ishlash va tabiiy resurslarni tejash kabi choralarni ko‘rishi kerak.

2. Ijtimoiy mas‘uliyat: Kompaniya xodimlarining huquqlarini hurmat qilish, ularning xavfsizligini va farovonligini ta‘minlash, teng imkoniyatlar yaratish va jamiyatda ijtimoiy loyihalarni qo‘llab-quvvatlash kabi faoliyatlarni amalga oshiradi.

3. Iqtisodiy mas’uliyat: Kompaniya o‘z biznesini halol va shaffof olib borish, mijozlar va sheriklar bilan adolatli munosabatlarni saqlash, soliq to‘lash va iqtisodiy rivojlanishga hissa qo‘shishga harakat qiladi.

4. Etik mas’uliyat: Kompaniya o‘z faoliyatida axloqiy me’yorlarga amal qiladi, korrupsiyaga qarshi kurashadi va shaffoflikni ta’minlaydi.

Ijtimoiy javobgarlik strategiyasi kompaniyaga nima uchun kerak?

Biznesda ijtimoiy javobgarlik (BIJ) korxonaga yoki kompaniyaga bir qancha manfaat keltiradi. Bu, nafaqat kompaniyaning obro’sini oshirish, balki uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta’minlash uchun ham muhimdir. Shu jumladan:

1. Obro’ni oshirish:

Ijtimoiy javobgarlik kompaniyaning ijtimoiy va ekologik masalalarga e’tibor berishini ko’rsatadi, bu esa mijozlar, hamkorlar va umumiy jamoatchilik orasida ishonchni kuchaytiradi. Shu orqali kompaniya ijobiy imidj hosil qiladi va brend sadoqatini oshiradi.

2. Mijozlar va iste’molchilar sadoqati:

Bugungi kunda iste’molchilar ekologik va ijtimoiy masalalarga sezgir bo’lib, ularni qo’llab-quvvatlaydigan kompaniyalarga ko’proq ishonishadi. Ijtimoiy javobgarlik kompaniyaning mijozlar bilan aloqasini kuchaytiradi va uzoq muddatli sadoqatni oshiradi.

3. Xodimlar motivatsiyasi va ish joyining sifatini oshirish:

Korxonaga ijtimoiy mas’uliyatni o‘z zimmasiga olganida, xodimlar o‘z ishlari va tashkilotiga nisbatan yuqori darajada ishtiyoq bilan qarashadi. Bu ularning motivatsiyasini oshiradi, ish samaradorligini yaxshilaydi va xodimlarning kompaniyada uzoq muddat ishlashiga yordam beradi.

4. Raqobat ustunligi:

Ijtimoiy javobgarlik kompaniyaga raqobat ustunligini taqdim etadi, chunki bu kompaniya boshqalardan farq qilishi va ijtimoiy masalalar haqida jiddiy o’ylashini ko’rsatadi. Bu, ayniqsa, ijtimoiy va ekologik masalalarga katta ahamiyat beradigan bozor segmentlari uchun muhimdir.

Biznesning ijtimoiy javobgarligi (BIJ) haqida jiddiy va majburiy qonunlar mavjud bo’lgan davlatlar orasida bir necha rivojlangan davlatlar bo’lib bular: Shvetsiya, Germaniya, Fransiya va Buyuk Britaniya

O‘zbekistonda biznesning ijtimoiy javobgarligini davlat tomonidan tartibga solish masalalari so‘nggi yillarda alohida e’tibor qaratilayotgan sohalardan biridir. Davlat bu yo‘nalishda qonun va me’yoriy hujjatlar orqali biznesning ijtimoiy va ekologik mas’uliyatini oshirishga intilmoqda.

1. “Biznes va ijtimoiy mas’uliyat” to‘g‘risidagi qonun: O‘zbekistonda biznesning ijtimoiy javobgarligini targ‘ib qilish uchun 2019-yilda ishlab chiqilgan va amalda bo‘lgan hujjatlar mavjud. Bu qonun korxonalarni ijtimoiy mas’uliyatga jalb qilish, ularning mahalliy jamoalarga va atrof-muhitga bo‘lgan ta’sirini oshirishga yo‘naltirilgan.

2. Atrof-muhitni himoya qilish bo‘yicha qonunlar: Korxonalar atrof-muhitga zarar etkazmasligi va ekologik mas’uliyatni oshirishi uchun tegishli qonunlar mavjud. O‘zbekistonning ekologik kodeksi va boshqa me’yoriy hujjatlar bu borada muhim o‘rin tutadi.

3. Korxonalarining ijtimoiy loyihalariga qo‘llab-quvvatlash: O‘zbekistonda davlat tomonidan ijtimoiy loyihalarni moliyalashtirish va tadbirkorlarni ijtimoiy loyihalarda faol

ishtirok etishga rag'batlantirish maqsadida maxsus grantlar va soliq imtiyozlari taqdim etilmoqda. Bu, o'z navbatida, biznesning ijtimoiy javobgarlik prinsiplariga mos kelishini ta'minlaydi.

4. Xalqaro standartlar: O'zbekiston xalqaro miqyosda biznesning ijtimoiy javobgarlik standartlariga moslashishga harakat qilmoqda. Bunda BMTning Barqaror Taraqqiyot Maqsadlari va xalqaro CSR standartlari, masalan, ISO 26000 kabi hujjatlar asos sifatida qabul qilinmoqda.

Ijtimoiy javobgarlikni targ'ib qilish(takliflar):

1. Samarali ijtimoiy mas'uliyat dasturlari: Korxonalar o'zlarining ijtimoiy mas'uliyatini rivojlantirish uchun ijtimoiy loyiha va dasturlarni amalga oshirishlari kerak. Masalan, mahalliy ta'lim muassasalariga grantlar ajratish, ekologik toza texnologiyalarni joriy qilish, yoki sog'liqni saqlash sohasida ko'mak berish.

2. Mahalliy jamoalarni qo'llab-quvvatlash: Korxonalar mahalliy jamoalarga, ularning rivojlanishi va farovonligi uchun yordam ko'rsatishi mumkin. Bu orqali jamoa bilan mustahkam munosabatlar o'rnatilib, uzoq muddatli foyda keltiriladi.

3. Barqaror rivojlanish maqsadlariga muvofiqlik: Bizneslar Barqaror rivojlanish maqsadlarini o'z faoliyatiga integratsiya qilib, ularning amalga oshirilishiga hissa qo'shishlari kerak. Bu maqsadlar orasida gender tengligi, qashshoqlikni kamaytirish va iqlim o'zgarishiga qarshi kurashish kabi muhim yo'nalishlar mavjud.

4. Ijtimoiy tadbirkorlik: Ijtimoiy bizneslar va startaplar orqali ijtimoiy muammolarni hal qilish uchun innovatsion yondashuvlarni rivojlantirish. Masalan, muhtojlarga yo'naltirilgan mahsulotlar yoki xizmatlar yaratish, qashshoqlikni kamaytirish uchun ijtimoiy tadbirlarni o'tkazish.

5. Ishchilar uchun ta'lim va treninglar: Ishchilar uchun malaka oshirish va trening dasturlarini tashkil etish. Bu nafaqat ishchilarning professional rivojlanishiga yordam beradi, balki ularning ijtimoiy hayotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

6. Jamoatchilik bilan muloqot: Ijtimoiy mas'uliyat va javobgarlik bo'yicha korxonalar faoliyatini oshkor qilish va jamoatchilik bilan ochiq muloqot olib borish, ishonchni mustahkamlash va ijtimoiy masalalarga qiziqishni oshirish uchun muhimdir.

7. Ekologik mas'uliyat: Atrof-muhitni himoya qilish uchun ekologik barqarorlikka e'tibor qaratish, chiqindilarni kamaytirish, qayta ishlash va energiya tejash texnologiyalaridan foydalanish.

XULOSA

Biznesning ijtimoiy javobgarligi, zamonaviy biznes dunyosida muhim o'rin tutadi. Kompaniyalar uchun BII nafaqat jamiyat va atrof-muhitga ijobiy ta'sir ko'rsatish, balki uzoq muddatli iqtisodiy muvaffaqiyatga erishish uchun ham zarurdir. Davlatlar esa, kompaniyalarni BII ni o'z faoliyatlariga joriy etishga rag'batlantiruvchi qonunlar va siyosatlarini ishlab chiqish orqali bu jarayonni qo'llab-quvvatlaydi. BII ni o'z faoliyatida amalga oshirgan kompaniyalar, albatta, o'z raqobatbardoshligini oshiradi va barqaror rivojlanish yo'lida muvaffaqiyatga erishadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

- 1.Ishmuxamedov A.E., Eshov M.P., Sunnatov M.N. «Bozor iqtisodiyoti va biznes asoslari» -
- 2.Korporativ ijtimoiy javobgarlik xalqaro jurnali hajmi 9 , Maqola raqami: 14 (2024)
- 3.Taniyev A., Zenchenko S., Kushatov R., Xaitov O. Biznes asoslari 2022
- 4.Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. International Journal of Management Reviews.
- 5.Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. Harvard Business Review.

Internet saytlari

- 1.<https://yoshlarovozi.uz/oz/news/ijtimoiy-javobgarlik>
- 2.https://namdu.uz/media/Books/pdf/2024/07/27/NamDU-ARM-11880-3.Bozor_iqtisodiyoti_va_biznes_asoslari.pdf