

IJTIMOY MAS’ULIYAT VA BARQAROR RIVOJLANISH: BIZNESNING IJTIMOIY VA EKOLOGIK TA’SIRINI QANDAY BOSHQARISH

Umirzoqov O‘rolbek

Toshkent davlat agrar universiteti Magistr 1-kurs talabasi

Sharipov Ravshan

Toshkent davlat agrar universiteti 2-kurs talabasi

Youm1rzoqov@gmail.com

Kalit so‘z: Ijtimoiy Mas’uliyat, Barqaror Rivojlanish, Atrof-muhitni Muhofaza Qilish, Stakeholderlar, Monitoring va Hisobotlash, Innovatsiyalar, Hamkorlik, Etik Biznes.

Annotatsiya: Ushbu maqolada biznesning ijtimoiy mas’uliyati va barqaror rivojlanish tamoyillari yoritilgan. Unda korxonalarining ekologik izini kamaytirish, mahalliy hamjamiyatlarga ijobiy ta’sir ko‘rsatish va barqaror biznes amaliyotlarini joriy etish masalalari tahlil qilingan. Shuningdek, ijtimoiy mas’uliyat biznesning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta’minlashi va brend imidjini mustahkamlashi mumkinligi ta’kidlangan. Maqolada barqarorlik strategiyalarini ishlab chiqish, ekologik innovatsiyalarni tatbiq etish hamda manfaatdor tomonlar bilan samarali hamkorlik o‘rnatish bo‘yicha tavsiyalar berilgan.

Kirish

Bugungi global iqtisodiyot sharoitida ijtimoiy mas’uliyat va barqaror rivojlanish har qanday biznes faoliyatining ajralmas qismi hisoblanadi. Zamonaviy jamiyat nafaqat mahsulot va xizmatlarni, balki kompaniyalarning atrof-muhitga va jamiyatga bo‘lgan munosabatini ham baholaydi. Shu bois, korxonalar nafaqat iqtisodiy muvaffaqiyatga erishish, balki ijtimoiy va ekologik mas’uliyatini bajarish orqali ham barqaror rivojlanishga hissa qo‘shishlari zarur. Ijtimoiy mas’uliyat – bu kompaniyaning jamiyat oldidagi majburiyatlarini anglatadi. Bu jarayon biznesning atrof-muhitga, xodimlarga, mijozlarga va mahalliy hamjamiyatga bo‘lgan munosabatini qamrab oladi. Korxonalar ekologik barqarorlikni ta’minlash uchun chiqindilarni kamaytirish, yashil texnologiyalarni joriy etish va tabiiy resurslardan oqilona foydalanish kabi tashabbuslarni amalga oshirishi lozim. Shu bilan birga, ijtimoiy loyihalar, xayriya tadbirlari va xodimlar uchun qulay mehnat sharoitlarini yaratish orqali jamiyat farovonligini oshirishga hissa qo‘shish mumkin. Barqaror rivojlanish – bu bugungi ehtiyojlarni qondirish bilan birga kelajak avlodlar uchun ham imkoniyatlarni saqlab qolish jarayoni hisoblanadi. Korxonalar uchun barqaror rivojlanish strategiyalari uzoq muddatli muvaffaqiyat va raqobatbardoshlikni ta’minlaydi. Shu sababli, kompaniyalar ijtimoiy va ekologik mas’uliyatni o‘z biznes

strategiyalarining asosiy qismiga aylantirishlari zarur. Shunday qilib, ijtimoiy mas’uliyat va barqaror rivojlanish faqatgina axloqiy majburiyat emas, balki biznesning uzoq muddatli muvaffaqiyat kaliti hamdir. Bu yondashuv orqali kompaniyalar nafaqat jamiyatda ijobiy imidjga ega bo’ladilar, balki barqaror iqtisodiy o’sish va ekologik muvozanatni ham ta’minlaydilar.

Asosiy qism

Ijtimoiy mas’uliyatning asosiy tamoyillari kompaniyaning jamiyat va atrof-muhit oldidagi majburiyatlarini belgilaydi. Bu tamoyillar orasida ekologik barqarorlik, xodimlar huquqlarini hurmat qilish, va jamiyatga foydali loyihalarni amalga oshirish muhim o’rin tutadi. Korxonalar chiqindilarni kamaytirish, qayta tiklanuvchi energiyalardan foydalanish va yashil texnologiyalarni joriy etish orqali ekologik ta’sirini minimallashtirishi mumkin. Barqaror rivojlanish strategiyalari uzoq muddatli muvaffaqiyatga asoslanadi. Bu jarayonda bizneslar ijtimoiy loyihalarni qo’llab-quvvatlash, xodimlarning farovonligini oshirish va etika tamoyillariga asoslangan boshqaruv tizimini joriy qilish orqali jamiyatda ijobiy o’zgarishlarga hissa qo’shadi. Shunday qilib, ijtimoiy mas’uliyat va barqaror rivojlanish biznesning nafaqat axloqiy majburiyati, balki raqobatbardoshligini oshiruvchi asosiy omil hamdir.

Ijtimoiy Mas’uliyat Nima?

Ijtimoiy mas’uliyat (Corporate Social Responsibility – CSR) – bu kompaniyalar o’z faoliyatini ijtimoiy, ekologik va iqtisodiy jihatdan mas’uliyatli tarzda olib borish majburiyati. Bu tushuncha kompaniyalarning nafaqat o’z manfaatlarini, balki jamiyat va atrof-muhitning farovonligini ham hisobga olishini anglatadi. CSR strategiyalari odatda quyidagi sohalarini qamrab oladi:

1. **Ishchilar huquqlari va ularning farovonligi:** Kompaniyalar xodimlariga adolatli ish haqi, xavfsiz ish sharoitlari va kasbiy rivojlanish imkoniyatlarini ta’minlashi kerak.

2. **Atrof-muhitni muhofaza qilish:** Bizneslar ekologik jihatdan toza texnologiyalarni qo’llash, chiqindilarni qayta ishlash va tabiiy resurslarni tejash kabi choralarni ko’rishlari shart.

3. **Jamiyat rivojlanishini qo’llab-quvvatlash:** Kompaniyalar o’z faoliyat olib boradigan hududlarda ijtimoiy loyihalarni qo’llab-quvvatlash, ta’lim va sog’liqni saqlash sohalariga hissa qo’shish orqali jamiyatning farovonligiga yordam berishi mumkin.

4. **Etik biznes amaliyotlari:** Korrupsiyaga qarshi kurash, shaffoflik va adolatli raqobatni qo’llab-quvvatlash CSRning muhim jihatlaridandir.

Barqaror Rivojlanishning Ahamiyati

Barqaror rivojlanish (Sustainable Development) – bu hozirgi avlodning ehtiyojlarini qondirish bilan birga kelajak avlodlarning o’z ehtiyojlarini qondirish imkoniyatlarini cheklamaslik tamoyiliga asoslangan rivojlanish modeli. Birlashgan

Millatlar Tashkiloti tomonidan qabul qilingan Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (Sustainable Development Goals – SDGs) dunyo miqyosida barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun 17 ta asosiy maqsadni belgilaydi. Ular orasida qashshoqlikni bartaraf etish, toza suv va energiyaga kirish, iqlim o'zgarishiga qarshi kurash, tenglik va adolatni ta'minlash kabi mavzular muhim o'rin tutadi.

Bizneslar barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishda muhim rol o'ynaydi. Kompaniyalar o'z faoliyatini SDGlarga moslashtirib, ijtimoiy va ekologik mas'uliyatni o'z zimmasiga olishlari orqali nafaqat o'z obro'sini oshirishi, balki uzoq muddatli iqtisodiy muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

Biznesning Ijtimoiy va Ekologik Ta'sirini Boshqarish

Biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini boshqarish uchun quyidagi choralar muhim:

1. Strategiyani ishlab chiqish:

Kompaniyalar o'z faoliyatining ijtimoiy va ekologik ta'sirini baholash va ularni kamaytirish uchun aniq strategiyalar ishlab chiqishi kerak. Bu strategiyalar CSR va SDGlarga mos kelishi lozim. Biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini boshqarishning birinchi qadami – bu aniq va uzoq muddatli strategiyani ishlab chiqish. Bu strategiya kompaniyaning maqsadlari, qadriyatlari va uning atrof-muhitga, jamiyatga ta'sirini hisobga olgan holda shakllantirilishi kerak. **Barqarorlikni strategiyaga integratsiya qilish:** Kompaniyalar barqarorlikni faqat alohida loyiha sifatida emas, balki butun biznes modeliga integratsiya qilishlari kerak. Masalan, mahsulot ishlab chiqarish jarayonida qayta ishlangan materiallardan foydalanish yoki energiya sarfini kamaytirish kabi choralar ko'rish. **Maqsadlarni belgilash:** Kompaniyalar o'zlarining ijtimoiy va ekologik ta'sirini kamaytirish uchun aniq maqsadlar belgilashi kerak. Masalan, 2030 yilgacha uglerod izini nolga yetkazish yoki chiqindilarni 50% kamaytirish kabi. **Rahbariyatning qat'iyati:** Strategiyaning muvaffaqiyati rahbariyatning bu yo'nalishga sodiqligiga bog'liq. Rahbariyat barqarorlikni kompaniyaning asosiy qadriyati sifatida ko'rsatishi va buni barcha darajadagi xodimlarga yetkazishi kerak.

2. Monitoring va hisobotlash:

Biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini boshqarishning ikkinchi muhim qadami – bu monitoring va hisobotlash tizimini yaratish. Bu jarayon kompaniyaning o'z faoliyati natijalarini baholash va ularni ochiq va shaffof tarzda taqdim etish imkonini beradi. **Ko'rsatkichlarni o'lchash:** Kompaniyalar o'z faoliyatining ijtimoiy va ekologik ta'sirini baholash uchun aniq ko'rsatkichlarni belgilashi kerak. Masalan, energiya sarfi, suv iste'moli, chiqindilar miqdori, xodimlarning farovonligi va jamiyatdagi loyihalarning natijalari kabi. **Hisobot tayyorlash:** Monitoring natijalari asosida kompaniyalar muntazam ravishda hisobotlar tayyorlashi kerak. Bu hisobotlar odatda “Barqarorlik hisoboti” yoki “Ijtimoiy mas'uliyat hisoboti” shaklida taqdim

etiladi. Hisobotlar ochiq va aniq bo‘lishi, shuningdek, BMTning Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (SDGs) bilan bog‘liqligi kerak. **Tashqi audit:** Hisobotlarning ishonchliligini oshirish uchun tashqi auditorlar yoki mustaqil tashkilotlar tomonidan tekshirishdan o‘tkazish tavsiya etiladi.

3. Xodimlarni jalb qilish:

Biznesning ijtimoiy va ekologik ta’sirini boshqarishda xodimlarning roli juda muhim. Xodimlar nafaqat strategiyalarni amalga oshirishda, balki yangi g‘oyalarni keltirib chiqishda ham asosiy rol o‘ynaydi. **Xodimlarni o‘qitish va xabardor qilish:** Kompaniyalar xodimlarini ijtimoiy mas’uliyat va barqaror rivojlanish tamoyillari haqida o‘qitishi kerak. Bu xodimlarning atrof-muhitni muhofaza qilish, energiya tejash va ijtimoiy adolatni qo‘llab-quvvatlash kabi sohalarda faol ishtirok etishiga yordam beradi. **Rag‘batlantirish:** Xodimlarni barqarorlik dasturlariga jalb qilish uchun rag‘batlantirish tizimlari yaratish mumkin. Masalan, ekologik loyihalarda qatnashgan xodimlarni mukofotlash yoki ularning g‘oyalarini qo‘llab-quvvatlash. **Ichki kommunikatsiyani yaxshilash:** Xodimlar bilan muntazam ravishda muloqot qilish, ularning fikrlarini eshitish va ularni qaror qabul qilish jarayonlariga jalb qilish muhimdir.

4. Hamkorlik va tarmoqlar:

Biznesning ijtimoiy va ekologik ta’sirini boshqarishda yagona yechimlar kam samara beradi. Shu sababli, kompaniyalar hukumatlar, nodavlat tashkilotlar, mahalliy jamiyatlar va boshqa bizneslar bilan hamkorlik qilishlari kerak. **Mahalliy jamiyatlar bilan hamkorlik:** Kompaniyalar o‘z faoliyat olib boradigan hududlarda mahalliy jamiyatlar bilan yaqin hamkorlik qilishi kerak. Bu ijtimoiy loyihalar, ta’lim va sog‘liqni saqlash dasturlarini amalga oshirish orqali amalga oshirilishi mumkin. **Nodavlat tashkilotlar bilan ishlash:** Nodavlat tashkilotlar ijtimoiy va ekologik masalalarda katta tajribaga ega. Kompaniyalar ular bilan hamkorlik qilib, o‘z dasturlarini samaraliroq amalga oshirishi mumkin. **Sanoat tarmoqlari va assotsiatsiyalar:** Kompaniyalar o‘z sohasidagi boshqa kompaniyalar bilan hamkorlik qilib, umumiy standartlar va yechimlar ishlab chiqishi mumkin. Masalan, toza energiya yoki chiqindilarni qayta ishlash sohasidagi innovatsiyalarni birgalikda rivojlantirish.

5. Innovatsiyalarni qo‘llash:

Innovatsiyalar biznesning ijtimoiy va ekologik ta’sirini boshqarishning eng samarali vositalaridan biridir. Texnologik yutuqlar orqali resurslardan samaraliroq foydalanish, chiqindilarni kamaytirish va ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqish mumkin. **Toza texnologiyalarni joriy etish:** Kompaniyalar energiya samaradorligini oshiruvchi texnologiyalar, qayta tiklanadigan energiya manbalari va chiqindilarni qayta ishlash tizimlarini joriy qilishi kerak. **Barqaror mahsulotlar ishlab chiqish:** Kompaniyalar ekologik toza va barqaror mahsulotlar ishlab chiqishga e’tibor qaratishi kerak. Bu mahsulotlar ishlab chiqarish jarayonida atrof-muhitga minimal zarar

yetkazishi lozim. **Raqamli transformatsiya:** Raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali jarayonlarni avtomatlashtirish, resurslardan samaraliroq foydalanish va chiqindilarni kamaytirish mumkin. Masalan, bulutli texnologiyalar yoki sun'iy intellekt yordamida energiya sarfini optimallashtirish.

Xulosa

Biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini boshqarish zamonaviy dunyoda kompaniyalarning muvaffaqiyati va obro'si uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Ijtimoiy mas'uliyat va barqaror rivojlanish tamoyillari asosida faoliyat olib borish nafaqat atrof-muhitni muhofaza qilish va jamiyat farovonligini ta'minlash, balki uzoq muddatli iqtisodiy foyda olish imkoniyatini ham beradi. Kompaniyalar o'z faoliyatini ijtimoiy va ekologik jihatdan mas'uliyatli tarzda olib borish orqali nafaqat o'z manfaatlarini ko'zlaydi, balki butun jamiyat va tabiat uchun ijobiy oqibatlariga erishadi. Strategiyani ishlab chiqish, monitoring va hisobotlash, xodimlarni jalb qilish, hamkorlik va innovatsiyalarni qo'llash kabi choralar biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini samarali boshqarishning asosiy yo'nalishlaridir. Har bir kompaniya o'z faoliyatini barqaror rivojlanish tamoyillari asosida qurishi, resurslardan samarali foydalanishi va atrof-muhitni muhofaza qilishga qaratilgan choralarni ko'rish kerak. Buning uchun aniq maqsadlar belgilash, xodimlarni rag'batlantirish, mahalliy jamiyatlar va nodavlat tashkilotlar bilan hamkorlik qilish, shuningdek, innovatsion texnologiyalarni joriy etish muhimdir. Strategiyani ishlab chiqish jarayonida kompaniyalar o'z faoliyatining ijtimoiy va ekologik ta'sirini baholash, aniq maqsadlar belgilash va ularga erishish yo'lida chora-tadbirlarni ishlab chiqishi kerak. Monitoring va hisobotlash tizimi orqali kompaniyalar o'z natijalarini baholash va ularni ochiq va shaffof tarzda taqdim etish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu esa kompaniyaning ishonchliligini oshirish va uning obro'sini mustahkamlashga yordam beradi. Xodimlarni jalb qilish esa kompaniyaning ichki resurslaridan samarali foydalanishning kalitidir. Xodimlarni o'qitish, ularni rag'batlantirish va ularning g'oyalarini qo'llab-quvvatlash orqali kompaniyalar ijtimoiy va ekologik masalalarda katta yutuqlarga erishishi mumkin. Hamkorlik va tarmoqlar esa kompaniyalarga kengroq imkoniyatlar yaratadi. Mahalliy jamiyatlar, nodavlat tashkilotlar va boshqa bizneslar bilan hamkorlik qilish orqali kompaniyalar o'z dasturlarini samaraliroq amalga oshirishi va umumiy maqsadlarga erishishi mumkin. Innovatsiyalarni qo'llash esa biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini boshqarishning eng samarali usullaridan biridir. Toza texnologiyalar, barqaror mahsulotlar va raqamli transformatsiya orqali kompaniyalar resurslardan samaraliroq foydalanish, chiqindilarni kamaytirish va atrof-muhitni muhofaza qilish imkoniyatiga ega bo'ladi. Xulosa qilib aytganda, biznesning ijtimoiy va ekologik ta'sirini boshqarish – bu nafaqat majburiyat, balki kompaniyalarning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta'minlashning asosiy shartidir. Strategiyani ishlab chiqish, monitoring va hisobotlash, xodimlarni jalb qilish, hamkorlik va innovatsiyalarni

qo‘llash kabi choralar orqali kompaniyalar nafaqat o‘z obro‘cini oshirishi, balki jamiyat va atrof-muhitning farovonligiga ham hissa qo‘shishi mumkin. Bu yo‘lda har bir qadam biznesni barqaror rivojlanishga yaqinlashtiradi va kelajak avlodlar uchun yaxshiroq dunyo qoldirish imkoniyatini beradi.

Foydalangan adabiyotlar:

1. 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*, 12(1), 85-105.
 - Bu maqola korporativ ijtimoiy mas’uliyatning biznes uchun afzalliklari va amaliy qo‘llanilishi haqida batafsil ma’lumot beradi.
2. Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
 - Jon Elkingtonning bu kitobi “uch qirrali natija” (ijtimoiy, ekologik va iqtisodiy) tamoyilini ta’riflab, barqaror biznesning asoslarini yoritadi.
3. United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*.
 - Birlashgan Millatlar Tashkilotining Barqaror Rivojlanish Maqsadlari (SDGs) haqidagi hujjat, biznesning barqaror rivojlanishdagi rolini tushunish uchun muhim manba.
4. Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
 - Maykl Porter va Mark Kramerning bu maqolasi biznesning ijtimoiy mas’uliyatni qanday qilib o‘z strategiyasiga integratsiya qilishi va “umumiy qiymat” yaratishi haqida fikr yuritadi.
5. Schaltegger, S., & Burritt, R. (2018). Business Cases and Corporate Engagement with Sustainability: Differentiating Ethical Motivations. *Journal of Business Ethics*, 147(2), 241-259.
 - Bu tadqiqot biznesning barqarorlikka qaratilgan sa’y-harakatlarining etik va iqtisodiy jihatlarini o‘rganadi.
6. World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. Oxford University Press.
 - “Brundtland hisoboti” sifatida ham tanilgan bu hujjat barqaror rivojlanishning zamonaviy tushunchasini shakllantirgan asosiy manbalardan biridir.
7. Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing.
 - R. Edvard Freemanning bu kitobi biznesning barcha manfaatdor tomonlar (steykxolderlar) bilan munosabatlarini muhokama qiladi.
8. SustainAbility. (2020). *The Future of Stakeholder Engagement*.
 - Bu hisobot biznesning manfaatdor tomonlar bilan muloqot qilish va ularning ehtiyojlarini qondirish strategiyalarini ko‘rib chiqadi.
9. Global Reporting Initiative (GRI). (2021). *GRI Standards: The Global Standards for Sustainability Reporting*.
 - GRI standartlari kompaniyalarning barqarorlik hisobotlarini tayyorlashda qo‘llaniladigan xalqaro miqyosdagi ko‘rsatmalardir.
10. Hawken, P., Lovins, A., & Lovins, L. H. (1999). *Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution*. Little, Brown and Company.
 - Bu kitob tabiiy resurslardan samarali foydalanish va barqaror biznes modellarini yaratish haqida chuqur tahlillar keltiradi.