THE DIALECTICS OF ECONOMIC INTEREST AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN SOCIAL ENTREPRENEURSHIP

Independent Researcher at Fergana State University

Abdurakhmonov Asadullo Askarovich

Abstract

This thesis provides a socio-philosophical analysis of the dialectical relationship between economic interest and social responsibility in social entrepreneurship. It argues that profit generation and the creation of social value in social entrepreneurship are not mutually exclusive but rather mutually interdependent objectives. A. Sen's capability approach, M. Yunus's concept of social business, R. Freeman's stakeholder theory, M. Porter and M. Kramer's concept of "creating shared value," as well as the views of Uzbek scholars on social responsibility and human interests, are employed as the methodological foundations of the study. Economic interest is interpreted as a means of ensuring the sustainability of social entrepreneurship, while social responsibility is regarded as a criterion that determines its goals and value orientation. The author proposes the concept of "responsible economic interest" as an integrative axiological principle of social entrepreneurial activity.

Keywords

social entrepreneurship, economic interest, social responsibility, social value, social justice, stakeholders, shared value, human dignity, social mission, sustainability.

IJTIMOIY TADBIRKORLIKDA IQTISODIY MANFAAT VA IJTIMOIY MAS'ULIYAT DIALEKTIKASI

Farg'ona davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi Abduraxmonov Asadullo Askarovich

Annotatsiya. Mazkur tezisda ijtimoiy tadbirkorlik faoliyatida iqtisodiy manfaat va ijtimoiy mas'uliyat o'rtasidagi dialektik munosabat ijtimoiy-falsafiy nuqtai nazardan

tahlil qilinadi. Ijtimoiy tadbirkorlikda foyda olish va ijtimoiy qiymat yaratish bir-birini inkor etuvchi emas, balki o‘zaro shartlangan maqsadlar ekanligi asoslanadi. A. Senning imkoniyatlar yondashuvi, M. Yunusning ijtimoiy biznes konsepsiyasi, R. Frimanning manfaatdor tomonlar nazariyasi, M. Porter va M. Kramerning “umumiy qiymat yaratish” g‘oyasi hamda o‘zbek olimlarining ijtimoiy mas’uliyat va inson manfaatlariga oid qarashlari metodologik asos sifatida qo‘llaniladi. Tadqiqotda iqtisodiy manfaat ijtimoiy tadbirkorlikning barqarorligini ta’minlovchi vosita, ijtimoiy mas’uliyat esa uning maqsad va qadriyat yo‘nalishini belgilovchi mezon sifatida talqin qilinadi. Muallif tomonidan “mas’uliyatli iqtisodiy manfaat” ijtimoiy tadbirkorlik faoliyatining integrativ aksiologik tamoyili sifatida ilgari suriladi.

Kalit so‘zlar: ijtimoiy tadbirkorlik, iqtisodiy manfaat, ijtimoiy mas’uliyat, ijtimoiy qiymat, ijtimoiy adolat, manfaatdor tomonlar, umumiy qiymat, inson qadr-qimmati, ijtimoiy missiya, barqarorlik.

ДИАЛЕКТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ

Независимый исследователь Ферганского государственного университета
Абдурахмонов Асадулло Аскарович

Аннотация. В настоящих тезисах с социально-философской точки зрения анализируется диалектическая взаимосвязь между экономическим интересом и социальной ответственностью в деятельности социального предпринимательства. Обосновывается положение о том, что получение прибыли и создание социальной ценности в социальном предпринимательстве являются не взаимоисключающими, а взаимно обусловленными целями. В качестве методологической основы используются подход А. Сена к расширению возможностей человека, концепция социального бизнеса М. Юнуса, теория заинтересованных сторон Р. Фримана, идея «создания общей ценности» М.

Портера и М. Крамера, а также взгляды узбекских учёных на социальную ответственность и интересы человека. В исследовании экономический интерес интерпретируется как средство обеспечения устойчивости социального предпринимательства, тогда как социальная ответственность рассматривается в качестве критерия, определяющего его целевую и ценностную направленность. Автором выдвигается понятие «ответственный экономический интерес» в качестве интегративного аксиологического принципа деятельности социального предпринимательства.

Kirish. Iqtisodiy manfaat va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi munosabat zamonaviy tadbirkorlik falsafasining eng murakkab masalalaridan biridir. An’anaviy iqtisodiy tafakkurda tadbirkorlik ko‘pincha xususiy manfaat, foyda, raqobat va iqtisodiy samaradorlik kategoriyalari orqali talqin qilingan. Biroq jamiyatning murakkablashuvi, ijtimoiy tengsizlik, kambag‘allik, bandlik, ekologik muammolar va turli guruhlarning iqtisodiy hayotdan chetda qolishi biznes faoliyatining ijtimoiy oqibatlarini ham falsafiy tahlil markaziga olib chiqdi.

Ijtimoiy tadbirkorlik aynan mazkur ziddiyat maydonida shakllanayotgan ijtimoiy institut hisoblanadi. U bozor mexanizmlaridan foydalanadi, iqtisodiy daromad yaratadi, biroq iqtisodiy foydani faoliyatning yakuniy maqsadi sifatida emas, muayyan ijtimoiy muammoni barqaror hal etish vositasi sifatida ko‘radi.

Shu sababli ijtimoiy tadbirkorlik mohiyatini “foyda yoki ijtimoiy manfaat” tarzidagi oddiy dixotomiya orqali anglash yetarli emas. Uning ijtimoiy-falsafiy tabiati iqtisodiy manfaat va ijtimoiy mas’uliyatning dialektik birligi orqali ochiladi. Mazkur tezisning maqsadi ana shu munosabatning falsafiy, aksiologik va institutsional asoslarini tahlil qilishdan iborat.

Asosiy qism. Iqtisodiy manfaat inson va jamiyat iqtisodiy faoliyatining tabiiy rag‘batlantiruvchi omillaridan biridir. Tadbirkorlikning iqtisodiy barqarorligi daromad

olish, xarajatlarni qoplash, kapitalni qayta investitsiya qilish va faoliyatni kengaytirish imkoniyatlariga bog‘liq. Shu ma’noda foydani ijtimoiy tadbirkorlikka zid hodisa sifatida talqin qilish metodologik jihatdan biryoqlama bo‘ladi.

Aksincha, iqtisodiy barqarorlik bo‘lmagan ijtimoiy tashabbus uzoq muddat davomida o‘z missiyasini bajarish imkoniyatini yo‘qotishi mumkin. Demak, ijtimoiy tadbirkorlikda iqtisodiy manfaatning mavjudligi muammo emas; asosiy masala iqtisodiy manfaat qanday maqsadga bo‘ysundirilgani va yaratilgan qiymat qanday taqsimlanishi bilan bog‘liq.

M. Yunusning ijtimoiy biznes konsepsiyasi mazkur masalani tushuntirish uchun muhim nazariy asos beradi. Yunus biznesning insoniyat oldidagi ijtimoiy muammolarni hal etishga xizmat qilishi mumkinligini ta’kidlab, ijtimoiy biznesda daromad olish iqtisodiy barqarorlikni ta’minlasa-da, asosiy missiya jamiyatdagi muayyan muammoning yechimini topish ekanini ko‘rsatadi.[1] Shu nuqtai nazardan iqtisodiy manfaat ijtimoiy maqsadni almashtirmaydi, balki uni amalga oshirish uchun resurs yaratadi.

Bu yerda muhim falsafiy farq mavjud: foyda maqsad bo‘lgan tadbirkorlik bilan foyda ijtimoiy maqsadni ta’minlovchi vosita bo‘lgan tadbirkorlik bir xil aksiologik mazmunga ega emas.

Ijtimoiy mas’uliyat esa tadbirkorlik subyektining o‘z iqtisodiy faoliyati natijalarini nafaqat xususiy manfaat, balki boshqa insonlar va jamiyat manfaatlari bilan bog‘liq holda baholash qobiliyatini anglatadi. Bu mas’uliyat xayriya qilish bilan chegaralanmaydi. U ishchi-xodimlar, iste’molchilar, mahalliy hamjamiyat, ekologik muhit va boshqa manfaatdor guruhlar oldidagi munosabatlarni ham o‘z ichiga oladi.

R. Frimanning manfaatdor tomonlar (*stakeholder*) nazariyasi aynan shu yondashuvni rivojlantiradi. Uning fikricha, biznes faoliyatini faqat aksiyadorlarning manfaatlari orqali baholash yetarli emas; tashkilot o‘z faoliyatiga ta’sir qiluvchi va

undan ta’sirlanuvchi turli manfaatdor tomonlar manfaatlarini ham hisobga olishi kerak.[2] Ijtimoiy tadbirkorlikda mazkur prinsip yanada chuqur mazmun kasb etadi, chunki uning ijtimoiy missiyasi manfaatdor tomonlarni faoliyatning periferik emas, markaziy subyektlariga aylantiradi.

Iqtisodiy manfaat va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi dialektikani qarama-qarshilik, o‘zaro cheklash va o‘zaro to‘ldirish jihatlari orqali tushuntirish mumkin.

Birinchidan, ular o‘rtasida real ziddiyat mavjud. Ijtimoiy missiyani amalga oshirish qo‘shimcha xarajatlarni talab qilishi, qisqa muddatli daromadni kamaytirishi yoki iqtisodiy samaradorlikning an’anaviy mezonlariga zid kelishi mumkin. Masalan, mehnat bozorida raqobatbardoshligi nisbatan past bo‘lgan ijtimoiy guruh vakillarini ish bilan ta’minlash qo‘shimcha o‘qitish, moslashtirilgan ish joyi yoki qo‘llab-quvvatlash xarajatlarini talab etadi.

Ikkinchidan, iqtisodiy manfaat ijtimoiy mas’uliyatni cheklashi mumkin bo‘lganidek, ijtimoiy missiyaning iqtisodiy reallikdan uzilishi ham tashkilotning barqarorligini zaiflashtirishi mumkin. Demak, ijtimoiy tadbirkorlik bir tomonlama altruizmga ham, cheklanmagan foyda maksimallashtirishga ham asoslana olmaydi.

Uchinchidan, dialektik yondashuv bu ziddiyatni yuqoriroq darajadagi birlikda hal qilish imkonini beradi. M. Porter va M. Kramer taklif qilgan “umumiy qiymat yaratish” (creating shared value) konsepsiyasida kompaniyaning iqtisodiy muvaffaqiyati bilan jamiyatdagi ijtimoiy taraqqiyot o‘rtasida o‘zaro manfaatli aloqa yaratish mumkinligi asoslanadi.[3] Ijtimoiy muammolar faqat xarajat yoki majburiyat emas, innovatsion iqtisodiy faoliyat uchun imkoniyat sifatida ham ko‘rilishi mumkin.

Ijtimoiy tadbirkorlik aynan shunday integratsiyani institutsional shaklda amalga oshiradi. Masalan, aholining ijtimoiy himoyaga muhtoj qatlamlarini ish bilan ta’minlovchi korxona bir vaqtning o‘zida mahsulot yoki xizmat yaratadi, daromad oladi

va ijtimoiy integratsiyani kuchaytiradi. Bunda iqtisodiy qiymat bilan ijtimoiy qiymat bir jarayonning turli natijalariga aylanadi.

A. Senning imkoniyatlar konsepsiyasi mazkur munosabatning insoniy mazmunini yanada chuqurroq ochishga yordam beradi. Sen taraqqiyotning muhim mezoni sifatida insonning real erkinliklari va o‘zi qadrlaydigan hayot tarzini amalga oshirish imkoniyatlarini kengaytirishni ko‘rsatadi.[4] Shundan kelib chiqilsa, ijtimoiy tadbirkorlikning ijtimoiy mas’uliyati faqat daromadning ma’lum qismini ehtiyojmandlarga berish bilan o‘lchanmasligi lozim. Uning muhim mezoni iqtisodiy faoliyat orqali insonlarning real imkoniyatlari qanchalik kengayganidir.

Bu holat iqtisodiy manfaatning aksiologik qayta talqinini talab etadi. Ya’ni iqtisodiy foyda faqat mulkdorning farovonligini oshirish vositasi emas, balki bandlik, kasbiy rivojlanish, ijtimoiy xizmatlardan foydalanish va inson subyektligini mustahkamlash uchun xizmat qiluvchi resursga aylanishi mumkin.

O‘zbek falsafiy tafakkurida ham inson manfaatlari, jamiyat oldidagi mas’uliyat va ma’naviy qadriyatlarning iqtisodiy taraqqiyot bilan uyg‘unligi muhim masala sifatida qaraladi. E. Yusupov insonning kamoloti uning shaxsiy manfaatlari bilan jamiyat manfaatlarini uyg‘unlashtira olishi, ma’naviy mas’uliyat va ijtimoiy faollikni namoyon etishi bilan bog‘liqligini ta’kidlaydi.[5] Mazkur yondashuv ijtimoiy tadbirkor faoliyatida individual iqtisodiy tashabbus bilan jamoaviy manfaat o‘rtasidagi muvozanatning ma’naviy-falsafiy asosini ochishga yordam beradi.

Shu asosda ijtimoiy tadbirkorlikdagi manfaat va mas’uliyat munosabatini uch darajada ko‘rsatish mumkin. Individual darajada tadbirkor o‘z iqtisodiy manfaatini amalga oshiradi. Institutsional darajada korxona o‘z iqtisodiy barqarorligini ijtimoiy missiya bilan uyg‘unlashtiradi. Jamiyat darajasida esa yaratilgan iqtisodiy qiymat ijtimoiy imkoniyatlar, bandlik, integratsiya va birdamlikning kengayishiga xizmat qiladi.

Mazkur uch darajani birlashtiruvchi kategoriya sifatida “mas’uliyatli iqtisodiy manfaat” tushunchasini taklif qilish mumkin. U iqtisodiy manfaatni rad etishni emas, uning ijtimoiy oqibatlarini ongli ravishda hisobga olgan holda shakllantirishni anglatadi. Bunda tadbirkorning muvaffaqiyati faqat olingan foyda bilan emas, balki yaratilgan ijtimoiy qiymat bilan ham baholanadi. Uning konseptual formulasini quyidagicha ifodalash mumkin: iqtisodiy manfaat → iqtisodiy barqarorlik → ijtimoiy qiymat → ijtimoiy mas’uliyat → umumiy farovonlik. Bunda foyda va mas’uliyat antagonistik kategoriyalar emas, balki ijtimoiy tadbirkorlikning ikki o‘zaro bog‘liq tayanchiga aylanadi.

Xulosa. Ijtimoiy tadbirkorlikda iqtisodiy manfaat va ijtimoiy mas’uliyatni bir-biriga qarama-qarshi hodisalar sifatida talqin qilish mazkur fenomenning ijtimoiy-falsafiy mohiyatini to‘liq ochib bermaydi. Aksincha, iqtisodiy manfaat ijtimoiy tadbirkorlikning barqaror faoliyat yuritishi, innovatsion salohiyatini saqlashi va ijtimoiy missiyasini uzoq muddat davomida amalga oshirishi uchun zarur iqtisodiy asos hisoblanadi. Shu bilan birga, ijtimoiy mas’uliyat ushbu manfaatning yo‘nalishini belgilab, uni tor xususiy foyda doirasidan chiqarib, jamiyat manfaatlari, inson qadr-qimmati va umumiy farovonlik bilan uyg‘unlashtiradi.

Ijtimoiy tadbirkorlikning haqiqiy mohiyati foyda va ijtimoiy missiya o‘rtasida tanlov qilishda emas, balki iqtisodiy va ijtimoiy qiymatni bir vaqtning o‘zida yaratishga qodir bo‘lgan barqaror mexanizmni shakllantirishda namoyon bo‘ladi. Bunday yondashuvda iqtisodiy foyda yakuniy maqsad emas, balki ijtimoiy muammolarni hal qilish, bandlikni kengaytirish, insonlarning iqtisodiy mustaqilligini mustahkamlash va ularning ijtimoiy subyektligini rivojlantirishga xizmat qiluvchi vosita sifatida namoyon bo‘ladi.

Shu jihatdan, ijtimoiy tadbirkorlik samaradorligini faqat moliyaviy ko‘rsatkichlar yoki ko‘rsatilgan yordam hajmi bilan baholash yetarli emas. Uning ijtimoiy natijadorligi

insonlarning real imkoniyatlari qay darajada kengaygani, yangi ish o‘rinlari yaratilgani, iqtisodiy mustaqillik va ijtimoiy faollik kuchaygani, shuningdek, ijtimoiy chetlanishning kamaygani bilan o‘lchanishi lozim.

Binobarin, ilgari surilayotgan “mas’uliyatli iqtisodiy manfaat” tushunchasi ijtimoiy tadbirkorlikning integrativ aksiologik tamoyili sifatida talqin qilinadi. Ushbu tamoyil iqtisodiy ratsionallikni ijtimoiy mas’uliyat bilan uyg‘unlashtirib, xususiy manfaatni umumiy farovonlik yaratish vositasiga aylantirishni nazarda tutadi. Natijada ijtimoiy tadbirkorlik nafaqat iqtisodiy faoliyat turi, balki iqtisodiy manfaatlarni ijtimoiy qadriyatlar bilan muvofiqlashtiruvchi, inson imkoniyatlarini kengaytiruvchi va jamiyatdagi ijtimoiy birdamlikni mustahkamlovchi transformativ institut sifatida namoyon bo‘ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Yunus M. *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity’s Most Pressing Needs*. New York: PublicAffairs, 2010. P. 1–12.

2. Freeman R.E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman, 1984. P. 46–52.

3. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value // *Harvard Business Review*. – 2011. – Vol. 89, No. 1/2. P. 62–77.

4. Sen A. *Development as Freedom*. New York: Alfred A. Knopf, 1999. P. 18–25.

5. Yusupov E. *Inson kamolotining ma’naviy asoslari*. Toshkent: Universitet, 1998.