THE DIALECTICS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY

Independent Researcher at Fergana State University

Abdulboqiyev Abduqodir Boxodirjon ugli

Abstract

This thesis provides a socio-philosophical analysis of the dialectical relationship between social entrepreneurship and social responsibility in the development of civil society. It argues that social entrepreneurship represents a form of activity that harmonizes citizens' economic initiatives with the interests of society, while social responsibility serves as a principle determining the axiological and normative orientation of such activity. J. Habermas's theory of communicative action, R. Putnam's concept of social capital, R. Freeman's stakeholder theory, A. Sen's capability approach, as well as the views of Uzbek scholars on civic responsibility and social activity, are employed as the methodological foundations of the study. The role of the interrelationship between social entrepreneurship and social responsibility in fostering civic initiative, trust, cooperation, social value, and common well-being is examined. The author proposes the concept of "responsible civic entrepreneurship" as an integrative socio-philosophical category expressing the unity of economic initiative and social responsibility within civil society.

Keywords

civil society, social entrepreneurship, social responsibility, civic engagement, social capital, social trust, stakeholders, social value, cooperation, responsible civic entrepreneurship.

FUQAROLIK JAMIYATI RIVOJIDA IJTIMOIY TADBIRKORLIK VA IJTIMOIY MAS'ULIYAT DIALEKTIKASI

Farg‘ona davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi Abdulboqiyev Abduqodir Boxodirjon o’g’li

Annotatsiya. Mazkur tezisda fuqarolik jamiyati rivojida ijtimoiy tadbirkorlik va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi dialektik munosabat ijtimoiy-falsafiy nuqtai nazardan tahlil qilinadi. Ijtimoiy tadbirkorlik fuqarolarning iqtisodiy tashabbusini jamiyat manfaatlari bilan uyg‘unlashtiruvchi faoliyat shakli, ijtimoiy mas’uliyat esa mazkur faoliyatning aksiologik va normativ yo‘nalishini belgilovchi tamoyil ekanligi asoslanadi. J. Habermasning kommunikativ harakat, R. Patnamning ijtimoiy kapital, R. Frimanning manfaatdor tomonlar, A. Senning imkoniyatlar yondashuvi hamda o‘zbek olimlarining fuqarolik mas’uliyati va ijtimoiy faollikka oid qarashlaridan metodologik asos sifatida foydalaniladi. Ijtimoiy tadbirkorlik va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi o‘zaro aloqaning fuqarolik tashabbusi, ishonch, hamkorlik, ijtimoiy qiymat va umumiy farovonlikni shakllantirishdagi o‘rni ochib beriladi. Muallif tomonidan “mas’uliyatli fuqarolik tadbirkorligi” tushunchasi fuqarolik jamiyatida iqtisodiy tashabbus va ijtimoiy mas’uliyat birligini ifodalovchi integrativ ijtimoiy-falsafiy kategoriya sifatida taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: fuqarolik jamiyati, ijtimoiy tadbirkorlik, ijtimoiy mas’uliyat, fuqarolik faolligi, ijtimoiy kapital, ijtimoiy ishonch, manfaatdor tomonlar, ijtimoiy qiymat, hamkorlik, mas’uliyatli fuqarolik tadbirkorligi.

ДИАЛЕКТИКА СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

Независимый исследователь Ферганского государственного университета Абдулбокиев Абдукодир Боходиржон угли

Аннотация. В настоящих тезисах с социально-философской точки зрения анализируется диалектическая взаимосвязь между социальным

предпринимательством и социальной ответственностью в развитии гражданского общества. Обосновывается, что социальное предпринимательство представляет собой форму деятельности, обеспечивающую согласование экономической инициативы граждан с интересами общества, тогда как социальная ответственность выступает принципом, определяющим аксиологическую и нормативную направленность данной деятельности. В качестве методологической основы используются теория коммуникативного действия Ю. Хабермаса, концепция социального капитала Р. Патнэма, теория заинтересованных сторон Р. Фримана, подход А. Сена к расширению возможностей человека, а также взгляды узбекских учёных на гражданскую ответственность и социальную активность. Раскрывается роль взаимосвязи социального предпринимательства и социальной ответственности в формировании гражданской инициативы, доверия, сотрудничества, социальной ценности и общего благосостояния. Автором предлагается понятие «ответственное гражданское предпринимательство» как интегративная социально-философская категория, выражающая единство экономической инициативы и социальной ответственности в гражданском обществе.

Ключевые слова: гражданское общество, социальное предпринимательство, социальная ответственность, гражданская активность, социальный капитал, социальное доверие, заинтересованные стороны, социальная ценность, сотрудничество, ответственное гражданское предпринимательство.

Kirish. Fuqarolik jamiyatining barqaror rivojlanishi shaxs va ijtimoiy guruhlarning jamiyat hayotidagi faolligi, umumiy manfaatlarga daxldorligi hamda ijtimoiy muammolar uchun mas’uliyatni o‘z zimmasiga olish qobiliyatiga bevosita bog‘liq. Shu sababli zamonaviy fuqarolik jamiyatini faqat davlatdan tashqarida faoliyat yurituvchi institutlar majmui sifatida tushuntirish yetarli emas. U, eng avvalo, shaxsning passiv

ijtimoiy mavqedan faol fuqarolik subyektligiga o‘tishini ta’minlaydigan munosabatlar tizimidir.

Ijtimoiy tadbirkorlik ana shunday fuqarolik subyektligining yangi shakllaridan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Unda iqtisodiy tashabbus ijtimoiy muammolarni hal etish bilan birlashtiriladi. Bu jarayonda tadbirkor nafaqat bozor munosabatlarining iqtisodiy subyekti, balki muayyan ijtimoiy ehtiyojni anglaydigan va uning yechimi uchun mas’uliyatni o‘z zimmasiga oladigan fuqaro sifatida faoliyat yuritadi.

Muammoning ijtimoiy-falsafiy jihati shundaki, ijtimoiy mas’uliyat ijtimoiy tadbirkorlikka tashqaridan yuklatiladigan axloqiy talabmi yoki uning ichki mohiyatini tashkil qiluvchi qadriyatmi, degan savol yuzaga keladi. Muallif fikricha, ijtimoiy tadbirkorlikning fuqarolik jamiyatidagi haqiqiy salohiyati aynan ikkinchi holatda — mas’uliyat iqtisodiy faoliyatning ichki motivi va maqsadiga aylanganda namoyon bo‘ladi.

Ijtimoiy mas’uliyat tushunchasi insonning o‘z xatti-harakatlari oqibatlarini boshqa shaxslar, ijtimoiy guruhlar va jamiyat manfaatlari bilan bog‘liq holda anglashini nazarda tutadi. Biroq fuqarolik jamiyati sharoitida mas’uliyatning mazmuni bundan ham kengroqdir. Fuqaro nafaqat o‘z harakatlarining oqibatlari uchun javob beradi, balki jamiyatdagi muammolarga nisbatan befarq bo‘lmaslik, ularning yechimida ishtirok etish va umumiy manfaatlarni himoya qilish mas’uliyatini ham namoyon etadi.

J. Habermasning kommunikativ harakat nazariyasida ijtimoiy munosabatlarning barqarorligi faqat strategik manfaatlar bilan emas, o‘zaro tushunishga yo‘naltirilgan kommunikativ ratsionallik bilan bog‘lanadi.[1] Ushbu nazariy pozitsiyani ijtimoiy tadbirkorlikka tatbiq etish uning faoliyatini faqat iqtisodiy manfaatlarni amalga oshirish vositasi sifatida emas, turli ijtimoiy subyektlarning manfaatlarini muvofiqlashtiruvchi kommunikativ amaliyot sifatida tushunishga imkon beradi.

Ijtimoiy tadbirkor mahalliy hamjamiyat, iste'molchilar, xodimlar, davlat institutlari, nodavlat tashkilotlar va boshqa manfaatdor tomonlar bilan munosabatga kirishadi. Shu sababli uning ijtimoiy mas'uliyati bir tomonlama "jamiyatga yordam berish" shaklida emas, balki turli subyektlar bilan dialog va hamkorlik asosida ijtimoiy qiymat yaratish jarayonida namoyon bo‘ladi.

R. Frimanning manfaatdor tomonlar nazariyasi ham biznesning mas'uliyatini faqat mulkdor yoki aksiyador manfaatlari bilan cheklash mumkin emasligini ko‘rsatadi. Tashkilot o‘z faoliyatiga ta'sir ko‘rsatadigan yoki uning faoliyati ta'sirida bo‘ladigan guruhlarning manfaatlarini hisobga olishi zarur.[2] Ijtimoiy tadbirkorlikda bu prinsip yanada muhim ahamiyat kasb etadi, chunki uning legitimligi iqtisodiy natija bilan birga yaratgan ijtimoiy qiymatiga ham bog‘liq.

Bu yerda ijtimoiy mas'uliyatning ikki shaklini farqlash mumkin. Birinchisi — reaktiv mas'uliyat, ya'ni faoliyat natijasida yuzaga kelgan salbiy oqibatlarni bartaraf etish yoki mavjud talablarni bajarish. Ikkinchisi — proaktiv mas'uliyat, ya'ni jamiyatdagi muammoni oldindan anglab, uning yechimi uchun ixtiyoriy ravishda tashabbus ko‘rsatish. Ijtimoiy tadbirkorlikning fuqarolik mohiyati, eng avvalo, ikkinchi shaklda namoyon bo‘ladi.

Masalan, oddiy korxonaning qonunchilik talablariga rioya qilishi uning mas'uliyatli faoliyat yuritayotganini ko‘rsatishi mumkin. Ijtimoiy tadbirkor esa qonun talabidan tashqariga chiqib, jamiyatda mavjud ijtimoiy ehtiyojni aniqlaydi va uning barqaror yechimini o‘z biznes modelining markaziga joylashtiradi. Demak, bu holatda mas'uliyat tashqi nazorat natijasidan ichki fuqarolik tashabbusiga aylanadi.

R. Patnamning ijtimoiy kapital konsepsiyasi ijtimoiy tadbirkorlik va mas'uliyatning fuqarolik jamiyatidagi yana bir muhim jihatini ochadi. Patnam ijtimoiy tarmoqlar, o‘zaro ishonch va hamkorlik me'yorlarini samarali jamoaviy harakatning muhim resurslari sifatida ko‘rsatadi.[3] Ijtimoiy tadbirkorlik ham ishonchsiz ijtimoiy

muhitda barqaror rivojlana olmaydi. U manfaatdor tomonlarning o‘zaro ishonchi va hamkorligiga tayanadi.

Biroq ushbu munosabat bir tomonlama emas. Mas’uliyatli faoliyat yuritadigan ijtimoiy korxona ham jamiyatda yangi ishonch munosabatlarini shakllantiradi. Tashkilotning o‘z ijtimoiy missiyasiga sodiqligi, faoliyatidagi ochiqlik va manfaatdor guruhlar oldidagi javobgarligi uning ijtimoiy legitimligini kuchaytiradi. Shu tariqa *mas’uliyat → ishonch → hamkorlik → ijtimoiy kapital* shaklidagi munosabat vujudga keladi.

A. Senning imkoniyatlar yondashuvi mas’uliyatning yana bir o‘lchamini ochish imkonini beradi. Sen taraqqiyotni insonlarning real erkinliklari va imkoniyatlarini kengaytirish bilan bog‘laydi.[4] Ushbu pozitsiyadan ijtimoiy tadbirkorning mas’uliyati ehtiyojmand shaxsga tayyor yordam ko‘rsatish bilan chegaralanmaydi. Mas’uliyatning yuqori shakli insonning o‘z hayotini mustaqil qurishi uchun real imkoniyatlar yaratishdan iborat.

Shuning uchun ijtimoiy tadbirkorlikdagi mas’uliyatni paternalistik munosabatdan farqlash muhim. Paternalistik modelda tadbirkor “yordam beruvchi”, ehtiyojmand guruh esa “yordam oluvchi” bo‘lib qoladi. Fuqarolik jamiyatiga mos modelda esa ijtimoiy tadbirkorlik insonni mehnat, iqtisodiy faollik va jamoat hayotiga jalb qilib, uning subyektligini kuchaytiradi.

O‘zbek falsafiy tafakkurida ham insonning erkinligi uning jamiyat oldidagi mas’uliyati bilan uzviy bog‘liq holda talqin qilinadi. E. Yusupov inson kamolotini uning ma’naviy mas’uliyati, ijtimoiy faolligi va jamiyat manfaatlariga ongli munosabati bilan bog‘laydi.[5] Mazkur metodologik yondashuv ijtimoiy tadbirkorlikni shaxsiy tashabbus va ijtimoiy mas’uliyat birlashadigan amaliy institut sifatida tushunishga imkon beradi.

Shu nuqtai nazardan, ijtimoiy tadbirkorlik va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi dialektik bog‘liqlikni uch bosqichda ko‘rsatish mumkin. Birinchi bosqich — ijtimoiy

muammoni anglash, bunda shaxs muayyan ehtiyojni individual muammo emas, jamoaviy ahamiyatga ega masala sifatida qabul qiladi. Ikkinchi bosqich — mas'uliyatni o‘z zimmasiga olish, bunda fuqaro muammoning yechimini faqat tashqi institutlardan kutmaydi. Uchinchi bosqich — ijtimoiy tashabbusni institutsionallashtirish, bunda mas'uliyat iqtisodiy jihatdan barqaror ijtimoiy tadbirkorlik faoliyatiga aylanadi.

Mazkur jarayonni "ijtimoiy ehtiyoj → fuqarolik daxldorligi → mas'uliyat → tashabbus → hamkorlik → ijtimoiy qiymat" konseptual zanjiri orqali ifodalash mumkin. Aynan shu jarayonda "mas'uliyatli fuqarolik tadbirkorligi" shakllanadi. Mazkur tushuncha iqtisodiy tashabbusni jamiyat oldidagi mas'uliyat bilan uyg‘unlashtirgan, ijtimoiy muammolar yechimini o‘z faoliyatining ichki maqsadiga aylantirgan tadbirkorlik modelini anglatadi. Bunda ijtimoiy mas'uliyat korxonaning asosiy faoliyatidan keyin amalga oshiriladigan qo‘shimcha xayriya emas, uning tashkil etilish sabablaridan biriga aylanadi.

Bu jihat ijtimoiy tadbirkorlikni an'anaviy korporativ ijtimoiy mas'uliyatdan ham farqlash imkonini beradi. Korporativ modelda ijtimoiy mas'uliyat mavjud biznes faoliyatiga qo‘shilishi mumkin; ijtimoiy tadbirkorlikda esa ijtimoiy missiya biznes modelining o‘ziga integratsiyalashadi. Shu sababli undagi mas'uliyatni postiqtisodiy majburiyat emas, iqtisodiy faoliyatni tashkil etuvchi aksiologik prinsip sifatida baholash maqsadga muvofiq.

Xulosa. Fuqarolik jamiyati rivojida ijtimoiy tadbirkorlik va ijtimoiy mas'uliyat o‘zaro uzviy bog‘langan, bir-birini mazmunan to‘ldiruvchi ijtimoiy hodisalardir. Bunda ijtimoiy mas'uliyatni faqat shaxsning o‘z xatti-harakatlari oqibatlari uchun javob berishi sifatida tushunish yetarli emas. Fuqarolik jamiyati sharoitida u jamiyatda mavjud muammolarni anglash, ularga daxldorlik hissini namoyon etish va ularning yechimida ixtiyoriy ravishda ishtirok etishga tayyor bo‘lishni ham anglatadi. Shu jihatdan ijtimoiy

mas’uliyat shaxsning passiv ijtimoiy mavqedan faol fuqarolik pozitsiyasiga o‘tishini ta’minlovchi muhim ma’naviy-aksiologik omil sifatida namoyon bo‘ladi.

Ijtimoiy tadbirkorlikning fuqarolik jamiyatidagi o‘ziga xosligi aynan mazkur mas’uliyatni amaliy va institutsional faoliyatga aylantirish qobiliyatida namoyon bo‘ladi. Ijtimoiy tadbirkor jamiyatdagi muammoni shunchaki kuzatuvchi, uni qayd etuvchi yoki uning yechimini davlat va boshqa institutlardan kutuvchi subyekt bo‘lib qolmaydi. Aksincha, u mavjud ijtimoiy ehtiyojni anglaydi, uning yechimi uchun tashabbus ko‘rsatadi, iqtisodiy va ijtimoiy resurslarni safarbar etadi hamda muammoning barqaror yechimiga xizmat qiladigan mexanizmlarni yaratishga intiladi. Shu tariqa ijtimoiy mas’uliyat reaktiv javobgarlikdan proaktiv fuqarolik tashabbusiga transformatsiyalanadi.

Shu bilan birga, ijtimoiy tadbirkorlik va ijtimoiy mas’uliyat o‘rtasidagi aloqani bir tomonlama munosabat sifatida emas, dialektik o‘zaro ta’sir sifatida baholanadi. Ijtimoiy mas’uliyat tadbirkorlik faoliyatining maqsadi, qadriyatlari va ijtimoiy yo‘nalishini belgilasa, ijtimoiy tadbirkorlik ushbu mas’uliyatning mavhum axloqiy talab darajasida qolib ketmasdan, iqtisodiy jihatdan barqaror va institutsional shaklga ega bo‘lishini ta’minlaydi. Natijada “mas’uliyat – tashabbus – faoliyat – ijtimoiy natija” o‘rtasida uzluksiz bog‘liqlik vujudga keladi.

Bunday faoliyatning muhim ijtimoiy natijalaridan biri jamiyatda o‘zaro ishonch va hamkorlik munosabatlarining kuchayishidir. Ijtimoiy tadbirkorlik turli manfaatdor tomonlarni umumiy ijtimoiy maqsad atrofida birlashtirib, fuqarolar, biznes, davlat va jamoat institutlari o‘rtasidagi hamkorlik tarmoqlarini kengaytiradi. Bu esa o‘z navbatida ijtimoiy kapitalning ortishi, fuqarolik birdamligining mustahkamlanishi va jamiyatning o‘z muammolarini mustaqil hal qilish salohiyatining rivojlanishiga xizmat qiladi.

Shu asosda muallif “mas’uliyatli fuqarolik tadbirkorligi” tushunchasini ijtimoiy tadbirkorlik va fuqarolik mas’uliyati dialektikasini ifodalovchi integrativ ijtimoiy-

falsafiy kategoriya sifatida ilgari suradi. Mazkur tushuncha iqtisodiy tashabbus, ijtimoiy daxldorlik, ixtiyoriy mas'uliyat va umumiy manfaatni yagona faoliyat modelida birlashtiradi. Bunda tadbirkorlikning iqtisodiy mexanizmlari shaxsiy manfaatni amalga oshirish bilangina chegaralanmay, ijtimoiy muammolarni hal etish va jamoaviy farovonlikni yaratish vositasiga aylanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Habermas J. *The Theory of Communicative Action. Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society* / Trans. T. McCarthy. Boston: Beacon Press, 1984. P. 285–337.

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

3. Putnam R.D. *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press, 1993. P. 163–185.

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.