

Date: 3rd November-2025

**KORPORATIV IJTIMOIIY MAS’ULIYATNING BIZNES
RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA’SIRI**

Muallif: Millat Umidi universiteti
Fakultet: Biznes boshqaruvi
4-kurs talabasi: **Abdiraufova Durdona**
Guruh: BA-401

Annotatsiya: Mazkur tezisda korporativ ijtimoiy mas’uliyat (KIM) tushunchasining mazmuni, uning biznes raqobatbardoshligiga ta’siri va O‘zbekistonda bu yo‘nalishda amalga oshirilayotgan tashabbuslar tahlil qilinadi. Shuningdek, xalqaro tajribalar (AQSh, Yevropa va Janubiy Koreya misolida) solishtirilib, KIMning iqtisodiy samaradorlik, raqamli yechimlar va barqaror rivojlanishdagi roli ilmiy asosda yoritiladi.

Kirish

So‘nggi yillarda korporativ ijtimoiy mas’uliyat (KIM) jahon iqtisodiyotida barqaror biznes yuritishning ajralmas qismiga aylandi. U nafaqat ijtimoiy yordam yoki xayriya sifatida, balki korxonaning uzoq muddatli strategik ustunligini ta’minlovchi vosita sifatida ko‘rilmoqda. O‘zbekistonda ham biznes subyektlari ijtimoiy mas’uliyatni o‘z faoliyatlariga joriy etishga intilmoqda. Xususan, “UzAuto Motors”, “Artel”, “Ucell”, “Beeline” kabi kompaniyalar ijtimoiy loyihalar orqali ijobiy imij yaratmoqda.

O‘zbekistonda KIM rivojlanish bosqichlari

O‘zbekistonda KIM tushunchasi 2000-yillardan boshlab shakllana boshladi. Dastlab yirik davlat korxonalari va xalqaro kompaniyalar tashabbuskor bo‘lgan. 2015-yildan boshlab BMTning Barqaror rivojlanish maqsadlari (SDG) bilan uyg‘un KIM siyosatlari ishlab chiqildi. 2020-yildan so‘ng esa, xususiy sektor bu sohada faol ishtirok eta boshladi, natijada ko‘plab mahalliy kompaniyalar o‘z CSR strategiyalarini yaratdilar.

Mahalliy kompaniyalar tajribasi

Masalan, “Artel” kompaniyasi 2024-yilda “Yashil texnologiyalar maktabi” loyihasini yo‘lga qo‘yib, 10 mingdan ortiq o‘quvchini ekologik savodxonlikka o‘rgatdi. “Ucell” kompaniyasi “Digital Inclusion” dasturi orqali 200 mingdan ortiq ayollar va yoshlarni raqamli texnologiyalarga o‘qitdi. “Beeline Uzbekistan” esa “Yoshlar kelajagi uchun” loyihasi orqali minglab talabalarni IT sohasiga tayyorlashda yordam bermoqda. Bu tashabbuslar kompaniyalar brend imijini mustahkamlash bilan birga ularning raqobatbardoshligini oshirmoqda.

Xorijiy tajribalar tahlili

AQShda KIM faoliyati korporativ boshqaruvning majburiy qismi sifatida shakllangan. “Microsoft”, “Google” va “Tesla” kabi kompaniyalar KIMni barqaror rivojlanish strategiyasiga aylantirgan. Yevropada, ayniqsa Germaniya va Shvetsiyada, ekologik mas’uliyat ustuvor yo‘nalish bo‘lib, energiya tejash va chiqindilarni qayta ishlashga katta e’tibor qaratiladi. Janubiy Koreyada esa KIM kompaniya madaniyatining



Date: 3rd November-2025

bir qismi bo‘lib, xodimlar farovonligi va innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlash orqali amalga oshiriladi.

KIMning iqtisodiy samaradorligi va ESG ko‘rsatkichlari

Zamonaviy biznesda KIM samaradorligini o‘lchash uchun ESG (Environmental, Social, Governance) tizimi keng qo‘llaniladi. U kompaniyaning ekologik, ijtimoiy va boshqaruv jihatidan mas‘uliyatini baholaydi. O‘zbekiston kompaniyalari ham asta-sekin ESG reytinglariga e‘tibor qaratmoqda. Masalan, “UzAuto Motors” ishlab chiqarishda chiqindilarni kamaytirish va energiya samaradorligini oshirish dasturlarini joriy qilgan, bu esa kompaniya foydasiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatmoqda.

KIM sohasidagi muammolar va imkoniyatlar

O‘zbekistonda KIMni rivojlantirishda bir qator muammolar mavjud: kichik biznes uchun moliyaviy imkoniyatlar yetarli emas, KIM natijalari bo‘yicha ochiq hisobotlar kam, hamda milliy reyting tizimi yo‘qligi tufayli kompaniyalar faoliyatini solishtirish qiyin. Shu bilan birga, bu sohada katta imkoniyatlar ham mavjud: xalqaro grantlar, davlat-xususiy sheriklik loyihalari va raqamli yechimlar orqali KIMni samarali yo‘lga qo‘yish mumkin.

Taklif va tavsiyalar

1. KIMni baholovchi milliy reyting tizimini joriy etish.
2. Kichik biznes subyektlari uchun ijtimoiy mas‘uliyat grantlarini tashkil etish.
3. KIM bo‘yicha menejment dasturlarini oliy o‘quv yurtlarida kengaytirish.
4. Har bir kompaniya uchun yillik KIM hisobotini joriy qilish.
5. Xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikda ESG sertifikatlash tizimini yo‘lga qo‘yish.

Xulosa

Xulosa qilib aytganda, KIM O‘zbekiston biznesi uchun nafaqat ijtimoiy, balki iqtisodiy jihatdan ham muhim ustunlik manbaidir. KIM strategiyasini muvaffaqiyatli joriy etgan kompaniyalar nafaqat mijozlar ishonchini qozonadi, balki raqobatda ustunlikka erishadi. Kelgusida KIM tamoyillarini yanada chuqurroq joriy etish O‘zbekistonning xalqaro biznes maydonidagi nufuzini oshiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Porter, M. & Kramer, M. (2006). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. Harvard Business Review.
2. OECD (2021). Corporate Responsibility and Sustainable Growth Report.
3. Ismoilov, A., To‘xtayev, D. (2023). Korporativ boshqaruv va ijtimoiy mas‘uliyatning iqtisodiy samarasi. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
4. UNDP Uzbekistan (2024). Sustainable Business Practices in Central Asia.
5. Artelgroup.uz (2024). CSR Annual Report.
6. Ucell.uz (2024). Digital Inclusion Project Report.
7. Beeline.uz (2024). Youth Development Program.
8. World Bank (2023). CSR and ESG Practices in Emerging Markets.