



Comparative legal analysis of the concepts of social entrepreneurship and social enterprise

Askar MAMATKHANOV¹

The Nationwide movement "Yuksalish"

ARTICLE INFO

Article history:

Received December 2024

Received in revised form

15 December 2024

Accepted 20 January 2025

Available online

25 February 2025

Keywords:

social entrepreneurship,
social enterprise, social
mission, innovation,
sustainability, financial
support.

ABSTRACT

This article analyzes the significance of social entrepreneurship and social enterprises in addressing key social and economic challenges in society, their essence, objectives, and interconnection. It also examines the importance of social entrepreneurship worldwide and its development prospects in Uzbekistan.

The analysis establishes that the concept of social entrepreneurship is broader both theoretically and practically compared to the concept of social enterprises. The main differences lie in their approach to solving social problems, as well as the scope, scale, and extent of their activities.

The article reviews the perspectives of renowned scholars and presents the author's position on the researched issues. In particular, the author argues that the goal of social entrepreneurship should include the support of vulnerable social groups. Based on this, it is concluded that social entrepreneurship represents a systematic process aimed at solving social problems through profit generation or other resources, and it is carried out in the interests of specific vulnerable social groups and society as a whole.

2181-1415/© 2025 in Science LLC.

DOI: <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol6-iss1-pp14-20>

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Independent researcher, Tashkent State University of Law, Executive Director, The Nationwide movement "Yuksalish". E-mail: askarmamatkhanov@gmail.com

Ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхона тушунчаларининг қиёсий-ҳуқуқий таҳлили

АННОТАЦИЯ

Калит сўзлар:

ижтимоий тадбиркорлик,
ижтимоий корхона,
ижтимоий миссия,
инновация,
барқарорлик,
молиявий қўллаб-
қувватлаш.

Ушбу мақолада ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхоналарининг жамиятдаги муҳим ижтимоий ва иқтисодий муаммоларни ҳал этишдаги аҳамияти, уларнинг моҳияти, мақсадлари ва ўзаро боғлиқлиги таҳлил қилинади. Шунингдек, дунёдаги ижтимоий тадбиркорликнинг аҳамияти ва Ўзбекистондаги ривожланиш истиқболлари ўрганилади.

Таҳлиллар натижасида ижтимоий тадбиркорлик тушунчаси назарий ва амалий жиҳатдан ижтимоий корхона тушунчасига нисбатан кенгроқ тушунча эканлиги, уларнинг асосий жиҳатлари ижтимоий муаммоларни ҳал этишга қаратилган ёндашув ҳамда унинг қамрови, қўлами ва ҳажми билан фарқланиши аниқланди.

Бу борада таниқли олимларнинг қарашлари таҳлил қилинган тарзда тадқиқ этилган масалалар бўйича муаллифлик позицияси баён этилган. Хусусан бизнинг фикримизча ижтимоий тадбиркорликнинг мақсадига эҳтиёжманд ижтимоий гуруҳларни қўллаб-қувватлаш масаласи киритилиши лозим. Шунга кўра, ижтимоий тадбиркорлик тизимли бир жараён бўлиб, фойда олиш орқали ёки бошқа маблағлар ҳисобига ижтимоий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган ва (ёки) муайян эҳтиёжманд ижтимоий гуруҳлар ҳамда жамият манфаати йўлида амалга ошириладиган ишбилармонлик фаолияти, деган хулосага келинди.

Сравнительно-правовой анализ понятий социального предпринимательства и социального предприятия

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова:

социальное
предпринимательство,
социальное предприятие,
социальная миссия,
инновации,
устойчивость,
финансовая поддержка.

В данной статье анализируются значение социального предпринимательства и социальных предприятий в решении ключевых социальных и экономических проблем общества, их сущность, цели и взаимосвязь. Также изучается значимость социального предпринимательства в мире и перспективы его развития в Узбекистане.

По результатам анализа установлено, что понятие социального предпринимательства является более широким как с теоретической, так и с практической точки зрения по сравнению с понятием социального предприятия. Основные различия между ними связаны с подходом к решению социальных проблем, а также охватом, масштабом и объемом их деятельности.

В статье рассматриваются взгляды известных ученых и представлена авторская позиция по исследуемым вопросам. В частности, автор считает, что цель социального предпринимательства должна включать поддержку нуждающихся социальных групп. На основании этого делается вывод, что социальное предпринимательство представляет собой систематизированный процесс, направленный на решение социальных проблем через получение прибыли или за счет иных ресурсов и осуществляется в интересах определенных нуждающихся социальных групп и общества в целом.

КИРИШ

Ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхоналар бугунги дунёдаги муҳим ижтимоий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган инновацион фаолият шакллари сифатида муҳим аҳамият касб этади. Улар фаолиятининг асосий мақсади ижтимоий миссияни амалга ошириш билан бирга, иқтисодий барқарорликка эришишдир. Улар қашшоқлик ва камбағаллик, тенгсизлик, таълим, соғлиқни сақлаш, маданият ва атроф-муҳитни муҳофаза қилиш каби соҳалар долзарб ижтимоий муаммоларни ҳал қилишда барқарор бизнес моделини яратиш мақсадида тижорат ва ижтимоий мақсадларни бирлаштиради.

Бугунги кунда ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхоналар, ўзларининг муҳим иқтисодий аҳамиятидан ташқари, Африкадаги қашшоқ қишлоқларидан тортиб Осиё ва Лотин Америкасидаги мегаполисларга ва Шимолий Америка ҳамда Европанинг нисбатан қолоқ ҳудудларига қадар миллионлаб одамларнинг ҳаётига ижобий таъсир кўрсатмоқда. Дунё бўйлаб 470 дан ортиқ етакчи ижтимоий тадбиркорлардан иборат ҳамжамиятни кузатиб борадиган Шваб ижтимоий тадбиркорлик жамғармасининг тадқиқотлари натижасига кўра, ушбу корхоналар сўнгги 25 йил ичида 890 миллиондан ортиқ одамнинг ҳаётига бевосита таъсир кўрсатган. Жаҳон иқтисодий форуми маълумотлари бўйича эса, дунёда 10 миллионга яқин ижтимоий корхона йилига тахминан 2 триллион АҚШ доллари айланмасига эга бўлиб, 200 миллионга яқин иш ўринларини яратади.

Ижтимоий корхоналарнинг иқтисодиётга кўрсатадиган ижобий таъсири ва ижтимоий аҳамиятига қарамадан, дунё миқёсида уларга бериладиган аҳамият турлича. 2023 йил апрел ойида Бирлашган Миллатлар ташкилоти Бош Ассамблеяси кооперативлар, ижтимоий корхоналар ва бошқа ижтимоий иқтисодиёт ташкилотларини аҳамиятини эътироф этиш учун Ижтимоий ва солидар иқтисодиёт ҳақидаги биринчи резолюциясини қабул қилди. 2024 йилнинг 26 ноябрида эса БМТ Бош Ассамблеясида меҳнатга муносиб ҳақ тўлаш, тенгсизликни бартараф этиш ва ижтимоий ўзгаришларни рағбатлантиришга қаратилган “Ижтимоий ва солидар иқтисодиёт ҳақидаги” янги Резолюция лойиҳасини 175 та давлат овози билан қабул қилди. Бироқ, бугунги кунда ҳар бешинчи мамлакатдан фақат биттасида ижтимоий корхоналарни қўллаб-қувватлаш учун ҳуқуқий тизим ва тузилмалар мавжуд холос.

Ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхоналарнинг мақсадлари ўхшаш бўлсада, бу тушунчалар моҳиятан бир биридан фарқ қилади. Қуйида ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхона нима эканлигини, уларнинг ўзаро муносабатлари ва асосий фарқларини кўриб чиқамиз.

ИЖТИМОЙ ТАДБИРКОРЛИК

Ижтимоий тадбиркорлик ижтимоий миссия шаклидаги инновацион ёндошувли, барқарор ва ижтимоий ҳамкорликка асосланган, ижтимоий қиймат яратилиши нуқтаи назардан баҳоланадиган фаолият сифатида қаралади. Ижтимоий тадбиркорликни ижтимоий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган бизнес юритишга ёндашув сифатида таърифласа ҳам бўлади.

Анъанавий тадбиркорликдан фарқли ўлароқ, бу ерда асосий мақсад нафақат фойда олиш, балки ижобий ижтимоий қиймат яратишдир. Ижтимоий тадбиркорлар жамиятда барқарор ўзгаришларга эришиш учун инновацион бизнес моделларидан фойдаланадилар. Ижтимоий тадбиркорлик асосан жамият учун бевосита алоқадор бўлган соҳалардаги ижтимоий муаммоларни бартараф этиш мақсадида таълим, соғлиқни сақлаш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш, аҳолининг заиф қатламларини қўллаб-қувватлаш каби йўналишларида амалга оширилади.

Ижтимоий тадбиркорликнинг **ижтимоий миссия назарияси** Ж.Грегори Дииз, Билл Драйтон каби машҳур олимлар томонидан илгари сурилган. Масалан, Ж.Грегори Дииз ижтимоий тадбиркорлик назариясининг асосчиларидан бири бўлиб, ушбу соҳа бўйича кенг қамровли назарий асосларни яратган. У ўзининг "The Meaning of Social Entrepreneurship" номли асарида ижтимоий тадбиркорликни инновациялар ва кенг қўламли ечимлар орқали ижтимоий ўзгаришларга қаратилган кенг қамровли фаолиятни ўз ичига олган тушунча ва жараён сифатида таърифлайди.

Шунингдек, Билл Драйтон ҳам ижтимоий тадбиркорликнинг глобал даражадаги ривожланишига катта ҳисса қўшган ва Ashoka ташкилоти орқали бу соҳани кенг оммага танитган. У ўзининг илмий ишларида ижтимоий тадбиркорликнинг асосий моҳиятини очиб беради. Унга кўра, ижтимоий тадбиркорлар анъанавий хайрия ёки ёрдам шаклларида четланиб, узоқ муддатли ва чуқурроқ ўзгаришларни амалга оширишга интиладилар. Улар фақат вақтинчалик ечимлар ёки оддий кўникмалар билан кифояланмай, балки жамиятдаги муаммоларнинг асл сабабларини бартараф этиш учун бутун тизимларни қайта қуриш мақсадида ишлайдилар. Шу орқали улар жамият учун барқарор ва кенг қўламли ижобий ўзгаришлар яратишга ҳаракат қиладилар.

Юқорида кўриб чиқилган олимларнинг фикрлари ижтимоий тадбиркорликнинг моҳиятини очиб берган бўлса-да, бизнингча ушбу тушунчага таъриф беришда қуйидаги жиҳатларни ҳам эътиборга олиш мақсадга мувофиқ бўлади. Жумладан, эҳтиёжманд ижтимоий гуруҳларни қўллаб-қувватлаш масаласи ижтимоий тадбиркорликнинг мақсадига киритилиши лозим. Демак, ижтимоий тадбиркорлик тизимли бир жараён бўлиб, фойда олиш орқали ёки бошқа маблағлар ҳисобига ижтимоий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган ва (ёки) муайян эҳтиёжманд ижтимоий гуруҳлар ҳамда жамият манфаати йўлида амалга ошириладиган ишбилармонлик фаолиятдир.

Фаолиятни барқарор амалга ошириш ва давом эттириш учун молиявий ресурслар талаб этилади. Ижтимоий тадбиркорликни амалга ошириш жараёнларида молиявий барқарорлик масаласини ҳал этишда эса ижтимоий корхоналар муҳим восита сифатида катта аҳамият касб этганлиги сабабли, уларнинг тушунчаси ва моҳияти кейинги қисмда батафсил ёритилади

ИЖТИМОЙ КОРХОНАЛАР ИЖТИМОЙ ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ТАРКИБИЙ ҚИСМИ СИФАТИДА

Ижтимоий корхона тушунчаси турли олимлар ва изланувчилар томонидан тадқиқ қилиниб, турли таърифлар берилган. Унинг илмий асослари ва амалий қўлланмалари замонавий ижтимоий тадқиқотлар ва тадбиркорлик назарияси билан чамбарчас боғлиқ.

Жон Элкингтон ва Памела Хартиган томонидан ёзилган "The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World" (2008) номли китобда муаллифлар ижтимоий тадбиркорлик ижтимоий муаммоларни ҳал қилиш учун тизимли ўзгаришларни яратиш ва бозорларни ўзгартириш учун кучли восита сифатида эътироф этилади.

Ушбу асарда ижтимоий тадбиркорлик ўлчанадиган ва ўзгарувчан бўлиши мумкин бўлган ижтимоий таъсирни яратишга қаратилган фаолият сифатида тасвирланган. Муаллифларнинг фикрига кўра, ижтимоий тадбиркорлар жамиятда ёки иқтисодиётда ўйин қоидаларини ўзгартиришга интилишади ва уларнинг фаолияти кўпинча қашшоқлик, иқлим ўзгариши ёки таълим олиш каби глобал муаммоларни ҳал қилишга қаратилган бўлади.

Ижтимоий корхоналар эса ўз таъсирини маълум бир сектор ёки ҳудуд доирасида муайян ижтимоий масалаларга йўналтириш билан чегараланади. Уларнинг асосий мақсади ижтимоий муаммоларни ҳал қиладиган барқарор бизнесни яратишдир, аммо уларнинг таъсир доираси чекланган бўлиши мумкин.

Девид Борнштейн ва Сюзан Девислар ўзларининг "Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know" (2010) номли китобида бошқа изланувчилар каби ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхона ўртасидаги фарқлар ва боғлиқликни баён этган. Уларга кўра, ижтимоий тадбиркорлик – ижтимоий таъсирга эришиш ва мавжуд тизимларни ўзгартиришга қаратилган инновацион ечимларни яратиш ва амалга оширишнинг кенг жараёни бўлса, ижтимоий корхона – барқарор ижтимоий миссияни амалга ошириш учун тижорат усулларида фойдаланадиган ўзига хос ташкилотдир. Ижтимоий корхона ижтимоий тадбиркорликнинг воситаси бўлган ташкилий шакл бўлиб, ҳар доим ҳам инновация ва тизимли ўзгаришларни жорий этишни кўзламайди.

Ижтимоий корхоналар ҳам нотижорат, ҳам тижорат тузилмалар орқали ташкил этилиши ва бошқарилиши мумкин, аммо уларнинг асосий мақсади мулкдорлар учун максимал фойда келтиришга эмас, балки, ижтимоий муаммоларни ҳал қилиш ва турли ижтимоий гуруҳларни қўллаб-қувватлашга қаратилган бўлади.

Ижтимоий корхона ва анъанавий бизнес ўртасидаги асосий фарқ шундаки, корхона томонидан олинган фойда ўз миссиясига ёки жамоат манфаатларига қаратилган лойиҳаларга қайта инвестиция қилинади. Ижтимоий корхоналар фойдани ўз миссиясига хизмат қилувчи мақсадларга йўналтириш билан ижтимоий ва экологик барқарорликни таъминлайди. Улар ижтимоий таъсирни биринчи ўринга қўяди ва бозор механизмлари орқали бу мақсадларга эришади.

Ижтимоий тадбиркорлик соҳасида ҳам назарий, ҳам амалий ютуқларга эришган олимлардан яна бири Нобел мукофоти совриндори Муҳаммад Юнус бўлиб, у "Grameen Bank" лойиҳаси билан ижтимоий тадбиркорлик соҳасида катта амалий тажрибага эга бўлган. 1983 йилда у ўзи ташкил этган молиявий ташкилот орқали камбағалларга, айниқса анъанавий банк хизматларидан фойдалана

олмаган аёлларга гаров ва кафолатсиз микрокредитлар беришни йўлга қўйган. Грамин Банк микрокредитлар тамойиллари асосида ишлайди, одамлар ўзларининг кичик бизнесларини бошлашлари ва фаровонлигини оширишлари учун кичик кредитлар беради. У ўзининг "Banker to the Poor" номли китобида ижтимоий миссиянинг микроқарзлаш орқали қандай амалга оширилишини ва бу орқали жамиятдаги энг камбағал қатламларга қандай ёрдам берилишини кўрсатган ва буни Бангладеш жамияти мисолида амалда татбиқ этиб келмоқда.

TOMS Shoes компанияси раҳбари Блейк Майковски ўзининг ижтимоий фойдали фаолияти билан машҳур. Унинг асосий фаолиятларидан бири "One for One" дастури бўлиб, бу дастур доирасида ҳар бир жуфт сотилган пойабзал учун компания битта пойабзални эҳтиёжманд болага бепул беради. Худди шу тарзда ҳар бир сотилган кўзойнак ва кофе кукуни учун ҳам эҳтиёжманд одамларнинг кўзини даволаш, ускуналар харид қилиш учун маблағ йўналтирилган. Бундан ташқари ўз корхоналарининг фойдасини бир неча мамлакатда эҳтиёжманд оилалар болалари учун мактаблар қуришга, эҳтиёжманд аҳолини тоза ичимлик суви билан таъминлашга йўналтирган.

Шу ўринда айтиш мумкинки, ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхона тушунчалари бир-бири билан чамбарчас боғлиқ, чунки иккаласи ҳам ижтимоий муаммоларни ҳал этиш ёки жамиятдаги ижобий ўзгаришларга эришишга қаратилган. Ижтимоий тадбиркорлик ижтимоий корхонани яратишга олиб келадиган фалсафа ва ёндашув бўлса, ижтимоий корхона эса бундай тадбиркорлик ёндашувининг аниқ воситаси ва натижасидир. Бошқача қилиб айтганда, ижтимоий тадбиркорлар ўз ғоялари ва ижтимоий мақсадларини амалга оширишга ижтимоий корхоналарни ташкил этиш орқали эришишлари мумкин.

Ижтимоий тадбиркорлик ва ижтимоий корхоналар ўртасидаги асосий фарқларни қуйидаги жадвал шаклида кўриб чиқиш мумкин:

Мезонлар	Ижтимоий тадбиркорлик	Ижтимоий корхона
Мақсад	Жамиятдаги ижтимоий муаммоларга инновацион ечимлар топиш.	Ижтимоий ва экологик мақсадларга эришиш учун ташкил этилган бизнес субъекти.
Қамров	Кенгроқ тушунча, жумладан ижтимоий таъсир кўрсатувчи ҳар қандай фаолиятни қамраб олади.	Торроқ тушунча, асосан бизнес ташкилоти сифатида фаолият юритади.
Фаолият йўналиши	Ташкилотлар, жамоат, давлат, бизнес ва нодавлат секторидаги лойиҳалар.	Бозор механизмлари орқали даромад келтирадиган фаолият.
Фойда тақсимооти	Ҳам ижтимоий, ҳам молиявий мақсадларга эришиш мумкин.	Олинган фойданинг асосий қисми ижтимоий мақсадларга йўналтирилади.
Фойда тақсимооти	Ҳам ижтимоий, ҳам молиявий мақсадларга эришиш мумкин.	Олинган фойданинг асосий қисми ижтимоий мақсадларга йўналтирилади.
Ташкилий-ҳуқуқий шакли	Турли шаклда, яъни нодавлат нотижорат ташкилоти, МЧЖ, жамғарма, тижорат бирлашмаси ёки ташаббус бўлиши мумкин.	Одатда компания ёки кооператив шаклида ташкил этилади.

Ўзбекистон Олий Мажлиси Сенатининг 55-ялпи мажлисида "Ўзбекистон Республикасининг Тадбиркорлик кодексини тасдиқлаш тўғрисида"ги қонун маъқулланди. Ҳозирда мазкур қонун имзолаш учун Ўзбекистон Республикаси

Президентига тақдим этилган. Кодексда ижтимоий тадбиркорлик, ижтимоий корхона, аҳолининг ижтимоий эҳтиёжманд қатламлари рўйхати ва уларни қўллаб-қувватлашнинг механизмлари белгиланган.

Ижтимоий тадбиркорлик соҳасидаги асосий тушунчалар сифатида ижтимоий тадбиркорлик – юридик шахсларнинг ёки якка тартибдаги тадбиркорларнинг ижтимоий, экологик муаммоларни ҳал этишга ёки уларнинг оқибатларини юмшатишга қаратилган фаолияти ва ижтимоий корхона – аҳолининг ижтимоий эҳтиёжманд қатламлари бандлигини таъминлашни, ижтимоий товарлар ишлаб чиқаришни ва ижтимоий хизматлар кўрсатишни, шунингдек, экологик муаммоларни ҳал этишни мақсад қилган ҳамда ижтимоий корхоналар реестрига киритилган тадбиркорлик субъекти, дея баён этилган.

Хулоса қилиб айтганда, ижтимоий тадбиркорлар ва ижтимоий корхоналар жамиятнинг барқарор ривожланишида ва глобал ҳамда маҳаллий муаммоларни ҳал қилишда муҳим рол ўйнайди. Ижтимоий тадбиркорлар бизнесни ижтимоий мақсадлар билан бирлаштириб, анъанавий бизнес моделларидан фарқли равишда, кўпроқ ижтимоий аҳамиятга эга бўлган муаммоларга ечимлар тақдим этади. Ижтимоий корхоналар бизнес фойдаси орқали ижтимоий муаммоларни ҳал қилишнинг барқарор воситасини таъминлайди, шу билан бирга, иқтисодий ривожланишга ҳисса қўшади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Dees, G. (2001). The Meaning of Social Entrepreneurship. Social Entrepreneurship.
2. Drayton, B. (2002). The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business. Harvard Business Review.
3. Yunus, M. (2007). Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism. PublicAffairs.
4. Elkington, J. Hartigan, P. (2008) The Power of Unreasonable People: How Social Entrepreneurs Create Markets That Change the World.
5. Bornstein, D., Davis, S. (2010) Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know.
6. Forbes (2024) Social enterprises impacted more than 891 million lives.
7. Weforum (2024) Social enterprises financial policy support.
8. WEF (2024) Trusting in Humanity: The Power of People to Lead their Own Change
9. United Nations General Assembly resolution 77/281 Promoting the social and solidarity economy for sustainable development
10. Press Release: The Second Committee of UNGA 79 adopted a new draft resolution on the Social and Solidarity Economy
11. Mamatxanov, A. Ijtimoiy Tadbirkorlikning Asosiy Tamoyillari. Fan, Ta'lim, Madaniyat va Innovatsiya Jurnal (Vol. 3 No. 8 (2024)). <https://mudarrisziyo.uz/index.php/innovatsiya/article/view/1465>
12. Mamatxanov, A. (2024) Ўзбекистонда ижтимоий тадбиркорлик муаммолари ва истиқболлари. Academic research in modern science (Т.3,Выпуск30,с.176–182).Zenodo. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13336035>
13. Mamatxanov, A. (2024) Ижтимоий тадбиркорлик: замон талаби ва ривожланиш омиллари. Current approaches and new research in modern sciences International scientific-online conference <https://doi.org/10.5281/zenodo.13340888>