



KORPORATIV IJTIMOY MAS'ULIYATNING MILLIY IQTISODIYOT BARQARORLIGIGA TA'SIRI

THE IMPACT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE STABILITY OF THE NATIONAL ECONOMY

¹Abdumajidova
Muxlisa Alisher qizi,
²Salixov Saidamir
Alisher o'g'li

¹Millat Umidi universiteti talabasi. E-mail: muxlisaabdumajidova6@icloud.com,
²O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Biznes va
tadbirkorlik oliy maktabi dotsenti v.b., PhD.

Annotatsiya Abstract

Uzb. - Ushbu maqolada korporativ ijtimoiy mas'uliyat (KIM) tushunchasi, uning mohiyati, shakllari va jamiyat bilan biznes o'rtasidagi o'zaro ta'siri o'rganilgan. Maqolada KIMning biznes obro'siga ta'siri, uning milliy va xalqaro miqyosdagi rivojlanish tendensiyalari, shuningdek O'zbekiston kompaniyalari misolida ijtimoiy mas'uliyatning amaliy jihatlari tahlil qilingan. Tadqiqot davomida KIMni rivojlantirishda yuzaga kelayotgan muammolar hamda ularni hal etish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Eng. - This article explores the concept of corporate social responsibility (CSR), its essence, forms, and the interaction between business and society. The study analyzes the impact of CSR on business reputation, its development trends at both national and international levels, as well as the practical aspects of social responsibility based on examples from Uzbek companies. The research also identifies the challenges faced in developing CSR and proposes recommendations for their solution.

Kalit so'zlar: Keywords:

❖ korporativ ijtimoiy mas'uliyat, barqaror rivojlanish, jamiyat, biznes, innovatsiya, ekologiya, iqtisodiy tahlil.
❖ corporate social responsibility, sustainable development, society, business, innovation, ecology, economic analysis.

Kirish.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat (KIM) - bu kompaniyalarning faqat iqtisodiy foyda olishga emas, balki ijtimoiy va ekologik farovonlikka ham e'tibor berishga asoslangan konsepsiyadir. Zamonaviy iqtisodiyotda KIM kompaniyaning uzoq muddatli barqaror rivojlanishini ta'minlaydi. Mas'uliyatli korxonalar nafaqat iqtisodiy foyda keltiradi, balki ijtimoiy ishonchni mustahkamlaydi, brend obro'sini oshiradi va jamiyat bilan o'zaro aloqani yaxshilaydi. O'zbekiston sharoitida KIM amaliyoti hali yangi yo'nalishda bo'lsada, so'nggi yillarda ko'plab yirik kompaniyalar,

xususan, Artel, Beeline, UzAuto, Motors va Ucell - ijtimoiy loyihalar orqali bu sohada faol ishtirok etmoqda [7]. Biznesda muvaffaqiyatga erishishda korporativ ijtimoiy mas'uliyatning (KIM) o'rni tobora muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Ijtimoiy va ekologik siyosat hamda standartlarni tatbiq etayotgan, bir qator xalqaro sertifikatlarini qo'lga kiritishga urinayotgan va audit tizimlaridan o'tayotgan yillik KIM hisobotlarini chiqarayotgan kompaniyalar kundan kunga ko'payib bormoqda. Shuningdek, atrof-muhitni muhofaza qilish va xodimlarni ijtimoiy himoyalash, mas'uliyatli amaliyotlar,

qonunchilikka rioya qilish, ta'minot zanjiri bo'yicha hisobot berish kabilarning barchasi KIMning asosiy talabidir. Qolaversa, KIMning mohiyati shundan iboratki, u biznes va jamiyat o'rtasida muvozanatni ta'minlaydi. Ya'ni kompaniya foyda olishni asosiy maqsad sifatida saqlagan holda, shu foydaning bir qismini ijtimoiy loyihalarga yo'naltiradi. Bu nafaqat ijtimoiy farovonlikni oshiradi, balki kompaniyaning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ham ta'minlaydi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi.

Xorij olimi, iqtisodchi Howard Bowen "korporativ ijtimoiy mas'uliyatning otasi" sifatida tanilgan. U 1953-yilda nashr etgan "Social Responsibilities of the Businessman" asarida birinchi marta KIM tushunchasini ilmiy jihatdan asoslab bergan [1]. Bowen fikricha, korxonalar o'z faoliyatini faqat foyda olishga emas, balki jamiyat manfaatlariga ham moslashtirishi kerak. U KIMni quyidagicha ta'riflagan: "Biznes rahbarlari o'z qarorlarini jamiyatning qadriyatlari va maqsadlariga muvofiq tarzda shakllantirishi zarur."

Bowenning nazariyasi zamonaviy KIM konsepsiyasining asosini tashkil etdi. U o'sha davrdayoq ijtimoiy javobgarlikning axloqiy, iqtisodiy va siyosiy o'lchovlarini farqlagan.

Nobel mukofoti sovrindori, iqtisodchi Milton Friedman KIM masalasiga tanqidiy yondashgan. Uning 1970-yilda "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits" nomli maqolasi keng muhokama qilingan. Friedmanning fikricha, "Biznesning yagona ijtimoiy mas'uliyati – qonun doirasida qolgan holda foyda olishdir." Unga ko'ra, agar kompaniya o'z foydasini kamaytirib, xayriya bilan shug'ullansa, bu aksiyadorlar manfaatiga zid bo'ladi. Biroq Friedman g'oyalari keyinchalik KIMga nisbatan "chegaralangan iqtisodiy yondashuv" sifatida qaralgan. Shunga qaramay, u iqtisodiy mas'uliyatni KIMning ajralmas qismi sifatida mustahkamlab berdi [2].

B. Carroll KIM nazariyasini tizimlashtirgan amerikalik olimdir. U 1991-yilda o'zining mashhur "The Pyramid of Corporate Social Responsibility" modelini yaratdi. Bu model KIMni to'rt bosqichli tizim sifatida izohlaydi:

1. Iqtisodiy mas'uliyat – foyda olish va ishlab chiqarishni davom ettirish;
2. Huquqiy mas'uliyat – qonunlarga rioya qilish;
3. Axloqiy mas'uliyat – jamiyat qadriyatlariga hurmat bilan qarash;
4. Ixtiyoriy (filantropik) mas'uliyat – xayriya, homiylik, jamiyat uchun foydali tashabbuslar.

B. Carroll piramidasi hozirgi kunda ham barcha biznes universitetlarida KIMning asosiy nazariy modeli sifatida o'qitiladi. Shuningdek, KIMni nafaqat korxona foydasi, balki ijtimoiy ishonch va uzoq muddatli barqarorlik manbai deb baholagan [3].

Harvard Business School olimlari Porter va Kramerlar 2006-yilda "Creating Shared Value (CSV)" kontsepsiyasini ilgari surishdi. Ularning asosiy g'oyasi – biznes va jamiyat manfaatlari bir-biridan ajralmasdir. Ular KIMni faqat "xayriya yoki axloqiy majburiyat" emas, balki raqobat ustunligini ta'minlovchi strategiya sifatida ko'rsatgan. Porter va Kramer quyidagilarni ta'kidlaydi:

- Korxona o'z mahsulot va xizmatlari orqali jamiyat muammolarini hal qilsa, bu uning foydasini ham oshiradi.
- "Ijtimoiy qiymat yaratish" (shared value) orqali kompaniyalar yangi bozorlar ochadi va innovatsiyani kuchaytiradi.

Ularning nazariyasi hozirgi ESG (Environmental, Social, Governance) konsepsiyasining nazariy poydevorini yaratdi [4].

Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu tadqiqotda tahliliy, taqqoslama va statistik metodlardan foydalanildi. Ma'lumotlar ochiq manbalardan, kompaniyalar hisobotlari va ilmiy maqolalardan olindi. Tadqiqotning

asosiy maqsadi — KIMning biznes va jamiyat o'rtasidagi muvozanatni ta'minlashdagi o'rnini aniqlashdir [5; 6].

Tahlil va natijalar muhokamasi.

KIM yo'nalishlarining barchasi bir-biri bilan chambarchas bog'liqdir. Iqtisodiy va

huquqiy mas'uliyat — asos, axloqiy va ijtimoiy mas'uliyat — mazmun, ekologik va innovatsion mas'uliyat esa kelajak yo'nalishi sifatida namoyon bo'ladi. Shunday qilib, korporativ ijtimoiy mas'uliyat bugungi kunda kompaniya muvaffaqiyatining muhim mezonini va jamiyat bilan o'zaro ishonch ko'prigidir.

1-jadval

Korporativ ijtimoiy mas'uliyatga kiruvchi yo'nalishlar [9; 10]

Yo'nalish	Mazmuni
<i>Ekologik mas'uliyat</i>	<i>Atrof muhitni muhofaza qilish, chiqindilarni kamaytirish</i>
<i>Ijtimoiy mas'uliyat</i>	<i>Xodimlar huquqlarini himoya qilish, jamiyatga yordam loyihalari, ta'limni qo'llab-quvvatlash.</i>
<i>Etik mas'uliyat</i>	<i>Halol marketing, iste'molchilar ishonchini saqlash, korrupsiyaga qarshi siyosat.</i>
<i>Moliyaviy mas'uliyat</i>	<i>Soliqlarni halol to'lash, sarmoyalarni shaffof boshqarish.</i>

1-jadvalga ko'ra, ekologik mas'uliyat atrof-muhitni muhofaza qilish va chiqindilarni kamaytirishni o'z ichiga oladi. Ijtimoiy mas'uliyat xodimlar huquqlarini himoya qilish, jamiyatga yordam loyihalarini amalga oshirish va ta'limni qo'llab-quvvatlashni nazarda tutadi.

Etik mas'uliyat esa halol marketing, iste'molchilar ishonchini saqlash hamda korrupsiyaga qarshi siyosatni o'z ichiga oladi. Moliyaviy mas'uliyat esa soliqlarni halol to'lash va sarmoyalarni shaffof boshqarishni ta'minlaydi.

2-jadval

Jamiyat va biznes o'rtasidagi asosiy farqlar (KIM nuqtai nazaridan) [12; 13; 14; 15]

Ko'rsatkich	Jamiyat	Biznes
<i>Maqsad</i>	<i>Ijtimoiy farovonlik</i>	<i>Foyda olish</i>
<i>Asosiy qiymat</i>	<i>Samaradorlik, innovatsiya</i>	<i>Axloqiy, birdamlik</i>
<i>Mas'uliyat turi</i>	<i>Fuqarolik, axloqiy</i>	<i>Iqtisodiy, korporativ</i>
<i>Resurs manbai</i>	<i>Soliqlar, davlat budjeti</i>	<i>Sarmoya, foyda</i>
<i>Faoliyat sohasi</i>	<i>Ta'lim, sog'liqni saqlash, ekologiya, madaniyat</i>	<i>Ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish, innovatsiya</i>
<i>Manfaat</i>	<i>Umumiy ijtimoiy manfaat</i>	<i>Kompaniya va aksiyadorlik</i>
<i>Natija</i>	<i>Barqaror jamiyat</i>	<i>Barqaror kompaniya</i>

Mazkur jadval jamiyat va biznes tizimlari o'rtasidagi asosiy farqlarni taqqoslab ko'rsatadi. Unda maqsad, qadriyat, mas'uliyat turi va resurs manbalari nuqtai nazaridan ikki tizimning o'ziga xos jihatlari tahlil qilingan. Jadval KIM ning aynan shu farqlarni muvozanatga keltirishdagi ahamiyatini ochib beradi.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat aynan shu farqlarni muvozanatga keltirish uchun yaratilgan. Jamiyat — axloqiy qadriyatlar

markazi bo'lsa, biznes – iqtisodiy samaradorlik markazi hisoblanadi.

KIM bu ikki yo'nalishni birlashtirish orqali ijtimoiy barqarorlik va iqtisodiy o'sishni bir vaqtda ta'minlashga xizmat qiladi.

Misol uchun, jamiyat ta'lim va sog'liqni saqlashni rivojlantirishni xohlaydi, biznes esa bu sohalarga investitsiya kiritish orqali foyda oladi. Natijada — ham jamiyat yutadi, ham biznes.

3-jadval

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat turlari [10; 11]

Turi	Tavsif
Iqtisodiy mas'uliyat	Korxonaning foyda keltirishi bilan jamiyatga ijobiy ta'sir ko'rsatish.
Huquqiy mas'uliyat	Amaldagi qonunlarga rioya qilish, halollikni ta'minlash.
Axloqiy mas'uliyat	Halol ish yuritish, inson huquqlarini hurmat qilish
Ixtiyoriy mas'uliyat	Homiylik, xayriya, ekologik tashabbuslarda ishtirok etish.

Jadvalda korporativ ijtimoiy mas'uliyatning to'rt turi - iqtisodiy, huquqiy, axloqiy va ixtiyoriy shakllari ko'rsatilgan. Har bir tur korxona faoliyatining ma'lum jihatini ifodalaydi: iqtisodiy mas'uliyat - foyda va barqarorlikni, huquqiy - qonunlarga rioya etishni, axloqiy - halollik va xayriya va jamiyatga ixtiyoriy hissa qo'shishni anglatadi.

Umuman olganda, O'zbekistonda 2016-yildan boshlab korporativ ijtimoiy mas'uliyat masalalari milliy darajada qo'llab-quvvatlana boshladi. 2020-yildan esa yirik kompaniyalar ESG (Environmental, Social, Governance) hisobotlarini joriy eta boshladi [20; 21]. Bu jarayon korxonalarni xalqaro standartlarga moslashtirib, ularni barqaror rivojlanish maqsadlariga (SDG) yaqinlashtirdi.

2016-2024-yillar oralig'ida O'zbekistonda KIM va ESG tamoyillari jadal rivojlandi. 2016-yilda bu soha endigina shakllanayotgan bo'lsa, 2020-yillardan boshlab "barqaror rivojlanish", "ekologik javobgarlik" kabi tushunchalar yirik korxonalarning amaliy faoliyatiga kirib keldi. 2022-2024- yillarda esa neft-gaz, bank-moliya, kimyo, metallurgiya va geologiya tarmoqlaridagi yirik korxonalar o'z ESG hisobotlarini e'lon qila boshladi [20; 21]. Bu jarayon KIM tizimining xalqaro me'yorlarga mos ravishda rivojlanayotganini, biznesning jamiyat oldidagi javobgarligi kuchayganini ko'rsatadi. Xorijda esa Patagonia kompaniyasi ekologik mahsulotlar ishlab chiqarib, foydasining muayyan qismini tabiatni muhofaza qilishga yo'naltirmoqda [8].

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 4-oktabrdagi PQ-4477-sonli qarori bilan tasdiqlangan "2019-2030-yillar davomida O'zbekiston Respublikasining

"yashil" iqtisodiyotga o'tish strategiyasi" doirasida ekologik va ijtimoiy mas'uliyatli tadbirkorlikni rivojlantirish, shuningdek, ushbu yo'nalishda faoliyat yuritayotgan korxonalarga davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari belgilab berilgan [21].

Bundan tashqari, mamlakatda "Yilning ijtimoiy mas'uliyatli korxonasi" tanlovi yo'lga qo'yilgan bo'lib, ushbu tashabbus orqali korxonalar o'rtasida ijtimoiy mas'uliyat tamoyillarini keng joriy etish va ularning ijtimoiy faoliyatini rag'batlantirish maqsad qilingan.

Ijtimoiy mas'uliyatli faoliyatni rivojlantirish maqsadida davlat tomonidan turli shakldagi rag'batlantirish choralari, jumladan, mukofot tizimini joriy etish, soliq va kredit imtiyozlarini taqdim etish, shuningdek, ijtimoiy tashabbuslarni ommaviy axborot vositalarida targ'ib etish imkoniyatlarini kengaytirish nazarda tutilgan.

2022-yildan boshlab O'zbekistonda Birlashgan Millatlar Tashkiloti tomonidan ilgari surilgan "Barqaror rivojlanish maqsadlari" (SDG) doirasida korporativ ijtimoiy mas'uliyat (KIM) hamda ESG (Environmental, Social, Governance) hisobotlari tizimini joriy etish ishlari yo'lga qo'yildi. Ushbu jarayon korxonalarning ekologik, ijtimoiy va boshqaruv sohalaridagi faoliyatini xalqaro standartlar asosida baholash imkonini beradi.

Mazkur jarayon O'zbekistonning xalqaro ekologik va ijtimoiy mas'uliyat standartlariga moslashuvini ta'minlab, biznes subyektlarida barqarorlik, shaffoflik hamda ochiqlik

tamoyillarini mustahkamlashga xizmat qilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligining 2024-yilgi hisobotida korporativ ijtimoiy mas'uliyatni yanada

rivojlantirish maqsadida soliq va kredit imtiyozlarini kengaytirish, shuningdek, ushbu sohada samaradorlikni oshirishga qaratilgan yangi tashkiliy-huquqiy mexanizmlarni ishlab chiqish rejalashtirilgani ta'kidlab o'tilgan [22].

4-jadval

KIM faoliyatining samarali faoliyati ayrim mamlakatlar kesimida [13; 14; 15; 16]

Davlat	KIM rag'batlantiruvchi mexanizmlar	Natija
Shvetsiya	Korxonalar uchun KIM hisobotlar majburiy, davlat grantlari mavjud	KIM madaniyati jamiyatning ajralmas qismi
Germaniya	"National CSR strategy" orqali soliqqa chegirmalar va sertifikat tizimi joriy etilgan	KIM orqali eksport qiluvchi kompaniyalar soni oshgan
Hindiston	2013-yildan KIM faoliyati majburiy (foydaning 2 foizi ijtimoiy loyihalarga yo'naltiriladi)	2020-yilgacha 20 000 dan ortiq ijtimoiy loyiha amalga oshirilgan
Janubiy Koreya	ESG va KIM indikatorlari orqali davlat investitsiyalaridan ustuvorlik beriladi	KIM raqamli iqtisodiyot bilan bog'langan

Bu jadvalda turli mamlakatlarda korporativ ijtimoiy mas'uliyatni rag'batlantiruvchi mexanizmlar va ularning natijalari aks ettirilgan. U davlat siyosati KIMning rivojlanishiga qanday ta'sir ko'rsatishini ifodalaydi. Shvetsiya, Germaniya, Hindiston va Janubiy Koreya tajribalari orqali davlat ishtiroki KIM madaniyatini kuchaytirishda muhim omil ekanligi aniqlanadi.

❖ O'zbekistonda KIM siyosati hozircha ixtiyoriy shaklda rivojlanmoqda, lekin asta-

sekin rag'batlantiruvchi tizimlar vujudga kelmoqda.

❖ Rivojlangan davlatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, agar davlat KIMni qonuniy asosda qo'llasa, bu soha tez rivojlanadi.

❖ Shuning uchun, KIM faoliyatini qo'llab-quvvatlash uchun maxsus davlat dasturi yoki majburiy hisobot tizimi joriy etilishi O'zbekistonda ham muhim bosqich bo'ladi.

5-jadval

Yoshlar va talabalar uchun KIM (Korporativ ijtimoiy mas'uliyat) bo'yicha joriy etilishi mumkin bo'lgan kurslar [17; 18; 19; 20]

Kurs nomi	Maqsadi	Amalga oshirish shakli
Etik va korporativ qadriyatlar	Yoshlarni mas'uliyatli biznes tamoyillariga o'rgatish	Universitet darslari
Ijtimoiy loyiha boshqaruvi	Jamiyatda foyda keltiruvchi loyihalarni tashkil etish	Onlayn treninglar
Ekologik tadbirkorlik	Barqaror rivojlanish g'oyalarini targ'ib qilish	Seminar va treninglar
Volontyorlik va ijtimoiy tashabbuslar	Yoshlarni ijtimoiy faollikka jalb etish	Amaliy loyihalar

Jadvalda yoshlar va talabalar uchun korporativ ijtimoiy mas'uliyat bo'yicha o'quv kurslari ro'yxati, ularning maqsadi va amalga oshirish shakli keltirilgan. Ushbu kurslar yosh

avlodda ijtimoiy ong, ekologik mas'uliyat va axloqiy biznes madaniyatini shakllantirishga qaratilgan bo'lib, KIMning kelajakda barqaror rivojlanishiga zamin yaratadi.

Xulosa va takliflar.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyatni samarali amalga oshirish uchun eng avvalo jamiyatni tashvishga solayotgan real muammolarni aniqlash va ularni hal etishda korxonaning qaysi yo'nalishda amaliy yordam bera olishini belgilab olish zarur. Aks holda, ijtimoiy mas'uliyat tashabbuslarini yuzaki yoki formal tarzda amalga oshirish kutilgan natijani bermaydi hamda kompaniya obro'siga ham salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. O'zbekistonda KIM hali ham yangi yo'nalish, shuning uchun to'g'ri KIM strategiyasini ishlab chiqish uchun mutaxassislarning yordami kerak. Samarali va barqaror KIM dasturlariga sarmoya kiritish kompaniyalarga o'zlari uchun jamiyatdagi mavjud ijtimoiy va ekologik muammolarni hal etish qanchalik muhim ekanini namoyish etish imkoniyatini beradi.

Mahalliy biznes va tadbirkorlar KIM tadqiqotlari uchun o'z vaqtlari va ma'lum sarmoyalarini sarflashga tayyor bo'lishi kerak. Mahalliy yoki xalqaro miqyosdagi fuqarolik sektori va KIM mutaxassislari bilan hamkorlikda ishlash muvaffaqiyat kalitidir.

KIM mutaxassislari kompaniyani barcha tomondan o'rganib (materiality assessment), chuqur tadqiqotlar asosida, barcha manfaatdor tomonlarning hamda biznesning o'z ehtiyojlari va maqsadlariga muvofiqligini ta'minlash asosida barqaror KIM strategiyasini ishlab chiqishda yordam beradilar [12]. Shuningdek agar biznes haqiqatan ham uzoq muddatli ijtimoiy mas'uliyatini namoyish qilmoqchi bo'lsa hamda jamiyat bilan shaffof va samimiy aloqani ta'minlash niyati bo'lsa, KIM bo'yicha yillik hisobotlarni tayyorlash ham muhim omil hisoblanadi.

Kelajakda KIM sohasini yanada mustahkamlash uchun quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. KIM bo'yicha milliy strategiyani ishlab chiqish;
2. Kompaniyalar uchun KIM hisobotlarini majburiylashtirish;
3. Ekologik va ijtimoiy masalalarda nodavlat tashkilotlar bilan hamkorlikni kengaytirish;
4. Yoshlar va talabalar uchun KIMga oid maxsus kurslar joriy etish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Bowen H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*.
2. The New York Times Magazine. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/the-social-responsibility-of-business-is-to-increase-its-profits.html>
3. Carroll A. (1991). *The Pyramid of Corporate Social Responsibility*.
4. Porter M., Kramer M. (2006). *Creating Shared Value*.
5. Mamatqulov S., Abduqodirova N. (2020). O'zbekistonda korporativ ijtimoiy mas'uliyat asoslari.
6. O'zbekiston Respublikasi Iqtisodiyot va moliya vazirligi rasmiy ma'lumotlari (2016–2024).
7. G'ulomov A., Toshpo'latov Sh. (2020). O'zbekiston iqtisodiyotida barqaror rivojlanish va KIM.
8. Artel va Beeline kompaniyalari yillik hisobotlari (2023–2024).
9. <https://www.un.org/>, <https://www.patagonia.com/home/> rasmiy saytlari.
10. *Types of Corporate Social Responsibility: Meaning, Examples & Why It Matters* – OnHand.
11. *“Corporate Social Responsibility and their types”* – Global Journal of Management and Social Science Research.
12. <https://www.gazeta.uz/oz/2021/04/22/social-corporate-responsibility>
13. ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/csr/national-public-policies_en
14. mca.gov.in (<https://www.mca.gov.in/>)
15. csrkorea.or.kr (<https://csrkorea.or.kr/>)
16. <https://www.oecd.org/corporate-responsibility>

17. United Nations Development Programme (UNDP) – Youth and Sustainable Development Goals (SDGs) <https://www.undp.org/sustainable-development-goals>
18. International Labour Organization (ILO) – Youth Employment and Skills Development. <https://www.ilo.org/global/topics/youth-employment>
19. O'zbekiston Respublikasi Yoshlar ishlari agentligi – Yoshlar siyosatini rivojlantirish dasturlari. <https://yoshlar.gov.uz/>
20. World Economic Forum – Corporate Social Responsibility and Education. <https://www.weforum.org/agenda/archive/corporate-social-responsibility>
21. <https://lex.uz/docs/4539502> – PQ-4477-son qaror
22. Iqtisodiyot va moliya vazirligi 2024-yil hisobotidan ma'lumotlar (rivojlanish strategiyasi doirasida e'lon qilingan).
23. The New York Times Magazine. <https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/the-social-responsibility-of-business-is-to-increase-its-profits.html>