

Safarali Xolmurodov

O‘zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi

AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA KORPORATIV IJTIMOY MAS’ULIYATNI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY JIHLTLARI

Annotatsiya. Mazkur maqolada aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas’uliyatni shakllantirishning nazariy jihatlari o‘rganishda turli tadqiqotchilarning korporativ ijtimoiy mas’uliyat bo‘yicha fikrlari tadqiq qilingan. Korporativ ijtimoiy mas’uliyatning konseptual asoslari, korporativ ijtimoiy mas’uliyatni shakllantirish uchun sabablar va uning ijobiy jihatlari tahlil qilingan. Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas’uliyatni shakllantirishning nazariy jihatlari o‘rganish asosida xulosalar shakllantirilgan.

Kalit so‘zlar: aksiyadorlik jamiyati, korporativ tuzilmalar, korporativ ijtimoiy mas’uliyat, ijtimoiy rivojlantirish, ish muhiti.

THEORETICAL ASPECTS OF FORMING CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN JOINT STOCK COMPANIES

Abstract. This article studies the opinions of various researchers on corporate social responsibility in the learning the theoretical aspects of the formation of corporate social responsibility in joint-stock companies. The conceptual foundations of corporate social responsibility, the reasons for the formation of corporate social responsibility and its positive aspects are analyzed. Conclusions are formed based on the study of the theoretical foundations of the formation of corporate social responsibility in joint-stock companies.

Key words: joint-stock company, corporate structures, corporate social responsibility, social development, work environment.

Kirish

Iqtisodiyotda korporativ tuzilmalarning o‘rni bugungi kunda nafaqat mamlakatimizda, balki global miqyosda ham ko‘zga tashlanmoqda. Korporativ tuzilmalarda samarali korporativ boshqaruvni yo‘lga qo‘yish korporativ tuzilmalarning mavjud resurslaridan unumli foydalanishga erishish mumkin. Yana bir e‘tiborga molik jihat shundaki, bugungi kunda xalqaro bozorda kompaniyalar imidjining shakllanishi hamda ularning mahsulotlari va xizmatlarining ommalashishida kompaniyalarning ijtimoiy faolligi ham katta rol o‘ynamoqda.

Korporativ tuzilmalarning korporativ ijtimoiy mas'uliyatga e'tibor qaratishi jamiyatda kompaniyaning ijobiy imidjini shakllantirishda va kompaniyaning reklama faoliyatini yangi ko'rinishda amalga oshirishda muhim hisoblanadi. Mamlakatimizdagi aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas'uliyatni shakllantirish oxir-oqibatda aksiyadorlik jamiyatlari uchun foydali bo'lishi bilan bir qatorda jamiyatning ma'lum bir masalalari hal qilishga ham yordam beradi. Shu sababli aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas'uliyatni shakllantirish masalalarini o'rganish dolzarb hisoblanadi.

Adabiyotlar tahlili

Korporativ tuzilmalarda samarali korporativ boshqaruvni tashkil etishda kompaniyaning korporativ ijtimoiy mas'uliyati ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bu bo'yicha ko'plab mamlakatlarda ilmiy tadqiqotlar ham amalga oshirilayotganligini kuzatishimiz mumkin. B.Tuyen va boshqalar fikricha, "bugungi kunda korxonalarining korporativ ijtimoiy mas'uliyatiga bo'lgan e'tibori ortib bormoqda. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat va innovatsiyalar bo'yicha adabiyotlar ular o'rtasidagi ikki xil munosabatni ta'kidlashadi. Aksiyadorlar nazariyasiga ko'ra, bir tomondan, korporativ ijtimoiy mas'uliyat dasturlari kompaniyaning innovatsiyalarini rag'batlantiradi. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat nazariyasi tarafdorlarining ta'kidlashicha, korporativ ijtimoiy mas'uliyat kompaniyaning o'z biznes faoliyatida integratsiya, halollik va biznes etikasiga ega ekanligini namoyon etadi" [1].

F.Sanusi va S.Johl ham korporativ ijtimoiy mas'uliyatni umumiy jihatdan tadqiq qilishgan bo'lib, "ichki korporativ ijtimoiy mas'uliyat bo'yicha bir qator tadqiqotlar olib borildi, ammo o'rta ishlab chiqarish kompaniyalarida barqaror ishlashni tezlashtirish uchun samarali ichki korporativ ijtimoiy mas'uliyatdan qanday foydalanish mumkinligi bo'yicha tadqiqotlar kam amalga oshirilgan" [2].

T.Tarjo va boshqalar ta'kidlaydiki, "korporativ ijtimoiy mas'uliyat orqali kompaniyaning hisobdorligi natijasida firmaning bozor qiymati yaxshilanishi mumkin. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning ijobiy ta'siri e'tiqodi kuchli xodimlarga ega kompaniyalarda seziladi va buning ahamiyati ortib bormoqda. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning kompaniya qiymatiga ta'siri iqtisodiy vaziyatga ham bog'liq. Bundan tashqari, korporativ ijtimoiy mas'uliyat kompaniyalarning jamiyatdagi obro'sini va ish faoliyatini yaxshilaydi" [3].

V.Balon va boshqalar korporativ ijtimoiy mas'uliyatning iqtisodiyotga ta'sirini o'rganishgan. "Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlardagi qonun ustuvorligi va boshqaruv tizimlari kabi ilg'or tajribalarni o'rganish orqali rivojlanayotgan mamlakatlardagi hukumatlar va biznes korxonalari barqaror iqtisodiy o'sishga erishdi va ijtimoiy farovonlikka e'tibor qaratishni boshladi. Shuning uchun

korporativ ijtimoiy mas'uliyat biznesni boshqarishning eng qiziqarli sohasi sifatida paydo bo'ldi va so'nggi yillarda tadqiqotlarda katta e'tibor qaratilmoqda. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat bo'yicha tadqiqotlar natijalariga ko'ra, ijtimoiy mas'uliyat nafaqat korxonaning iqtisodiy maqsadlarini (masalan, brend obro'sini oshirish, foydani oshirish, raqobatdosh ustunlikka erishish), balki jamiyat ehtiyojlari va talablarini (masalan, ta'lim, sog'liqni saqlash, kambag'allikni kamaytirish) ham o'z ichiga olishi zarur. Bunday mas'uliyatli dasturlar hukumat me'yorlari va protsessual ko'rsatmalariga (masalan, hisobdorlik, shaffoflik) amal qilishiga to'g'ri keladi. Shu bilan birga, korporativ ijtimoiy mas'uliyat mamlakatning iqtisodiy o'sishida davlat-xususiy sheriklik munosabatlarini ham kuchaytirishga yordam beradi" [4].

M.Fonseka va R.Grant fikricha, "kompaniyalarning korporativ ijtimoiy mas'uliyatini oshkor qilishi va korporativ ijtimoiy mas'uliyat samaradorligi kompaniyalar va manfaatdor tomonlar, masalan, investorlar va siyosatchilar uchun jiddiy tashvishdir" [5].

C.Newman va boshqalar korporativ ijtimoiy mas'uliyatning o'ziga xos jihatlariga e'tibor qaratishgan. "Turli ijtimoiy imtiyozlar va shakllanayotgan bozor sharoitida korporativ ijtimoiy mas'uliyatga ehtiyoj seziladi. Shuningdek, korporativ ijtimoiy mas'uliyatning firma faoliyatiga va mehnatga haq to'lashga ta'siri ham o'rganilmoqda. Birinchidan, korporativ ijtimoiy mas'uliyat, agar u ishlab chiqarish (atrof-muhit) xarajatlarini kamaytirishga imkon bersa, firma foydasini oshiradi va firmaning umumiy faoliyatini yaxshilaydi. Qolaversa, ijtimoiy mas'uliyatli firma foydasiga ishlaydigan narxlarni kamaytirish mexanizmlari orqali mahsulotni farqlash yoki boshqaruv jarayonlari va texnologik yangilash nuqtai nazaridan innovatsiyalarga imkon beradi" [6].

"Korporativ ijtimoiy mas'uliyat kompaniyaning o'z sohasini qanday boshqarishini va uning ijtimoiy ta'siri uchun javobgarlikni o'z zimmasiga olishini tavsiflaydi. Korporativ ijtimoiy javobgarlik iqtisodiy qaramlik, huquqiy muvofiqlik, axloqiy talab va jamiyat ta'siri kabi turli xususiyatlarni o'z ichiga oladi. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat uning ishtirokchilari bilan o'zaro manfaatli uzoq muddatli va ishonchli munosabatlarga foyda keltirishi uchun taklif qilingan. Mijozlar korporatsiyaning asosiy ishtirokchilaridir, shuning uchun mijozlar idrokidan korporativ ijtimoiy mas'uliyatni o'rganish asta-sekin mutaxassislarining, ayniqsa xizmat ko'rsatish sohasining e'tiborini tortdi" [7].

O'zbekistonlik olimlardan S.Elmirzayevning ta'kidlashicha, "korporativ ijtimoiy mas'uliyat bevosita ijtimoiy va ekologik loyihalarda korporativ tuzilmalarning o'z tashabbuslari asosida ishtirok etishi bois ko'pincha qo'shimcha foyda olishga qaratilmasligi bilan izohlanadi. Lekin korporativ tuzilmalarning ijtimoiy loyihalardagi faolligi qo'shimcha reklama vazifasini o'tab beradi va bu o'z

navbatida korporativ tuzilma nufuzining oshishiga xizmat qiladi. Keltirilayotgan mazkur jihatlar oxir-oqibat natijadorlikning o‘shishini ta’minlaydi” [8].

“Korporativ ijtimoiy mas’uliyat rivojlangan mamlakatlarda (AQSh, G‘arbiy Yevropa va Avstraliya) paydo bo‘ldi, bu erda atrof -muhitni muhofaza qilish, inson huquqlari va boshqa global muammolar jamoatchilik e’tiborini tortdi. Zavodlar havo va suvni ifloslantirishi, avtomobillar va aviakompaniyalar chiqindilari ko‘payishi, plastmassalar okeanlarni to‘ldirishi va dengiz hayotiga zarar etkazishi, ish sharoitlari inson huquqlari to‘g‘risidagi qonunni buzishi oqibatida kompaniyalar uglerod izlarining ko‘payishi va iqlim o‘zgarishi uchun ayblanishdi. Iste’molchilar, bozorlar va hukumatning bosimi natijasida kompaniyalar iqtisodiy sabablarga ko‘ra va shu kabi muammolarni hal qilish uchun korporativ ijtimoiy mas’uliyat tashabbuslarini amalga oshirdilar. Hozirgi kunda ko‘plab kompaniyalar korporativ ijtimoiy mas’uliyatni biznes missiyasi, modellari va brendlariga qo‘shadilar” [9].

Yuqoridagi olimlarning fikrlarini inobatga olgan holda aytishimiz mumkinki, korporativ ijtimoiy mas’uliyat keng atama bo‘lib, turli jihatlar va tashabbuslarni o‘z ichiga oladi. Loyihaga asoslangan kompaniyalar va ularning menejerlarining ijtimoiy mas’uliyatli ekanliklarini ko‘rsatishning ko‘plab usullari mavjud bo‘lib, ular quyidagilarni qamrab olishi mumkin: kompaniya uchun ishlaydigan odamlarning salomatligi va farovonligini yaxshilashga hissa qo‘shish, ularga moslashuvchan mehnat sharoitlari hamda ish va hayot muvozanatini ta’minlash, korporativ ijtimoiy mas’uliyat va unga jalb qilish usullari haqida xabardorlikni oshirish, mahalliy hamjamiyat loyihalarida ishtirok etish va boshqalar. Shuningdek, korporativ boshqaruvda korporativ ijtimoiy mas’uliyat mamlakatimiz amaliyotida hali chuquq o‘rganilmagan yo‘nalishlardan ekanligini ham ta’kidlashimiz lozim.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur maqolada aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas’uliyatni shakllantirishning nazariy jihatlarini o‘rganishda ilmiy abstraksiyalash, induksiya, deduksiya, qiyoslash kabi metodlardan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi

Korporativ ijtimoiy mas’uliyat bu mamlakat iqtisodiy rivojlanishiga hissa qo‘shish, shu bilan birga jamiyat va umuman jamoatchilik bilan birga xodimlar va ularning oilalari turmush darajasini yaxshilash bo‘yicha majburiyatlarni ifodalovchi kompaniya siyosati hisoblanadi.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat tushunchasi tasnifi [10]

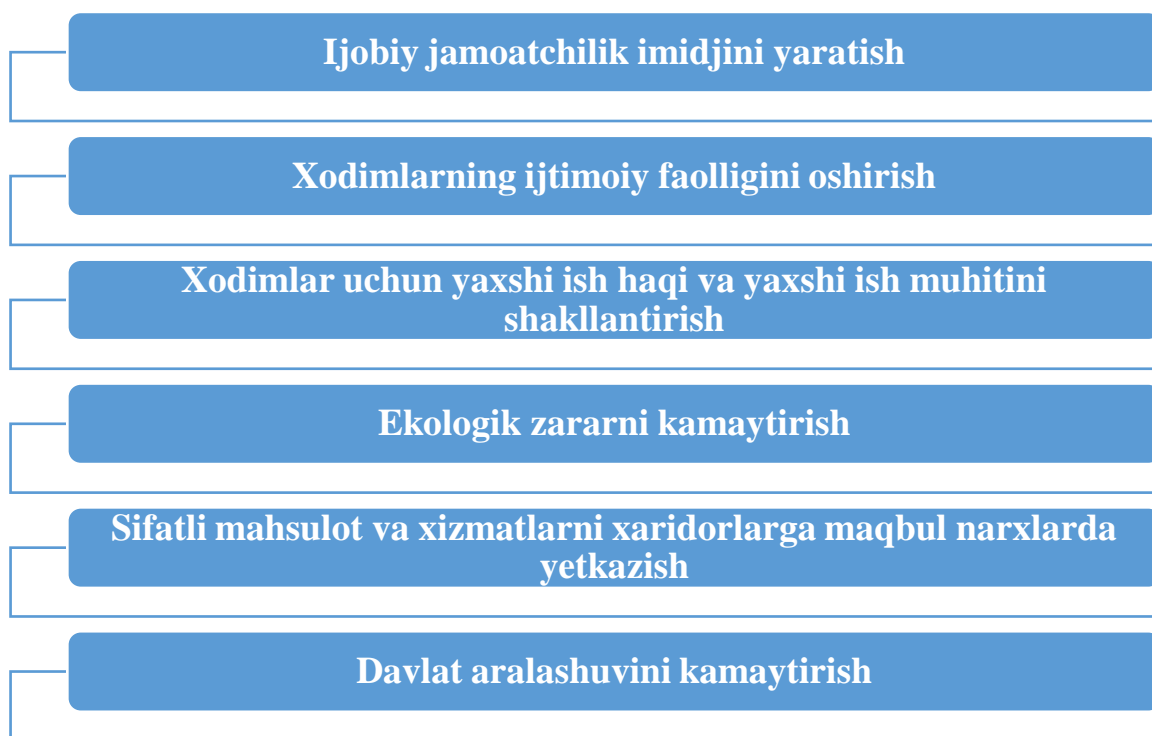
№	Mualliflar	Ta'rif
1.	Bowen	Korporativ ijtimoiy mas'uliyat jamiyat qadriyatlarini qo'llab-quvvatlash uchun siyosat qarorlari va harakatlariga muvofiq biznes tomonidan olib boriladigan majburiyatlarni ifodalaydi.
2.	Frederick	Korporativ ijtimoiy mas'uliyat jamiyatning iqtisodiy va inson resurslarini tahlil qilishni va biznes manfaatlariga tayanmasdan keng ijtimoiy maqsadlarga erishishni o'z ichiga oladi.
3.	Davis	Korporativ ijtimoiy mas'uliyat bu qaror va harakatlarning jamiyatga ta'sirini baholash uchun mo'ljallangan harakatlardir.
4.	Sethi	Korporativ ijtimoiy mas'uliyat korporativ xulq-atvorni jamiyat me'yorlari, standartlari, qiymatlari va kutilmalari bilan moslashtirishni anglatadi.
5.	Carroll	Korporativ ijtimoiy mas'uliyat biznesning jamiyat oldidagi huquqiy, iqtisodiy va axloqiy tamoyillarga rioya qilish majburiyatlarini tan olishni anglatadi.
6.	Wood	Korporativ ijtimoiy mas'uliyat bu biznes va jamiyatning boshqa davlat tuzilmalari o'rtasidagi o'zaro bog'liq munosabatlar hisoblanadi.

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat tushunchasi tadqiqotchilar tomonidan keng o'rganilgan. Turli tadqiqotchilar korporativ ijtimoiy mas'uliyatning o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib ushbu tushunchaga turlicha ta'riflar berilgan (1-jadval).

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat manfaatdor tomonlarning talablarini qondirish bilan birga o'zlarining iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy maqsadlariga erishish uchun firmalar tomonidan qabul qilinadi. Kompaniyalar korporativ ijtimoiy mas'uliyatni amalga oshirishi uchun sabablar sifatida quyidagilarni keltirishimiz mumkin (1-rasm).

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat mijozlarni jalb qiladigan kompaniyaning ijobiy jamoatchilik imidjini yaratishga yordam beradi. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatni birlashtirgan va taqdim etgan kompaniyalarning brend kapitali boshqalarga qaraganda yuqori ekanligini kuzatish mumkin. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat xodimlarning ijtimoiy faolligini oshirishga yordam beradi, bu

kompaniyaga sodiqlikni rivojlantiradi. Shuningdek, kompaniyada korporativ ijtimoiy mas'uliyat amalga oshirilsa, u xodimlar uchun adolatli ish haqini, shuningdek, yaxshi ish muhitini ta'minlaydi. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning qabul qilinishi ekologik zararni kamaytirish bo'yicha bir qator chora-tadbirlarni ta'minlaydi, masalan, polietilen paketlardan foydalanishni taqiqlash, chiqindilarni boshqarish va hokazolar shular jumlasidandir. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat orqali jamiyat sifatli mahsulot va xizmatlarni maqbul narxlarda taqdim etish imkoniyatiga ega bo'ladi. Kompaniya ijtimoiy loyihalarga jalb qilinganda, ortiqcha tartibga solish va davlat aralashuvi kamayadi (1-rasm).

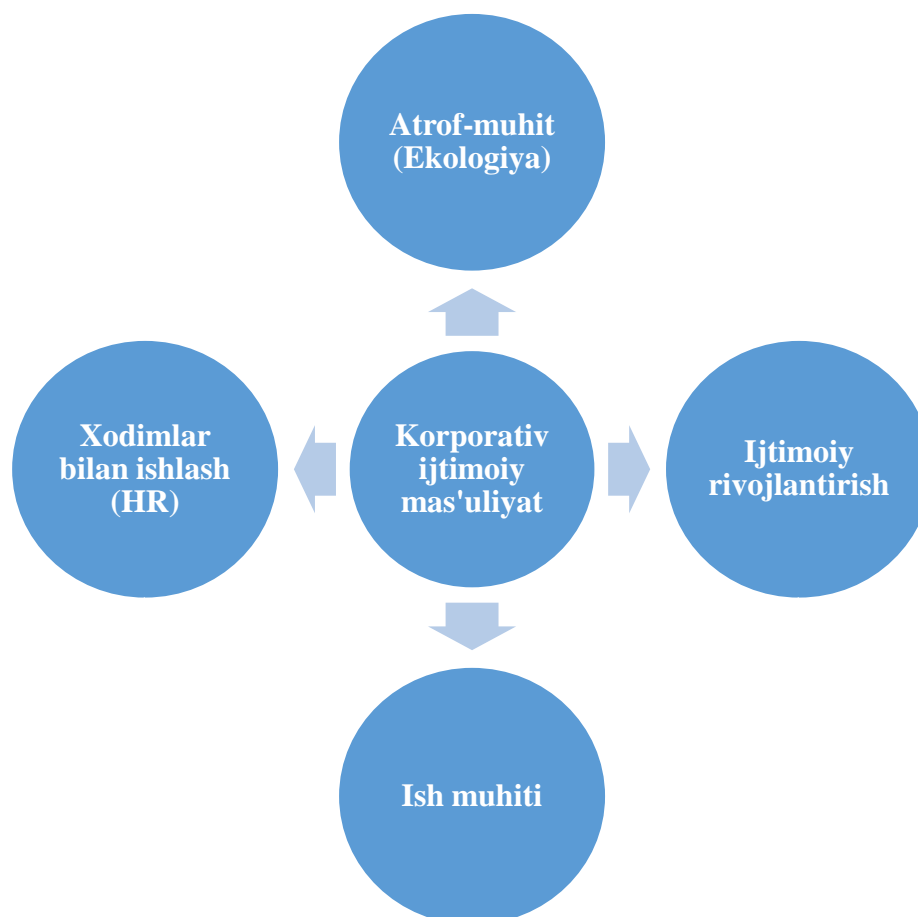


1-rasm. Korporativ tuzilmalarda korporativ ijtimoiy mas'uliyatni joriy qilish uchun sabablar [11]

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat barqaror rivojlanish strategiyasi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, unda kompaniyalar qaror qabul qilishda uzoq muddatli ijtimoiy va ekologik natijalarni, shuningdek, moliyaviy omillarni hisobga olishlari kerak.

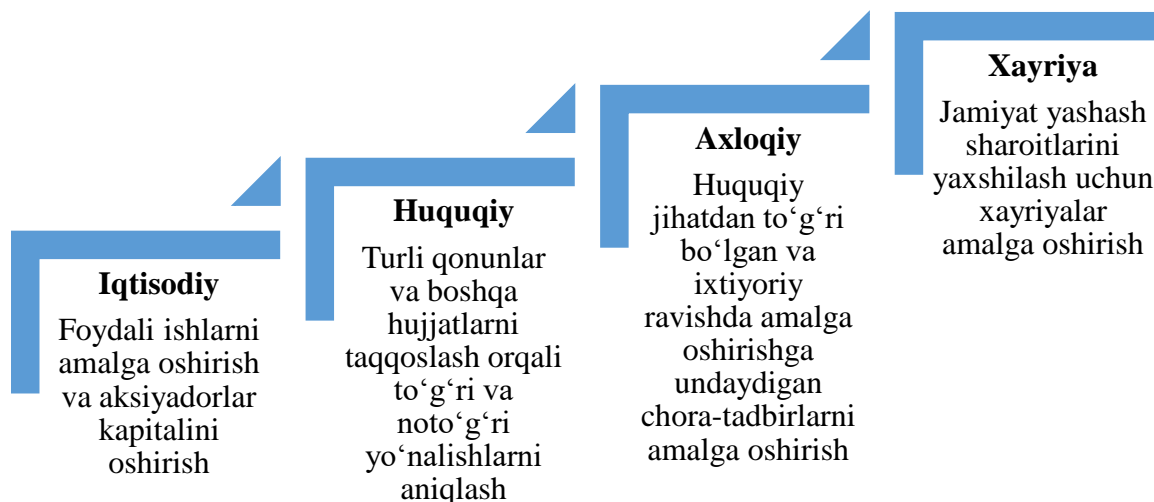
2-rasmda korporativ ijtimoiy mas'uliyatda kompaniya tomonidan e'tibor qaratilishi lozim bo'lgan jihatlar kel'tirib o'tilgan bo'lib, unga ko'ra kompaniyalar korporativ ijtimoiy mas'uliyat dasturida xodimlar bilan ishlash (HR), atrof-muhitni

muhofaza qilish, ijtimoiy rivojlantirish va xodimlar uchun qulay ish muhitini yaratish kabi jihatlariga e'tibor qaratishi lozim.



2-rasm. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatda kompaniya tomonidan e'tibor qaratilishi lozim bo'lgan jihatlar [12]

Quyida korporativ ijtimoiy mas'uliyatning konseptual asoslari keltirib o'tilgan bo'lib, unga ko'ra korporativ ijtimoiy mas'uliyat umumiy holda iqtisodiy, huquqiy, axloqiy va xayriya yo'nalishlariga asoslanadi. Bunda korporativ ijtimoiy mas'uliyat yuzasidan kompaniya yondashayotgan chora-tadbirlar foydali bo'lishi, huquqiy jihatdan yondashilishi, jamiyatga foydali bo'lishi va oxir-oqibat aksiyadorlar kapitalini oshirishga xizmat qilishi lozim (3-rasm).



3-rasm. Korporativ ijtimoiy mas'uliyatning konseptual asoslari¹

Korporativ ijtimoiy mas'uliyat doirasida, albatta, jamiyat va xodimlar foydasi birlamchi o'rinda turishiga e'tibor qaratish lozim. Mazkur jihat korporativ ijtimoiy mas'uliyatning xususiyatlarini ochib berishga ximat qiladigan jihatlardan hisoblanadi.

Xulosa

Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas'uliyatni shakllantirishning nazariy jihatlarini o'rganish asosida quyidagi xulosalar shakllantirildi.

Birinchi, korporativ ijtimoiy mas'uliyat aksiyadorlik jamiyatlari tomonidan amalga oshiriladigan ijtimoiy masalalar bilan bog'liq chora-tadbirlar bilan bir qatorda turli ekologik loyihalarni tashkil etish, aksiyadorlik jamiyatlari xodimlari uchun qulay ish muhitini yaratish kabilarni ham qamrab oladi.

Ikkinchi, korporativ ijtimoiy mas'uliyat bir qarashda korxonalar uchun ortiqcha xarajat sifatida tuyulishi mumkin, biroq korporativ ijtimoiy mas'uliyat doirasida amalga oshirilgan chora-tadbirlar oxir-oqibat korxonaning natijadorligini oshirishga xizmat qiladi. Korporativ ijtimoiy mas'uliyat natijasida jamiyatda korxonaning brendi va imidjini tanilishi, mahsulot va xizmatlari bo'yicha ijobiy fikrlar shakllanishi va reklama vazifasini bajarib berishi mumkin.

Uchinchi, mamlakatimizdagi aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas'uliyatni samarali shakllantirishga ehtiyoj mavjudligini ta'kidlashimiz lozim. Chunki bugungi kunda mamlakatimizdagi aksiyadorlik jamiyatlari o'z faoliyatida ijtimoiy va ekologik masalalarga yetarlicha e'tibor qaratmayapti. Bu

¹Muallif tomonidan shakllantirilgan

esa o‘z-o‘zidan yillar davomida yig‘ilib katta ijtimoiy va ekologik muammolarga aylanmoqda. Shu sababli aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ ijtimoiy mas’uliyatni shakllantirish bo‘yicha samarali mexanizmlar yaratilishi zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Bui Quang Tuyen, Do Vu Phuong Anh, Nguyen Phuong Mai, To Quang Long. Does corporate engagement in social responsibility affect firm innovation? The mediating role of digital transformation. // International Review of Economics & Finance Volume 84, March 2023, Pages 292-303. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1059056022002738>
2. Fasilat Aramide Sanusi, Satirenjit Kaur Johl. Sustainable internal corporate social responsibility and solving the puzzles of performance sustainability among medium size manufacturing companies: An empirical approach. // Heliyon, Volume 8, Issue 8, August 2022. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844022013263>
3. Tarjo Tarjo, Alexander Anggono, Rita Yuliana, Prasetyono Prasetyono, Muh Syarif, Muhammad Alkirom Wildan, Muhammad Syam Kusufi. // Corporate social responsibility, financial fraud, and firm’s value in Indonesia and Malaysia. // Heliyon, Volume 8, Issue 12, December 2022.
4. Virendra Balon, Sri Yogi Kottala, K.S.Reddy. Mandatory corporate social responsibility and firm performance in emerging economies: An institution-based view. // Sustainable Technology and Entrepreneurship Volume 1, Issue 3, September–December 2022.
5. Mohan Fonseka, Richardson Grant. The effect of mandatory corporate social responsibility disclosure and performance on firms’ dividend decisions: Evidence from China. // Economic Modelling, 17 December 2022.
6. Carol Newman, John Rand, Finn Tarp, Neda Trifkovic. Corporate Social Responsibility in a Competitive Business Environment. // The Journal of Development Studies, 2020 Vol. 56, No. 8, 1455–1472, <https://doi.org/10.1080/00220388.2019.1694144>
7. Chih-Cheng Chen, Asif Khan, Tanaporn Hongsuchon, Athapol Ruangkanjanases, Yen-Tzu Chen, Ornlatcha Sivarak and Shih-Chih Chen. The Role of Corporate Social Responsibility and Corporate Image in Times of Crisis: The Mediating Role of Customer Trust. // Int J Environ Res Public Health. 2021 Aug; 18(16): 8275.
8. S.Elmirzayev. Korporativ boshqaruv. // Darslik. – Toshkent, 2021. – 476 b.
9. Ataniyazova Z. Korporativ ijtimoiy ma’uliyat va brendning innovatsion integratsiyasi. // “Logistika va Iqtisodiyot” ilmiy-elektron jurnali, IV son, 2022.



10. Peter Yao Lartey, Junguo Shi, Santosh Rupa Jaladi, Steven Owusu Afriyie. Corporate social responsibility factors, environment and corporate sustainability: Specific overview of India and China. // Front Manage Bus, 2021, 3(1): 127 p.

11. <https://businessjargons.com/corporate-social-responsibility.html> - moliyaviy natijalar e'lon qilib boruvchi veb sayt ma'lumotlari

12. Kitisak Jermittiparserta, Mohammed R A Siamb, Mustafa Rashid Issac, Umair Ahmedd and Munwar Hussain Pahie. Do consumers expect companies to be socially responsible? The impact of corporate social responsibility on buying behavior. // Uncertain Supply Chain Management 7 (2019) 741–752.