

## KORPORATIV IJTIMOYIY MA'SULIYATNING GLOBAL BOZORLARGA TA'SIRI VA UNI BAHOLASH OMILLARI

**Bozorov Lazizbek Sobirovich**

Graduate School of Business and Entrepreneurship (GSBE)

70410901 – Business Administration (MBA)

Economist, Educator-Researcher.

[Blazizbek31@gmail.co](mailto:Blazizbek31@gmail.co)

<https://doi.org/10.5281/zenodo.19199742>

*Annotatsiya.* Mazkur tezisdagi korporativ ijtimoiy ma'suliyatning global bozorlarga ta'siri, uning korxonalar raqobatbardoshligi, investorlar ishonchi, brend qiymati va institutsional barqarorlikka ta'sir etuvchi omil sifatidagi roli tahlil qilinadi. Tadqiqot natijalari korporativ ijtimoiy ma'suliyat zamonaviy biznesda ixtiyoriy ijtimoiy tashabbus emas, balki strategik boshqaruv vositasi ekanini ko'rsatadi.

*Kalit so'zlar:* korporativ ijtimoiy ma'suliyat, global bozor, raqobatbardoshlik, investorlar ishonchi, brend qiymati, institutsional muhit.

### KIRISH

Hozirgi globallashtirish sharoitida korxonalar bozor muvaffaqiyati faqat ishlab chiqarish hajmi yoki moliyaviy natijalari bilan emas, balki ularning ijtimoiy mas'uliyat darajasi bilan ham baholanmoqda. Korporativ ijtimoiy ma'suliyat bugungi kunda xodimlar, iste'molchilar, investorlar, davlat va jamiyat oldidagi javobgarlikni ifodalovchi muhim boshqaruv konsepsiyasiga aylandi. Ayniqsa, xalqaro bozorlarda kompaniyaning reputatsiyasi, shaffofligi va manfaatdor tomonlar bilan munosabati uning raqobatbardoshligini belgilovchi muhim omillardan biri hisoblanadi. Shu sababli korporativ ijtimoiy ma'suliyatning global bozorlarga ta'sirini o'rganish dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Mazkur tezisning maqsadi korporativ ijtimoiy ma'suliyatning global bozorlarga ta'sirini ochib berish va uni baholashning asosiy omillarini tahlil qilishdan iborat.

### METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, mantiqiy umumlashtirish va analitik kuzatuv usullaridan foydalanildi. Korporativ ijtimoiy ma'suliyatning mazmuni, uning korporativ boshqaruv va global biznesdagi o'rni bo'yicha ilmiy manbalar umumlashtirildi. Shuningdek, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning brend qiymati, investorlar ishonchi, reputatsion kapital va institutsional barqarorlikka ta'siri nazariy jihatdan tahlil qilindi.

### TAHLIL VA NATIJALAR

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning global bozorlarga ta'siri bir necha asosiy yo'nalishda namoyon bo'ladi. Birinchidan, u kompaniyaning xalqaro bozordagi reputatsiyasini mustahkamlaydi. Ijtimoiy mas'uliyatli faoliyat yurituvchi korxonalar iste'molchilar va biznes hamkorlar nazarida ishonchli subyekt sifatida qabul qilinadi. Bu esa ularning yangi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Ikkinchidan, korporativ ijtimoiy ma'suliyat investorlar ishonchini oshiradi. Zamonaviy investorlar kompaniyalarning faqat moliyaviy ko'rsatkichlariga emas, balki ularning shaffofligi, ekologik va ijtimoiy javobgarligi, boshqaruv sifati va risklarni boshqarish darajasiga ham e'tibor qaratmoqda. Natijada ijtimoiy mas'uliyatli kompaniyalar investitsion jihatdan jozibadorroq bo'lib bormoqda.

Uchinchidan, korporativ ijtimoiy ma'suliyat brend qiymatini oshiradi. Bozor sharoitida iste'molchilar tobora ko'proq ijtimoiy mas'uliyatli, halol va ekologik jihatdan ongli kompaniyalar mahsulotini afzal ko'rmoqda. Shu sababli CSR kompaniya brendining ijobiy imijini shakllantirishga xizmat qiladi.

To'rtinchidan, korporativ ijtimoiy ma'suliyat institutsional muhit bilan ham chambarchas bog'liq. Soliq shaffofligi, qonunchilikka rioya etish, ochiq boshqaruv va manfaatdor tomonlar bilan qonuniy munosabatlar korporativ ijtimoiy ma'suliyatning amaliy ko'rinishlari hisoblanadi.

Aynan shu jihatlar global bozorlarda kompaniyaning legitimligini kuchaytiradi.

### **DISKUSSIYA**

Olingan natijalar korporativ ijtimoiy ma'suliyatning global bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qiluvchi strategik omil ekanini ko'rsatdi. U kompaniyaning ichki boshqaruv sifatini mustahkamlaydi, tashqi bozordagi obro'sini oshiradi va investorlar bilan ishonchli munosabatlarni shakllantiradi. Shu bilan birga, korporativ ijtimoiy ma'suliyat korxonalar faoliyatining barqaror rivojlanishga yo'naltirilganligini ham ifodalaydi.

Biroq ayrim korxonalarda CSR hanuz faqat xayriya yoki tashqi imij vositasi sifatida qabul qilinmoqda. Aslida esa uning haqiqiy samarasi korporativ boshqaruv, shaffoflik, risklarni boshqarish va strategik rejalashtirish bilan integratsiyalashgan holda namoyon bo'ladi. Ayniqsa, global bozorlarda faoliyat yurituvchi yoki eksport salohiyatiga ega korxonalar uchun bu yo'nalish yanada muhimdir.

### **XULOSA**

Xulosa qilib aytganda, korporativ ijtimoiy ma'suliyat global bozorlarda kompaniya muvaffaqiyatini belgilovchi muhim omillardan biridir. U korxonaning reputatsiyasini mustahkamlaydi, investorlar ishonchini kuchaytiradi, brend qiymatini oshiradi va institutsional barqarorlikni ta'minlaydi. Shu bois zamonaviy korxonalar uchun korporativ ijtimoiy ma'suliyat ixtiyoriy faoliyat emas, balki uzoq muddatli iqtisodiy samaradorlik va global integratsiyaning strategik sharti sifatida qaralishi lozim.

### **Foydalanilgan adabiyotlar**

1. Bowen H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Brothers, 1953.
2. Carroll A. B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders // *Business Horizons*. 1991. Vol. 34, No. 4. P. 39–48.
3. OECD. *G20/OECD Principles of Corporate Governance 2023*. Paris: OECD Publishing, 2023.
4. Suyunov D. X., Elmirzayev S. E. *Korporativ boshqaruv*. Toshkent: Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi, 2021. 448 b.