

KORPORATIV IJTIMOYIY MA'SULIYATNING KORPORATIV BOSHQARUV VA GLOBAL BIZNESDAGI O'RNI**Bozorov Lazizbek Sobirovich**

Graduate School of Business and Entrepreneurship (GSBE)

70410901 – Business Administration (MBA)

Economist, Educator-Researcher

Blazizbek31@gmail.com<https://doi.org/10.5281/zenodo.19200003>

Annotatsiya. Mazkur maqolada korporativ ijtimoiy ma'suliyatning nazariy mazmuni, uning korporativ boshqaruv tizimidagi o'rni hamda global biznes sharoitidagi ahamiyati tahlil qilinadi. Tadqiqotda korporativ ijtimoiy ma'suliyatning iqtisodiy, huquqiy va etik jihatlari yoritilib, uning korxonalar raqobatbardoshligi, investorlar ishonchi va barqaror rivojlanishga ta'siri ochib beriladi. Shuningdek, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning zamonaviy biznes muhitida nafaqat ijtimoiy tashabbus, balki strategik boshqaruv vositasi sifatida shakllanayotgani asoslanadi.

Tadqiqot natijalari korporativ ijtimoiy ma'suliyat kompaniyaning bozor nufuzi, institutsional ishonchliligi va global integratsiyasini kuchaytiruvchi omil ekanini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: korporativ ijtimoiy ma'suliyat, korporativ boshqaruv, global biznes, barqaror rivojlanish, manfaatdor tomonlar, raqobatbardoshlik, investorlar ishonchi.

Abstract. This article analyzes the theoretical content of corporate social responsibility, its role in the corporate governance system, and its significance in the context of global business.

The study examines the economic, legal, and ethical dimensions of corporate social responsibility and reveals its impact on a company's competitiveness, investor confidence, and sustainable development. In addition, the article substantiates that in the modern business environment, corporate social responsibility is being formed not only as a social initiative but also as a strategic management instrument. The findings of the study show that corporate social responsibility is an important factor that strengthens a company's market reputation, institutional reliability, and global integration.

Keywords: corporate social responsibility, corporate governance, global business, sustainable development, stakeholders, competitiveness, investor confidence.

KIRISH

Hozirgi davrda jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan globallashtirish jarayonlari, kapital bozorlarining kengayishi, iste'molchilar va investorlarning talabchanligi ortishi korporativ boshqaruvga nisbatan yangi yondashuvlarni shakllantirmoqda. Endilikda kompaniya faoliyati samaradorligi faqat moliyaviy ko'rsatkichlar bilan emas, balki uning jamiyat, xodimlar, iste'molchilar va atrof-muhit oldidagi mas'uliyati bilan ham baholanmoqda. Shu bois korporativ ijtimoiy ma'suliyat zamonaviy iqtisodiyot va menejmentning dolzarb ilmiy yo'nalishlaridan biriga aylandi.

Korporativ ijtimoiy ma'suliyat dastlab xayriya, homiylik va ijtimoiy yordam bilan bog'lab talqin qilingan bo'lsa, bugungi kunda u ancha keng mazmunga ega bo'ldi. Hozirgi talqinda u korxonaning iqtisodiy samaradorligi, qonunchilikka rioya etishi, etik tamoyillarga sodiqligi, ekologik xavfsizlikni ta'minlashi, manfaatdor tomonlar bilan ochiq muloqot yuritishi va barqaror rivojlanishga hissa qo'shishini qamrab oladi.

Mazkur maqolaning maqsadi korporativ ijtimoiy ma'suliyatning mazmunini ochib berish, uning korporativ boshqaruv tizimidagi o'rnini aniqlash hamda global biznes sharoitida kompaniya faoliyatiga ta'sirini ilmiy jihatdan asoslashdan iborat.

METODOLOGIYA

Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, mantiqiy umumlashtirish va ilmiy abstraksiya usullaridan foydalanildi. Korporativ ijtimoiy ma'suliyatning nazariy asoslari bo'yicha ilmiy manbalar, korporativ boshqaruvga oid konseptual yondashuvlar va global biznes amaliyotidagi tendensiyalar tahlil qilindi. Shuningdek, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning iqtisodiy mazmuni, manfaatdor tomonlar bilan bog'liqligi, barqaror rivojlanish va reputatsion kapitalga ta'siri nazariy jihatdan umumlashtirildi.

Ushbu maqolada analitik yondashuv ustuvor bo'lib, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning tor ma'nodagi xayriya modeli bilan strategik boshqaruv modeli o'rtasidagi farqlar solishtirildi. Shuningdek, zamonaviy korporativ boshqaruvda shaffoflik, hisobdorlik va mas'uliyat tamoyillarining korporativ ijtimoiy ma'suliyat bilan o'zaro bog'liqligi o'rganildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning iqtisodiy mohiyati korxonalar manfaatlarini bilan jamiyat manfaatlarini o'rtasidagi muvozanatni ta'minlashda namoyon bo'ladi. Korxonalar bozor subyekti sifatida foyda olishga intiladi, biroq uning faoliyati xodimlar, iste'molchilar, mahalliy jamiyat, davlat va atrof-muhitga ta'sir ko'rsatadi. Shu bois korporativ ijtimoiy ma'suliyat korxonalar faoliyatining tashqi oqibatlarini hisobga olish va boshqaruv qarorlariga integratsiya qilish vositasi sifatida shakllanadi.

Shuningdek, korporativ ijtimoiy ma'suliyatning mazmuni to'rt asosiy qatlamda namoyon bo'lishi aniqlandi: iqtisodiy, huquqiy, etik va filantropik javobgarlik. Iqtisodiy javobgarlik kompaniyaning samarali va rentabelli ishlashini bildirsa, huquqiy javobgarlik qonun va me'yorlarga rioya qilishni anglatadi. Etik javobgarlik jamiyatda qabul qilingan adolatlilik, halollik va ishbilarmonlik madaniyatiga mos faoliyat yuritishni bildiradi. Filantropik javobgarlik esa ta'lim, sog'liqni saqlash, mahalliy hamjamiyat va ijtimoiy loyihalarni qo'llab-quvvatlash orqali ifodalanadi.

Natijalar yana shuni ko'rsatdiki, korporativ ijtimoiy ma'suliyat korporativ boshqaruv tizimining ajralmas qismiga aylanib bormoqda. Zamonaviy korporativ boshqaruv faqat aksiyadorlar manfaatini himoya qilish bilan cheklanmay, manfaatdor tomonlar bilan muvozanatli aloqalar o'rnatishni, shaffoflikni ta'minlashni, reputatsion risklarni kamaytirishni va uzoq muddatli strategik barqarorlikni ko'zda tutadi. Shu ma'noda korporativ ijtimoiy ma'suliyat korporativ boshqaruv sifatini amaliy jihatdan namoyon qiluvchi mexanizm vazifasini bajaradi.

Global biznes sharoitida esa korporativ ijtimoiy ma'suliyat kompaniyaning xalqaro raqobatbardoshligini oshiruvchi omil sifatida namoyon bo'ladi. Xalqaro investorlar, hamkorlar va iste'molchilar bugungi kunda korxonalar mahsulot sifati bilan bir qatorda boshqaruv sifati, ekologik mas'uliyati va ijtimoiy ishonchliligi bo'yicha ham baholamoqda. Shuning uchun korporativ ijtimoiy ma'suliyat brend qiymati, investitsion jozibadorlik va bozor reputatsiyasiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

DISKUSSIYA

Olingan natijalar korporativ ijtimoiy ma'suliyatni biznes faoliyatining chekka yoki ixtiyoriy qismi sifatida emas, balki zamonaviy boshqaruv paradigmasining markaziy elementi sifatida talqin qilish zarurligini ko'rsatadi.

Ayniqsa, global biznes muhitida faoliyat yurituvchi korxonalar uchun ijtimoiy ma'suliyatli boshqaruv bozor ishonchini mustahkamlovchi va institutsional legitimlikni oshiruvchi omildir.

Korporativ ijtimoiy ma'suliyatning strategik xususiyati shundaki, u korxonaga qisqa muddatli foyda ortidan quvishdan ko'ra, uzoq muddatli barqarorlikni ta'minlash imkonini beradi.

Xodimlar bilan mustahkam munosabat, iste'molchilar ishonchi, shaffof moliyaviy siyosat, ekologik xavflarni kamaytirish va qonuniylikka sodiqlik korxonaning umumiy bozor holatini kuchaytiradi. Bu esa CSRni xarajat emas, balki kelajakdagi iqtisodiy samaradorlikni ta'minlovchi investitsion yondashuv sifatida baholashga asos bo'ladi.

Shu bilan birga, korporativ ijtimoiy ma'suliyatni joriy etishda ayrim murakkabliklar ham mavjud. Xususan, ko'plab kompaniyalar hali ham uni faqat tashqi imij yoki marketing vositasi sifatida qabul qiladi. Bunday yondashuv esa uning haqiqiy iqtisodiy va boshqaruv salohiyatini to'liq ochib bera olmaydi. Aslida, korporativ ijtimoiy ma'suliyat direktorlar kengashi, yuqori menejment va korxonalar strategiyasi darajasida qaror topqandagina real natija beradi.

O'zbekiston sharoitida ham korporativ ijtimoiy ma'suliyatni kengroq joriy etish korporativ boshqaruv sifatini yaxshilash, investorlar ishonchini oshirish va korxonalarni global biznes talablariga yaqinlashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, eksportga yo'naltirilgan korxonalar uchun ijtimoiy ma'suliyatli faoliyat nafaqat ichki obro', balki xalqaro bozorlarda ishonchli hamkor sifatida shakllanishning zarur shartlaridan biridir.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, korporativ ijtimoiy ma'suliyat zamonaviy korporativ boshqaruvning ajralmas qismi hisoblanadi. U korxonaning iqtisodiy, huquqiy, etik va ijtimoiy majburiyatlarini uyg'unlashtirgan holda uzoq muddatli qiymat yaratishga xizmat qiladi.

Korporativ ijtimoiy ma'suliyat korporativ boshqaruvni yanada shaffof, hisobdor va manfaatdor tomonlarga yo'naltirilgan tizimga aylantiradi.

Barqaror rivojlanish nuqtayi nazaridan korporativ ijtimoiy ma'suliyat iqtisodiy o'sish, ijtimoiy barqarorlik va ekologik xavfsizlikni birlashtiruvchi boshqaruv vositasi sifatida namoyon bo'ladi. Global biznes sharoitida esa u kompaniyaning raqobatbardoshligi, investitsion jozibadorligi, reputatsiyasi va bozorga kirish imkoniyatlarini kuchaytiradi.

Shu sababli korporativ ijtimoiy ma'suliyatni zamonaviy korxonalar uchun ixtiyoriy faoliyat emas, balki samarali boshqaruv, barqaror rivojlanish va global integratsiyaning muhim strategik omili sifatida baholash maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bowen H.R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York, 1953.
2. Carroll A.B. The Pyramid of Corporate Social Responsibility. *Business Horizons*, 1991.
3. Freeman R.E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston, 1984.
4. Porter M.E., Kramer M.R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 2011.
5. Suyunov D.X., Elmirzayev S.E. *Korporativ boshqaruv*. Toshkent, 2021.