



Course: CORPORATE GOVERNANCE

Lecture 11. Corporate culture and social responsibility

Lecturer: Xusainov Shavkat

Фан: КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВ

11 - мавзу. Корпоратив маданият ва ижтимоий масъулият

Маърузачи: Хусаинов Шавкат

1. Корпоратив маданиятни шакллантириш
2. Корпоратив маданият ва корпоратив бошқарув ўртасидаги боғлиқлик
3. Корпоратив маданият ва бошқарув моделлари ўртасидаги боғлиқлик
4. Корпоратив ижтимоий масъулият

- бу ташкилот ичидаги хулқ-атвор, қадриятлар, иш тамойиллари ва урф-одатларнинг йиғиндиси бўлиб, у ходимлар ўртасидаги муносабатлар, раҳбарлик усуллари, иш жараёни ва ташкилотнинг умумий маънавий муҳитини белгилаб беради.
- Корпоратив маданиятни шакллантириш ушбу маданиятнинг элементларини пухта ўйлаб, қўллаб-қувватлаш ва ривожлантиришни талаб қилади.

Корпоратив маданият



Корпоратив маданиятни
шакллантиришнинг асосий
жиҳатлари:

Қадриятлар ва миссия:

- Корхона ўзининг асосий қадриятларини белгилаш ва уларни ходимларга етказиши керак. Бу қадриятлар ташкилотнинг миссияси ва мақсадларига мос келиши лозим.

Иш муҳити ва шароитлар:

- Ҳар бир ходим ўзини қадрли ҳис қилишини таъминлайдиган муҳит яратиш зарур. Бу замонавий офис шароитлари, яхши ижтимоий пакетлар, ва ходимларнинг соғломлаштириш дастурларини ўз ичига олиши мумкин.

Ўқитиш ва ривожлантириш:

- Ходимларнинг касбий ўсиши ва шахсий ривожланишига қаратилган дастурлар ишлаб чиқиш ва уларни амалга ошириш.

Муносабатлар ва жамоавий иш:

- Очиқ мулоқотни қўллаб-қувватлаш ва ишончли муносабатлар ўрнатиш жуда муҳим. Жамоавий иш, тренинглар ва мастер-класслар корпоратив маданиятни мустаҳкамлашда катта роль ўйнайди.

Корпоратив маданиятни
шакллантиришнинг асосий
жиҳатлари:

Раҳбарлик услуби:

- Демократик ва ҳурматли раҳбарлик услублари, иш жараёнида ходимларнинг фикрини инобатга олиш, уларнинг ишга бўлган мотивациясини оширади.

Натижаларни баҳолаш ва мукофотлаш:

- Ходимларнинг ижобий натижаларини адолатли баҳолаш ва рағбатлантириш ташкилотнинг корпоратив маданиятида муҳим ўрин тутди.

Шаффофлик ва адолатлилик:

- Бошқарув жараёнида шаффофлик, қонун-қоидаларга амал қилиш, ва иш жараёнида адолатлилик ҳисси ташкилотдаги корпоратив маданиятни ривожлантиради.

Корпоратив маданият, ўз навбатида, компаниянинг репутациясига, самарадорлигига ва унинг рақобатбардошлигига катта таъсир кўрсатади. Шундай экан, унинг шакллантирилишида раҳбариятдан тортиб, ҳар бир ходимгача масъулиятли бўлиши керак.

Корпоратив маданиятнинг
турлари:

Инноватив маданият:

- Бундай маданият ташкилотда янгиликларни қабул қилиш, янгича ғоялар ва инновациялар киритишни рағбатлантиради. Инноватив маданиятга эга компаниялар ходимларини эркин фикрлашга, янги лойиҳалар устида ишлашга ва хатолардан ўрганишга чорлайди.

Клиентга йўналтирилган маданият:

- Бу турдаги маданиятда компаниянинг асосий эътибори mijozлар қониқишига қаратилган бўлади. Ҳар бир қарор ва иш амаллари mijozларнинг эҳтиёжлари ва талабларини қондиришга йўналтирилган.

Ҳамкорликка асосланган маданият:

- Жамоавий иш ва биргаликдаги муваффақиятга эътибор қаратилган маданият тури. Бундай маданиятда ходимлар ўртасидаги самарали мулоқот ва ҳамкорлик жуда муҳим.

Ижрочилик маданияти:

- Иш унумдорлигига ва аниқ натижаларга қаратилган маданият. Бу турда раҳбарият ходимларнинг натижаларини кузатади ва муваффақиятли ишлар учун рағбатлантиради.

Корпоратив маданиятнинг
афзалликлари:

Мотивация ва иш унумдорлиги:

- Содда ва мукамал корпоратив маданият ходимлар мотивациясини ошириб, уларни юқори самарадорлик билан ишлашга чорлайди.

Талантларни жалб қилиш ва сақлаб қолиш:

- Кучли корпоратив маданият юқори малакали мутахассисларни жалб қилади ва уларни ташкилотда узоқ вақт давомида ушлаб қолишга ёрдам беради. Ходимлар ўзларини қадрланган ва қўллаб-қувватланган ҳис қилсалар, улар кўпроқ мотивацияга эга бўладилар.

Иш жойидаги мулоқотни яхшилаш:

- Қадриятлар ва тамойилларга асосланган корпоратив маданият ходимлар ўртасида мулоқотни яхшилайти ва турли бўлимлар ўртасидаги ҳамкорликни ривожлантиради.

Репутация ва бренд:

- Корпоратив маданият компаниянинг ташқи репутациясига ижобий таъсир кўрсатади. Мижозлар ва ҳамкорлар компаниянинг ички муҳити ва қадриятлари ҳақида билишса, бу уларнинг компанияга нисбатан ишончини оширади.

Корпоратив маданиятни
шакллантириш
босқичлари:

Диагностика ва таҳлил:

- Ташкилотдаги мавжуд маданиятнинг таҳлили ва ходимлар фикрларини ўрганиш билан бошланади. Мавжуд муаммоларни аниқлаб, уларни бартараф қилиш режасини ишлаб чиқиш зарур.

Қадриятлар ва тамойилларни белгилаш:

- Корпоратив маданиятнинг асосий нуқталарини белгилаш, қадриятлар ва тамойиллар рўйхатини ишлаб чиқиш.

Ижро этиш ва етказиш:

- Белгиланган қадриятларни ва маданият элементларини амалга оширишда раҳбариятнинг етакчилик қилиши муҳим. Бу жараёнда ички коммуникация каналлари орқали маълумотларни тарқатиш катта аҳамиятга эга.

Масъулият ва рағбатлантириш:

- Қадриятларга амал қилган ходимларни тан олиш ва рағбатлантириш тизимини жорий этиш орқали корпоратив маданиятнинг мустақамланиши таъминланади.

Мослашув ва ўзгариш:

- Замон талаблари ва бозор ўзгаришларига мувофиқ корпоратив маданиятни янгилаш жуда муҳим.

Корпоратив
маданиятнинг
халқаро тажрибаси:

Бутун дунёда машҳур компаниялар корпоратив маданиятни шакллантиришда турли йўллардан фойдаланади:

- **Google:** Инновация ва ходимларга эркинлик беришни қадрлайдиган маданият яратган. Очиқ мулоқот ва эркин муҳит иш жараёнида илҳом ва янгича фикрлашга ёрдам беради.
- **Zappos:** Компания корпоратив маданиятни жамоавий қадриятлар ва мижозларга самарали хизмат кўрсатиш орқали шакллантирган.

Хулоса

Корпоратив маданиятни шакллантириш – бу узоқ муддатли ва давомий жараён бўлиб, раҳбариятдан бошлаб ҳар бир ходимнинг фаол иштирокини талаб қилади. Корпоратив маданиятнинг тўғри шакллантирилиши ташкилотга рақобатбардошликни ошириш, ходимларнинг қониқиши ва лояллигини таъминлаш, ҳамда компаниянинг умумий самарадорлигини юксалтиришга имкон беради.

**Корпоратив маданият ва корпоратив
бошқарув ўртасидаги боғлиқлик**

- Корпоратив маданиятнинг корпоратив бошқарувда намоён бўлиши ташкилотнинг ички муҳитини ва унинг ташқи дунё билан муносабатларини қандай шакллантиришини кўрсатади.
- Корпоратив маданият корпоратив бошқарувнинг таркибий қисми бўлиб, у раҳбарлик услублари, қарор қабул қилиш жараёнлари ва ходимлар ўртасидаги муносабатларда акс этади.

Корпоратив маданият ва корпоратив бошқарув ўртасидаги боғлиқлик

Стратегик йўналиш ва қадриятлар:

- Корпоратив маданият ташкилотнинг стратегик мақсадлари ва қадриятлари билан бевосита боғлиқ. У ташкилот раҳбарлари томонидан яратиладиган стратегик йўналишларни ва қадриятларни шакллантиради, бу эса ходимлар ўртасида ягона мақсадга етишишга ёрдам беради.

Раҳбарлик ва етакчилик услублари:

- Корпоратив маданият раҳбарлик услубларига таъсир кўрсатади. Масалан, демократик ва инклюзив маданиятга эга компанияларда раҳбарлар ходимларнинг фикрини инобатга олади ва уларни қарорлар қабул қилиш жараёнига жалб этади. Аксинча, авторитар маданиятда раҳбарлик қатъий бўлиб, қарорлар марказлашган ҳолда қабул қилинади.

Этика ва ижтимоий масъулият:

- Корпоратив маданият этик стандартлар ва ижтимоий масъулият тамойилларини белгиловчи асосий омил ҳисобланади. Корхона маданияти юқори даражадаги ахлоқий меъёрларни тарғиб қилса, корпоратив бошқарув ҳам айнан шундай тамойилларга асосланади.

Корпоратив маданиятнинг корпоратив бошқарувга таъсири

Қарор қабул қилиш жараёнлари:

- Корпоратив маданият қарорлар қабул қилишда шаффофликни таъминлайди, бу эса ходимлар ўртасида ишончли муҳит яратишга ёрдам беради. Шаффоф маданиятга эга компанияларда қарорлар тез ва самарали равишда қабул қилинади, ва бу жараёнга турли манфаатдор тарафлар ҳам жалб этилади.

Инновация ва ўзгаришларга тайёргарлик:

- Инноватив корпоратив маданият корпоратив бошқарувнинг жадал ўзгаришларга тайёр бўлишини таъминлайди. Бундай маданиятга эга ташкилотлар янги технологиялар ва бозор тенденцияларини тезроқ қабул қиладилар.

Корпоратив маданиятнинг корпоратив бошқарувга таъсири

Риск бошқаруви:

- Корпоратив маданият рискларни қандай қабул қилиш ва бошқаришни белгилаб беради. Мисол учун, консерватив маданиятга эга ташкилотларда қарорлар эҳтиёткорлик билан қабул қилинади ва рисклар минималлаштирилади, аммо инноватив маданиятга эга компанияларда эса рискларга тайёргарлик ва уларни самарали бошқариш муҳимроқ ҳисобланади.

Ходимларнинг иштирокини ошириш:

- Корпоратив маданият корпоратив бошқарувда ходимларнинг иштирокини рағбатлантиради. Очиқ ва инклюзив маданиятга эга ташкилотларда ходимлар ўз ғоялари ва фикрларини билдиришда фаол қатнашадилар, бу эса компаниянинг самарадорлигига ижобий таъсир кўрсатади.

Корпоратив маданиятнинг турли
ташкилотларда намоён бўлиши

- бу компаниянинг умумий муваффақияти ва репутациясига бевосита таъсир кўрсатувчи омил.
- Корпоратив маданиятни шакллантиришда раҳбариятнинг иштироки ва қўллаб-қувватлаши ташкилотнинг барқарор ривожланиши ва муваффақияти учун зарур ҳисобланади.

Ишбилармонлик маданиятига эга ташкилотлар:

- Бундай компанияларда корпоратив бошқарув жамоавий иш ва натижага эришишга йўналтирилган. Ходимлар ўртасидаги муносабатлар самарали бўлиб, ҳар бир ходим ўз масъулиятини билиб, унга амал қилади.

Технологик компаниялар:

- Технологик соҳа компанияларида корпоратив маданият янгиликларга очиқлик ва тезкор қарорлар қабул қилишга асосланган бўлиб, бу корпоратив бошқарувнинг инновацион ёндашуви орқали намоён бўлади.

Рақобатбардош компаниялар:

- Рақобатбардош ташкилотларда корпоратив маданият юқори мақсадларга эришишга қаратилган бўлиб, бу корпоратив бошқарув жараёнида агрессив ва стратегик қарорлар қабул қилиш билан кўзга ташланади.



Кейс: Google —
Инновацион маданият ва
эркин қарор қабул қилиш:

Мазмун: **Google** компанияси корпоратив маданиятни ташкил этишда инновация ва эркин фикрлашга алоҳида урғу беради. Бу маданият компаниядаги ходимларга мустақиллик ва ижодкорлик учун кенг имконият яратади. Google'нинг "20% time" сиёсатини мисол қилиб олиш мумкин. Бу сиёсатга кўра, ходимлар ўзларининг иш вақтининг 20%ини шахсий ёки янги лойиҳаларда ишлашга сарфлашлари мумкин.

Натижа: Бундай маданият **Google'**да янги маҳсулот ва хизматларни яратиш жараёнини тезлаштирган, мисол учун, **Gmail** ва **Google News** каби лойиҳалар айнан шу ташаббус орқали вужудга келган. Корпоратив бошқарувда бу маданият эркинлик ва ишончга асосланиб, стратегик қарорларни қабул қилиш жараёнини қулайлаштирган.

Кейс: Nokia — Маданият
ва корпоратив
бошқарувдаги
муваффақиятсизлик:

Мазмун: Nokia корпорацияси ўз вақтида мобил алоқа бозорида етакчи бўлган, ammo корпоратив маданиятнинг айрим камчиликлари ва қарор қабул қилиш жараёнидаги муаммолар тufайли бозорда ўз мавқеини йўқотган. Компания ичидаги қўрқув маданияти, яъни ходимларнинг юқори раҳбариятга очиқ ва ростгўй фикр билдиришдан қўрқиши, инновацияларни секинлаштирган ва муҳим қарорларнинг кечикишига олиб келган.

Натижа: Nokia ўз вақтида смартфон бозоридаги ўзгаришларга жавоб бермади ва инновацияларга етарлича эътибор қаратмади. Бу корпоратив маданият ва бошқарув услуби ўртасидаги боғлиқликнинг аҳамиятини кўрсатади, чунки компаниядаги қўрқув маданияти стратегик қарорлар ва бозор ўзгаришларига тезкор жавоб беришга халақит қилди.



Кейс: Zappos — Мижозга
йўналтирилган маданият:

Мазмун: Zappos компанияси ўзининг мижозга йўналтирилган корпоратив маданияти билан машҳур. Компаниядаги асосий мақсад — мижозларнинг қониқишига йўналтирилган хизматлар кўрсатиш. Бош директор Тони Шей раҳбарлик усулида ходимлар ўртасида очиқлик ва ишонч муҳитини қўллаб-қувватлади.

Бу кейслар корпоратив маданият ва корпоратив бошқарув ўртасидаги узвий боғлиқликни ва маданиятнинг иш самарадорлигига қандай таъсир қилиши мумкинлигини кўрсатади.

Натижа: Zappos'нинг корпоратив маданияти юқори даражадаги мижоз қониқиши ва мижозларга хизмат кўрсатишнинг ўзига хослигига олиб келди. Компаниянинг корпоратив бошқарувидаги очиқлик ва ходимларнинг қарор қабул қилиш жараёнида иштирок этиши унинг рақобатбардошлигини оширди.

Корпоратив маданиятнинг корпоратив бошқарув
моделлари шаклланишидаги аҳамияти:

Корпоратив маданият ташкилотнинг ички муҳитини, қадриятларини,
меъёрларини ва иш услубларини белгилайди.

1. Корпоратив маданият ва бошқарув моделлари ўртасидаги боғлиқлик

Корпоратив маданият ташкилот раҳбарлари ва ходимлари ўртасидаги муносабатларнинг асосини ташкил қилади. У шундай омиллардан иборатки, улар раҳбарларнинг қарор қабул қилиш жараёнига, етакчилик услубига ва иш жараёнига сезиларли таъсир кўрсатади.

Масалан, инновацион маданиятга эга компаниялар раҳбарликни жадалликка ва креатив қарорлар қабул қилишга йўналтиради.

Корпоратив маданиятнинг корпоратив бошқарув
моделлари шаклланишидаги аҳамияти:

3. Корпоратив маданият ва қарор қабул қилиш

Корпоратив маданият раҳбарларнинг қандай қилиб қарор қабул қилишини ва уларнинг стратегияларини қандай шакллантиришини белгилаб беради. Масалан, эркин ва очиқликка асосланган маданиятда, раҳбарлар иш жараёнларида янги ғояларни қўллаб-қувватлашга ва таҳлил қилишга мойил бўладилар. Бу маданият хавф-хатарларни қабул қилишга тайёрликни ва стратегияларнинг турли йўналишларини текширишни рағбатлантиради.

Корпоратив маданиятнинг корпоратив бошқарув моделлари шаклланишидаги аҳамияти:

5. Мисоллар

Google: Инновацион ва очиқ корпоратив маданият бошқарувнинг жадал ва эркин моделини шакллантирди. Ходимларнинг янги ғояларни киритишдаги фаол иштироклари раҳбарликнинг стратегик мақсадларини кенгайтди.

Toyota: Компаниянинг корпоратив маданияти жамоавий ишлашга ва иш жараёнида доимий такомиллаштиришга асосланган бўлиб, бу "Kaizen" тамойилини бошқарув моделига айлантди.

- Корпоратив маданият ташкилотда қандай бошқарув моделини шакллантиришини белгилайди. У раҳбарларнинг қарорлари, ходимлар билан муносабатлари ва иш жараёнининг стратегик йўналишларига таъсир кўрсатади.
- Корпоратив маданиятнинг самарали бошқарув моделларини шакллантиришдаги аҳамияти шундан иборатки, у ташкилотнинг барқарорлигини ва ривожланишини таъминлайди.



- Корпоратив маданият ва ижтимоий масъулият ўртасидаги боғлиқлик ташкилотнинг стратегик мақсадлари ва ижтимоий муносабатларини тушуниш учун муҳим аҳамиятга эга.
- Бу икки концептнинг ўзаро таъсири ташкилотнинг умумий самарадорлиги ва барқарорлигини белгилайди.

1. Корпоратив маданият

Корпоратив маданият — бу ташкилотнинг ички муҳити, қадриятлари, анъаналари ва иш услубларини ифодалайди. У ходимлар ўртасидаги муносабатларни, қарор қабул қилиш механизмларини ва стратегик йўналишларни белгилайди.

Корпоратив маданиятнинг муҳим компонентлари:

- **Кадрларга эътибор:** Ходимларнинг ривожланиши ва уларга эътибор қаратиш.
- **Этик қарорлар:** Ташкилотнинг этик стандарти ва қарорлар қабул қилишдаги этик меъёрлар.
- **Инновация ва ислоҳотларга очиқлик:** Янгиликларга ва ўзгаришларга бўлган тайёрлик.

- Корпоратив маданият ва ижтимоий масъулият ўртасидаги боғлиқлик ташкилотнинг стратегик мақсадлари ва ижтимоий муносабатларини тушуниш учун муҳим аҳамиятга эга.
- Бу икки концептнинг ўзаро таъсири ташкилотнинг умумий самарадорлиги ва барқарорлигини белгилайди.

2. Ижтимоий масъулият

Ижтимоий масъулият — бу ташкилотларнинг ўз фаолияти орқали жамият, атроф-муҳит ва иқтисодий муҳитга таъсирини ҳисобга олишдаги масъулиятини англатади. Бу концепт жамоатчилик, экологик муаммолар, жамиятнинг иқтисодий ривожланиши ва умумий яшаш муҳитига бўлган таъсирларни ўз ичига олади.

Ижтимоий масъулиятнинг асосий элементлари:

- **Экологик масалалар:** Атроф-муҳитни муҳофаза қилиш.
- **Жамиятга таъсир:** Маҳаллий жамиятларда иқтисодий фаолликни ошириш.
- **Этик ишлар:** Ходимларга ва мижозларга нисбатан этик муносабат.

- Корпоратив маданият ва ижтимоий масъулият ўртасидаги боғлиқлик ташкилотнинг стратегик мақсадлари ва ижтимоий муносабатларини тушуниш учун муҳим аҳамиятга эга.
- Бу икки концептнинг ўзаро таъсири ташкилотнинг умумий самарадорлиги ва барқарорлигини белгилайди.

3. Корпоратив маданият ва ижтимоий масъулият ўртасидаги боғлиқлик

Бошқарув услуги: Корпоратив маданият ижтимоий масъулиятга бўлган муносабатни белгилайди. Инновацион ва жамоавий маданият ижтимоий масъулиятни рағбатлантиришга ёрдам беради.

Этик қарорлар: Корпоратив маданиятнинг этик стандартлари ижтимоий масъулиятни интеграциялаштиришга ёрдам беради. Этик қарорлар қабул қилиш маданияти жамият ва атроф-муҳит учун ижобий таъсир кўрсатади.

Ходимларнинг иштирок этиши: Корпоратив маданият ижтимоий масъулиятга бўлган қизиқишни ошириши мумкин. Ходимлар ўз ташкилотларининг ижтимоий масъулият тадбирларида фаол иштирок этишни исташи мумкин.

4. Мисоллар

Unilever: Unileverнинг корпоратив маданияти ижтимоий масъулиятни асосий устун сифатида кўрилади. Ушбу компаниянинг "**Sustainable Living Plan**" дастури жамиятда ижобий ўзгаришларни рўйхатга олишга қаратилган, корпоратив маданиятлари эса бу саъй-ҳаракатларни рағбатлантиришга йўналтирилган.

Patagonia: Patagonia компанияси ўзининг ижтимоий масъулияти билан танилган. Уларнинг корпоратив маданияти экологик масалаларга бўлган эътибори ва жамиятга бўлган масъулиятини ўз ичига олади. **Patagonia**, мижозларини экологик масалаларда фаол иштирок этишга рағбатлантиради.

- Корпоратив маданият ва ижтимоий масъулият ўртасидаги боғлиқлик ташкилотларнинг самарадорлиги, имижи ва узоқ муддатли ривожланишини таъминлашда муҳим аҳамиятга эга.
- Ижтимоий масъулиятни интеграциялаштирган корпоратив маданият ташкилотларга ўз фаолиятлари орқали жамиятга ижобий таъсир кўрсатиш имконини беради, шу билан бирга ходимларнинг иш фаолияти ва ўзига хослигини рағбатлантиради.



Корпоратив ижтимоий масъулият (КИМ) – бу компаниялар ва ташкилотларнинг ўз фаолиятларида ёки ишлаш жараёнларида ижтимоий, экологик ва иқтисодий манфаатлар ва кадриятларни ҳисобга олиш принципи бўлиб, улар жамият ва атроф-муҳитга фойда келтиришни мақсад қилади.

КИМнинг асосий мақсади – ташкилотнинг ўз бизнес фаолиятида барқарорлик ва инсон ҳуқуқларига амал қилиш, экологик зарарни камайтириш, ижтимоий фаровонликка ҳисса қўшиш ва компаниянинг ички ва ташқи манфаатдорлари (ходимлар, мижозлар, инвесторлар ва бошқалар) билан масул бўлган муносабатларига эътибор қаратувчи қарорлар қабул қилиш.



Корпоратив ижтимоий масъулиятнинг
асосий йўналишлари:

Экологик масъулият

Ташкилотлар ўз фаолиятларининг атроф-муҳитга бўлган таъсирини камайтиришга ҳаракат қилиши керак. Бу, масалан, энергия тежаш, қўшилмаларни камайтириш, қайта ишлаш ва барқарор ресурслардан фойдаланишга қаратилган стратегиялар.

Ижтимоий масъулият

Ижтимоий барқарорлик ва фаровонликка ҳисса қўшиш, хусусан, маҳаллий жамиятларга ёрдам кўрсатиш, таълим, саломатлик, тенглик ва инсон ҳуқуқларини риоя қилиш. КИМ нафақат мижозларга, балки ишчиларга ва уларнинг оилаларига ҳам ишончи юқори бўлган муҳит яратишга қаратилган.

Иқтисодий масъулият

Компаниялар ўз фаолиятининг иқтисодий таъсирини ҳисобга олишлари ва иқтисодий барқарорликни таъминлашлари керак. Бу, хусусан, шаффофлик, адолатли ва этик бизнес амаллари, молиявий янгиликларни қабул қилиш ва манфаатдор томонлар билан алоқаларни мустаҳкамлаш орқали амалга оширилади.



Корпоратив ижтимоий масъулиятнинг
асосий йўналишлари:

Этика ва шаффофлик

Компаниялар ўз иши ва қарорларида этика ва шаффофликка катта аҳамият беришлари зарур. Бу, хусусан, коррупцияга қарши курашиш, ишлаб чиқариш жараёнида инсон ҳуқуқларига риоя қилиш ва мижозлар билан бўлган муносабатларда адолатни таъминлашни ўз ичига олади.

Ишчи ҳуқуқлари ва фаолиятини мустаҳкамлаш

Ишчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, уларнинг иш шароитларини яхшилаш, таълим ва касбий ўқиш учун имкониятлар яратиш, ишчиларнинг саломатлигини сақлаш учун зарур чораларни кўриш.

Корпоратив ижтимоий
масъулиятнинг
афзалликлари:

Компания имиджи ва бренд қиммати

КИМ амалга ошириш орқали компания ўзининг ижобий имиджини шакллантиради ва мижозлар ва ҳамкорлар ўртасида ишончни оширади.

Ишчиларнинг қониқиши ва ижтимоий барқарорлик

Корпоратив ижтимоий масъулиятга амал қилиш ишчиларнинг мотивациясини оширади ва уларнинг компанияга бўлган содиқлигини мустаҳкамлайди.

Бозорда рақобатбардошликни ошириш

Корпоратив ижтимоий масъулиятнинг юқори даражада бўлиши компанияга бозордаги рақобатда устунлик яратади, чунки кўп мижозлар ва инвесторлар компанияларнинг ижтимоий ва экологик аҳамиятини эътиборга олишади.

Барқарор ривожланиш

КИМ барқарор ривожланишга йўналтирилган ҳаракатлар билан компанияларга фақат иқтисодий фойда олишга эмас, балки ижтимоий ва экологик барқарорликка ҳам ҳисса қўшишга имкон беради.





Бизнесда ички ва ташқи
корпоратив ижтимоий
масъулият ажратиб
кўрсатилади.

Ички корпоратив ижтимоий масъулият йўналишлари:

- персонални ривожлантириш, ходимлар малакасини ошириш, ходимлар иш шароитларини яхшилаш;
- корпоратив маданиятни шакллантириш;
- ходимлар ва уларнинг оила аъзоларини соғломлаштириш;
- ёшларни қўллаб-қувватлаш ва таълим дастурларига йўналтириш;
- ходимлар ва уларнинг оила аъзолари ўртасида спорт мусобақалари ташкил этиш;
- моддий ёрдам кўрсатиш;
- меҳнат фахрийлари ҳисобланган собиқ ходимларни қўллаб-қувватлаш;
- ходимлар фарзандларини болалар оромгоҳларига юбориш ва бошқа болалар дастурлари ташкил этиш ҳамда бошқалар.

Бизнесда ички ва ташқи
корпоратив ижтимоий
масъулият ажратиб
кўрсатилади.

Ташқи корпоратив ижтимоий масъулият йўналишлари:

- атроф-муҳит муҳофазаси билан боғлиқ хатти-ҳаракатлар ва акциялар амалга ошириш;
- фаолият юритаётган ҳудуд инфратузилмасини ривожлантириш;
- нодавлат нотижорат ва хайрия фондлари билан ҳамкорлик;
- тарихий-маданий аҳамиятга эга объектларни қўллаб-қувватлаш;
- спорт, таълим, маданият ва санъат лойиҳаларига ҳомийлик қилиш;
- давлат ижтимоий лойиҳаларини ҳамкорликда амалга ошириш ва бошқалар.

**1. Patagonia: экологик
масъулият ва барқарорлик**

Patagonia – спорт кийимлари ва ускуналарини ишлаб чиқариш бўйича юқори сифатли бренд. Компания ўзининг корпоратив ижтимоий масъулиятига катта эътибор қаратган ва экологик барқарорликка йўналтирилган кўплаб ташаббусларни амалга оширган. Уларнинг асосий йўналишлари шулардан иборат:

Экологик талабларни амалга ошириш: Patagonia ўз маҳсулотларини барқарор ва қайта ишланадиган материаллардан ишлаб чиқаришга ҳаракат қилади. Бу компанияга атроф-муҳитга зарарни камайтиришга ёрдам берган. Масалан, компаниянинг "Worn Wear" дастури бўйича, ишлаб чиқарилган кийимларни қайта ишлаш ва қайта сотишни ўзида қамраб олади.

Фаол ижтимоий ташаббуслар: Patagonia 2018 йили қўшилишнинг 1%ини экологик ташкилотларга ажратган ва компания барқарорликка ёрдам берувчи турли лойиҳаларни қўллаб-қувватлайди.

Натижа: Patagonia брендининг экологик маърузалари ва ижтимоий масъулиятга амал қилиш фаолияти мижозлар орасида ишончни оширишга ва бренд имиджини мустаҳкамлашга ёрдам берди. Шу билан бирга, компаниянинг глобал маркетинг стратегиясининг бир қисмига айланди.



2. Unilever:
Соғлом
турмуш
тарзи ва
ижтимоий
масъулият

Unilever – дунёдаги энг йирик истеъмол товарлари ишлаб чиқарувчиларидан бири. Уларнинг корпоратив ижтимоий масъулияти ҳам жуда кенг, ва асосан жамиятга ижобий таъсир кўрсатишга қаратилган. Unilever 2010 йилда "**Unilever Sustainable Living Plan**" (USLP)ни амалга оширишни бошлади. Бу дастур 2020 йилга келиб барқарорлик ва ижтимоий масъулият соҳасида катта натижаларга эришишни кўзда тутди.

USLP дастурининг асосий йўналишлари:

- **Соғлом турмуш тарзига ёрдам бериш:** Unilever ўз бренди орқали аҳолига соғлом овқатланиш ва гигиенага оид таълим беришга ҳаракат қилди. Масалан, улар "Knorr" бренди орқали нутритив овқатларни тарғиб қилди ва "Dove" бренди орқали гўзаллик стандартларини кенгайтиришни мақсад қилган.
- **Экологик таъсирни камайтириш:** Unilever экологик зарарни камайтириш учун барқарор ресурслардан фойдаланиш, энергия ва сув тежаш каби амалларнинг самарадорлигини оширишга ҳаракат қилмоқда.
- **Тенглик ва инсон ҳуқуқлари:** Unilever ишчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, ишлаб чиқаришдаги аёллар ҳуқуқларини қўллаб-қувватлаш ва таълим имкониятларини кенгайтиришга ҳисса қўшмоқда.

Натижа: Unilever ўзининг барқарор ривожланиш стратегиясини амалга ошириш орқали мижозлар ва инвесторлар орасида ижобий имиджга эга бўлди. Шунга қўшимча, компания кўплаб соҳаларда экологик ва ижтимоий муаммоларга жавоб берадиган стратегик қарорлар қабул қилишга муваффақ бўлди.

3. Microsoft:
Ижтимоий
ва экологик
масъулият

Microsoft ўзининг корпоратив ижтимоий масъулиятини ҳаётий аҳамиятга эга бўлган бир қатор йўналишларда фаоллик кўрсатган. Компания экологик масъулият, ижтимоий ёрдам ва инклюзивлик (барча соҳаларда тенглик) соҳаларида ташаббусларни олиб боради.

Асосий йўналишлар:

- **Экологик масъулият:** Microsoft 2030 йилга қадар углерод эмиссиясини тўлиқ нолга туширишни мақсад қилган. Компания, шунингдек, барқарор энергетика ва қайта тикланувчи ресурслардан фойдаланишга интилади.
- **Технология ва таълим:** Microsoft технологияларнинг одилона кўплаб гуруҳларга, хусусан, кам даромадли жамиятларга етиб боришини таъминлайди. Улар кам таъминланган минтақаларда таълим дастурларини қўллаб-қувватлайди.
- **Диверситет ва инклюзивлик:** Microsoft инклюзивлик сиёсатига амал қилиб, иш жойларида турли хиллик ва тенгликни таъминлашга ҳаракат қилмоқда.

Натижа: Microsoft экологик ва ижтимоий ташаббуслар билан ўзига кучли ва малакали ишчиларни жалб этди, шунингдек, корпоратив барқарорликка ўзига хос ҳисса қўшган бўлди.



4. Starbucks:
Ижтимоий
масъулият
ва
жамиятга
фойда

Starbucks – кофе-кафелар тармоғи, корпоратив ижтимоий масъулиятни амалга оширишда юқори самараларга эришган. Компания ижтимоий ва экологик ёрдам дастурларини қўллаб-қувватлаган ҳолда жамиятга ҳисса қўшмоқда.

Ташаббуслар:

- **Фермерлар билан ҳамкорлик:** Starbucks ўзининг савдо қилиш учун кофени ишлаб чиқарувчиларга адолатли шарт-шароитлар яратишга интилади. Компания тўғридан-тўғри фермалардан ҳосил олишга ва фермерларга қўллаб-қувватлаш кўрсатишга ҳаракат қилади.
- **Барқарор маҳсулотлар:** Starbucks органик, барқарор сертификатланган савдо маҳсулотларини, шу жумладан, кофени ва шакарни, ишлаб чиқариш ва сотишга қарор қилган.

Натижа: Starbucksнинг жамиятга қўшган ҳиссаси мижозлар ва ишчилар орасида мустаҳкам ишончни ташкил этди, бу эса бренд имиджига ижобий таъсир кўрсатди.

Корпоратив
ижтимоий
масъулиятнинг
бизнес
нуфузига
таъсири:

а) Мижозлар ва хизмат кўрсатиш сифати

Мижозлар ва истеъмолчиларнинг кўпчилиги бизнинг ҳаётимизда аниқ ижтимоий ва экологик таъсир кўрсатишга ҳаракат қилаётган компанияларни қўллаб-қувватлашни афзал кўришади. Бугунги куннинг миждлари фақат нарх ва сифатни эмас, балки компаниянинг ижтимоий масъулиятига, экологик барқарорликка ва ишчиларга бўлган муносабатга ҳам эътибор беришади.

Мисол: Patagonia – экологик барқарорлик ва ижтимоий масъулият бўйича ўзининг машҳур иш фаолияти билан танилган. Компаниянинг "Worn Wear" (қолдирилган кийимлар) дастури фаол миждлар билан ишлашга ва атроф-муҳитга ижобий таъсир кўрсатишга қаратилган. Бунинг натижасида Patagoniанинг миждлари уни нафақат маҳсулот сифати, балки экологик масъулияти учун ҳам қадрлашади, бу эса компаниянинг бизнес нуфузини оширади.



Корпоратив
ижтимоий
масъулиятнинг
бизнес
нуфузига
таъсири:

б) Ишчи қониқиши ва иш жойидаги муҳит

Бизнеснинг нуфузи кўп ҳолларда унинг ишчиларга бўлган муносабатидан келиб чиқади. Агар компания ўзининг ижтимоий масъулиятига аҳамият берса (масалан, адолатли иш ҳақи, ишчи ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, диверситетни қўллаб-қувватлаш), бу ишчиларнинг қониқишини ва иш жойидаги муҳитни яхшилашга олиб келади.

Мисол: Google ва Microsoft каби йирик компаниялар корпоратив ижтимоий масъулиятга катта эътибор берадилар. Уларнинг иш жойидаги инклюзивлик сиёсати, ҳар хил этник ва ижтимоий гуруҳларга бўлган муносабатлар бизнес нуфузи ва ишчиларнинг ишқа бўлган муносабатини ижобий томонга ўзгартиради.



Корпоратив
ижтимоий
масъулиятнинг
бизнес
нуфузига
таъсири:

в) Инвесторлар ва молиявий натижалар

Инвесторлар ва молиявий фаолиятлар билан боғлиқ қарорлар ҳам корпоратив ижтимоий масъулиятга асосланган бизнесларни қўллаб-қувватламоқда. КИМга амал қилган компаниялар, кўпинча, барқарорлик ва узоқ муддатли натижаларга эришишга интилишади, бу эса уларнинг молиявий натижаларини мустаҳкамлашга олиб келади.

Мисол: **Unilever** – барқарорлик ва ижтимоий масъулиятга нисбатан аниқ ва ҳар томонлама аниқ сиёсатга эга. **Unilever**нинг ижтимоий ва экологик йўналишларига амал қилиш молиявий натижаларга ижобий таъсир кўрсатган. Шунингдек, компания ўзининг "**Unilever Sustainable Living Plan**" дастури орқали ўзининг ижтимоий масъулиятига эътибор бериб, молиявий самарадорлигини оширган.

Корпоратив
ижтимоий
масъулиятнинг
бизнес
нуфузига
таъсири:

г) Рақобатдошликни ошириш

Корпоратив ижтимоий масъулиятга катта аҳамият қаратган компаниялар, кўпинча, бозордаги рақобатда устунликка эга бўлишади. Бу компанияларга мижозларнинг ишончини ошириш ва янги бозорларга кириш имкониятини яратишда ёрдам беради.

Мисол: Starbucks – компания ўзининг барқарор савдо ва адолатли савдо (Fair Trade) сиёсатлари билан нафақат маҳсулот сифати, балки ижтимоий масъулиятига кўп аҳамият беради. Starbucks, шунингдек, барқарор кофени ишлаб чиқаришга қаратилган ташаббуслари орқали бозорда рақобатбардошлигини оширган.

Бизнес нуфузини
ошириш учун
КИМ
стратегиялари

Компаниялар корпоратив ижтимоий масъулиятни қўллаш орқали ўз нуфузларини ошириш учун қуйидаги стратегияларни амалга оширишлари мумкин:

а) Тўлиқ шаффофлик ва ҳисобдорлик

Компаниялар ўз фаолиятида шаффофлик ва ҳисобдорликни таъминлашлари зарур. Бу мижозларга, ишчиларга ва инвесторларга компаниянинг қандай йўл билан жамиятга таъсир кўрсатаётганини ва жамиятдаги ижтимоий муаммоларни қандай ҳал қилишга ҳаракат қилганини кўрсатади.

б) Барқарор ва экологик хавфсиз маҳсулотлар ишлаб чиқариш

Компаниялар ўз маҳсулотларининг экологик ва ижтимоий масъулиятига эътибор беришлари керак. Бу, нафақат экологик хавфсизлик, балки барқарор ишлаб чиқариш ва ресурслардан фойдаланишни қамраб олади.

Бизнес нуфузини
ошириш учун
КИМ
стратегиялари

Компаниялар корпоратив ижтимоий масъулиятни қўллаш орқали ўз нуфузларини ошириш учун қуйидаги стратегияларни амалга оширишлари мумкин:

в) Жамият билан ишлаш ва маҳаллий ҳудудларга ёрдам бериш

Жамият билан яқин ҳамкорлик ўрнатиш, маҳаллий жамоаларга ёрдам бериш, ижтимоий ислоҳотлар ва хуманитар ёрдам ишлари компаниянинг нуфузини оширишга ёрдам беради.

г) Ишчиларнинг ривожланиши ва фаровонлигига эътибор

Компаниялар ишчиларнинг касбий ўсишини қўллаб-қувватлаш ва уларнинг фаровонлигини таъминлашга ҳаракат қилишлари керак. Бу ишчиларнинг қониқишини оширади ва шу билан бирга, компания имиджини мустаҳкамлайди.

1. Corporate governance: principles, policies and practices, Tricker B. / Oxford, 2015
2. Corporate Governance. Monks, R. A. G., & Minow, N. / John Wiley & Sons, 2018
3. Zamonaviy korporativ boshqaruv: Darslik, Elmirzayev S. / T.: "Iqtisod-moliya". 2019
4. Korporativ boshqaruv: Darslik, Elmirzayev S. / T.: "Zebo Print", 2021
5. Korporativ boshqaruv: muammolar va zamonviy yechimlar. Suyunov D.X., Xoshimov E.A., Xusainov Sh.A. / Toshkent: Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi, 2021
6. Theoretical and practical aspects of forming an effective system of corporate management, Khusainov Sh., International Journal of Economic Perspectives, 2024, 18(03) 42-47



Раҳмат!