KORPORATIV BOSHQARUVDA MANFATDOR TOMONLAR NAZARIYASI

Ibragimov G'anijon G'ayratovich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
Innovatsion menejment kafedrasi dotsenti,
Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)
Email: g.ibragimov@tsue.uz
G'anijonova Diyora Akrom qizi
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
"Innovatsion menejment" fakulteti talabasi
E-mail: ganijonovadiyora7@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu tezisda zamonaviy korporativ boshqaruvda manfaatdor tomonlar (steykholderlar) nazariyasining mazmun-mohiyati, uning an'anaviy aksiyadorlik modelidan farqli jihatlari hamda biznesning uzoq muddatli barqarorligini ta'minlashdagi o'rni tahlil qilinadi. Shuningdek, steykholderlar klassifikatsiyasi va ushbu yondashuvning ESG (Environmental, Social, Governance) tamoyillari bilan uzviy bog'liqligi yoritib berilgan.

Kalit so'zlar: Korporativ boshqaruv, manfaatdor tomonlar nazariyasi, steykholderlar, aksiyadorlik modeli, Edvard Friman, ESG, korporativ ijtimoiy mas'uliyat.

Аннотация: В данном тезисе анализируется суть теории заинтересованных сторон (стейкхолдеров) в современном корпоративном управлении, ее отличительные черты по сравнению с традиционной моделью приоритета акционеров, а также ее роль в обеспечении долгосрочной устойчивости бизнеса. Кроме того, освещены классификация стейкхолдеров и неразрывная связь данного подхода с принципами ESG

Ключевие слова: Корпоративное управление, теория заинтересованных сторон, стейкхолдеры, модель акционерной стоимости, Эдвард Фриман, ESG, корпоративная социальная ответственность.

Abstract: This abstract analyzes the essence of Stakeholder Theory in modern corporate governance, its distinctive features compared to the traditional shareholder primacy model, and its role in ensuring long-term business sustainability. Furthermore, the classification of stakeholders and the intrinsic link between this approach and ESG (Environmental, Social, Governance) principles are highlighted.

Keywords: Corporate governance, stakeholder theory, stakeholders, shareholder model, R. Edward Freeman, ESG, corporate social responsibility.

Kirish: Jahon iqtisodiyotining globallashuvi, ijtimoiy tengsizlikning ortishi hamda global ekologik muammolarning keskinlashuvi sharoitida korporativ boshqaruv tizimlarini takomillashtirish va ularning ijtimoiy mas'uliyatini oshirish dolzarb masalalardan biriga aylandi. XX asrning ikkinchi yarmida Milton

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Fridman tomonidan ilgari surilgan hamda biznesning yagona maqsadi aksiyadorlar foydasini maksillallashtirishdan iborat degan "aksiyadorlar ustuvorligi" (shareholder primacy) konsepsiyasi uzoq yillar davomida korporativ boshqaruvning ustun modeli bo'lib keldi.[1]

Biroq, faqat qisqa muddatli moliyaviy ko'rsatkichlarga yo'naltirilgan bunday yondashuv amaliyotda qator korporativ inqirozlarga, atrof-muhitning ifloslanishiga va mehnat huquqlarining poymol bo'lishiga olib keldi.[2] Natijada, zamonaviy korporativ boshqaruvda biznes sub'yektlarining faqat aksiyadorlar oldida emas, balki butun jamiyat va boshqa manfaatdor guruhlar oldidagi mas'uliyatini qayta ko'rib chiqish zarurati tug'ildi. Bu esa an'anaviy model o'rnini moslashuvchanroq va keng qamrovli bo'lgan manfaatdor tomonlar (stakeholder theory) nazariyasi egallashiga zamin yaratdi [3]

Asosiy qism. Manfaatdor tomonlar nazariyasi 1984-yilda amerikalik faylasuf va professor R. Edvard Friman tomonidan o'zining "Strategic Management: A Stakeholder Approach" nomli fundamental asarida tizimlashtirilgan hamda akademik va amaliy muomalaga kiritilgan. Ushbu nazariyaning tub mohiyati shundaki, kompaniya murakkab ijtimoiy-iqtisodiy tizim bo'lib, u faqat o'z mulkdorlariga foyda keltirish bilan cheklanmasdan, uning faoliyatiga ta'sir ko'rsatadigan va undan ta'sirlanadigan barcha shaxslar hamda guruhlar manfaatlarini muvozanatlashtirishi shart.

Tadqiqotchi Tomas Donaldson va Li Preston manfaatdor tomonlar nazariyasining uchta uzviy bog'liq metodologik darajasini ajratib ko'rsatadilar.

1. **Tavsifiy (Descriptive):** Tashkilotni turli manfaatdor tomonlar o'rtasidagi o'zaro aloqalar va shartnomalar tarmog'i sifatida tasvirlaydi va tushuntiradi.
2. **Instrumental (Instrumental):** Steykholderlar bilan ijobiy munosabatlarni yo'lga qo'yish hamda uning natijasida moliyaviy ko ko'rsatkichlar (foydalilik, brend qiymati, aksiyalar barqarorligi) o'sishi o'rtasidagi sabab-oqibat bog'liqligini isbotlaydi.
3. **Me'yoriy/Axloqiy (Normative):** Barcha steykholderlar o'z manfaatlari va huquqlariga ega ekanligini, ularga faqat moddiy maqsadlarga erishish vositasi sifatida emas, balki qadr-qimmatga ega sub'yektlar sifatida hurmat bilan munosabatda bo'lish kerakligini uqtiradi.

Korporativ amaliyotda steykholderlarni to'g'ri guruhlash va ularning ta'sir darajasini baholash muhim hisoblanadi. Mitchell, Agl va Vud tomonidan taklif etilgan "Steykholderlar salentligi (muhimligi)" modeliga ko'ra, manfaatdor tomonlar uchta mezon — hokimiyat/mavqe (power), qonuniylik (legitimacy) va shoshilinchlik/kechiktirib bo'lmaslik (urgency) asosida tasniflanadi Shuningdek, ular ikki asosiy doiraga bo'linadi:

- **Ichki steykholderlar:** aksiyadorlar, kuzatuv kengashi va rahbariyat, xodimlar hamda kasaba uyushmalari. Ularning manfaati munosib ish haqi, xavfsiz mehnat sharoitlari va barqaror daromaddan iborat.[4]
- **Tashqi steykholderlar:** mijozlar, yetkazib beruvchilar va hamkorlar, kreditorlar, davlat hamda regulyator organlar, mahalliy hamjamiyat va ekologik tashkilotlar. Ularning manfaati

[1] Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. Cambridge University Press.
[2] Blowfield, M., & Murray, A. (2019). Corporate Responsibility. 4th edition. Oxford University Press.
[3] Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management. 9th edition. Cengage Learning.
[4] Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K. (2014). Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management. 9th edition. Cengage Learning.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

mahsulot sifatiga, to'lovlarning o'z vaqtida amalga oshirilishiga, soliq tushumlariga va ekologik xavfsizlikka qaratilgan [5]

Zamonaviy korporativ boshqaruvda manfaatdor tomonlar nazariyasi kompaniyalarning **ESG** (Environmental, Social, and Governance — Atrof-muhit, ijtimoiy soha va korporativ boshqaruv) standartlariga hamda Korporativ Ijtimoiy Mas'uliyat (**CSR**) konsepsiyasiga o'tishida konseptual poydevor vazifasini o'tamoqda. Steykholderlar manfaati inobatga olingan boshqaruv modelida xodimlarning sodiqligi oshadi, brend reputatsiyasi mustahkamlanadi hamda regulyatorlar va jamiyat tomonidan bo'ladigan sotsial hamda huquqiy xavf-xatarlar (risks) keskin kamayadi.

Xulosa. Korporativ boshqaruvda manfaatdor tomonlar nazariyasining qo'llanilishi biznes sub'yektlariga qisqa muddatli moliyaviy foyda ortidan quvishdan voz kechib, uzoq muddatli barqaror rivojlanish (sustainability) va ijtimoiy qiymat yaratish strategiyasiga o'tish imkonini beradi. O'zbekistonda ham korporativ boshqaruv kodekslarini zamonaviylashtirish va milliy korporatsiyalarni xalqaro bozorlarga olib chiqishda ushbu nazariya tamoyillarini integratsiya qilish kompaniyalarning xalqaro investitsiyaviy jozibadorligini va jamiyatdagi ishonch darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. **Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S.** (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. Cambridge: Cambridge University Press.
2. **Blowfield, M., & Murray, A.** (2019). Corporate Responsibility. 4th edition. Oxford: Oxford University Press.
3. **Carroll, A. B., & Buchholtz, A. K.** (2014). Business and Society: Ethics, Sustainability, and Stakeholder Management. 9th edition. Stamford: Cengage Learning.
4. **Freeman, R. E.** (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman.
5. **Donaldson, T., & Preston, L. E.** (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. Academy of Management Review, 20(1), pp. 65–91.
6. **Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J.** (1997). Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts. Academy of Management Review, 22(4), pp. 853–886.

[5] Blowfield, M., & Murray, A. (2019). Corporate Responsibility. 4th edition. Oxford University Press.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.